

Strategien in einer komplexen Welt: Herausforderungen und Lösungen für die genossenschaftliche FinanzGruppe

Uwe Fröhlich

Münster, 23. Mai 2011

Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

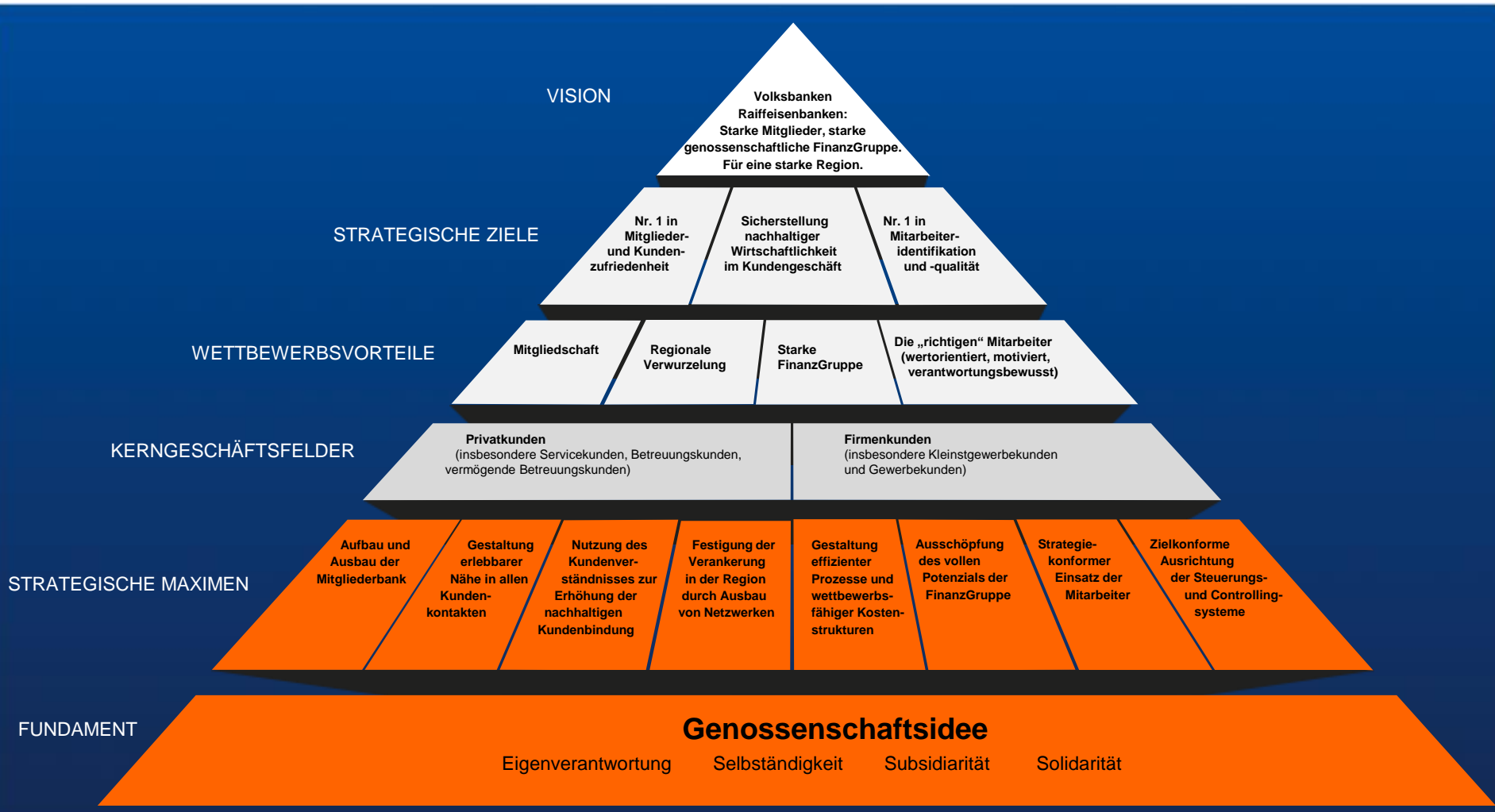


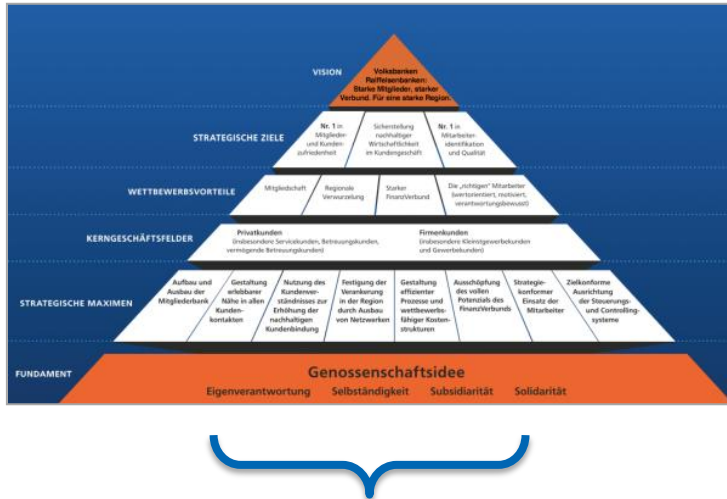
Geschäftsmodell der Volksbanken Raiffeisenbanken



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.





Schwerpunkthemen des Kompasses

1. Hebung/ Sicherung von Ertragspotenzialen im Vertrieb
2. Entwicklung/ Ausbau wettbewerbsfähiger Kostenstrukturen
3. Mitgliedschaft, persönliche Nähe und qualifizierte Beratung

- ### Strategische Ziele der Pyramide
1. Nr. 1 im Mitglieder- und Kundengeschäft
 2. Sicherung nachhaltiger Wirtschaftlichkeit im Kundengeschäft
 3. Nr. 1 in Mitarbeiteridentifikation und -qualität





Verdrängungswettbewerb

Veränderte Kundenanforderungen

Demografischer Wandel

Verändertes Kommunikationsverhalten der Kunden

Zunehmende regulatorische Anforderungen

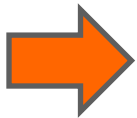
Erhöhung der Komplexität

Verdrängungswettbewerb

- Überwindung der Finanzkrise
- Privatkundengeschäft stark betroffen
- Markteingriffe der Konkurrenz über die Konditionen
- Sinkende Refinanzierungsmöglichkeiten durch Kundeneinlagen.
- Bedrohung der Zukunftsfähigkeit des genossenschaftlichen Geschäftsmodells durch fehlende nachhaltige Wirtschaftlichkeit

Veränderte Kundenanforderungen

- Wunsch nach flexiblem, selbstbestimmtem Handeln.
- Gesteigerter Bedarf an individualisierten Einzellösungen
- Nachhaltigkeit als erstarkter Wert



Ertragsgeschäft unter Druck
bei gleichbleibenden oder steigenden
Sach- und Personalkosten

Demografischer Wandel

- Abschmelzung oder Ausweitung des Kundenstamms.
- Zunehmender Wettbewerb um verbleibende Kunden
- Steigende Rekrutierungs- und Mitarbeiterbindungskosten
- Verstärkung der Thematik durch den geografisch begrenzten Markt der einzelnen Primärbank

Verändertes Kommunikationsverhalten der Kunden

- Permanenter Preisdruck durch Direktbanken
- Zunehmende Internetnutzung für Konsumzwecke
- Soziale Netzwerke steigern die Transparenz
- Gesteigerter Wunsch nach persönlichem Kontakt zur Bank bei der älteren Generation

Zunehmende regulatorische Anforderungen

- Personelle Engpässe durch Informationsverarbeitung und Umsetzung
- Dauerhafte Ressourcenbindung durch Erfüllung aufsichtsrechtlicher Anforderungen
- Erschwerung von Marktbearbeitung, Steuerung und Personalarbeit

Erhöhung der Komplexität

- Zunahme von Informationsdichte und –geschwindigkeit
- Verlust wesentlicher Markt- und Wettbewerbsinformationen durch Fülle der Informationen
- Schärfung des Bewusstseins für Verbraucherschutz bei Kunden (steigende Kundenansprüche).



**Mitglieder- und Kundenorientierung: Individualisierung nach außen,
Standardisierung nach innen**

Differenzierung über Marke und Mitgliedschaft

Kosten-/ Prozessoptimierung, Ertragsoptimierung/ Pricing

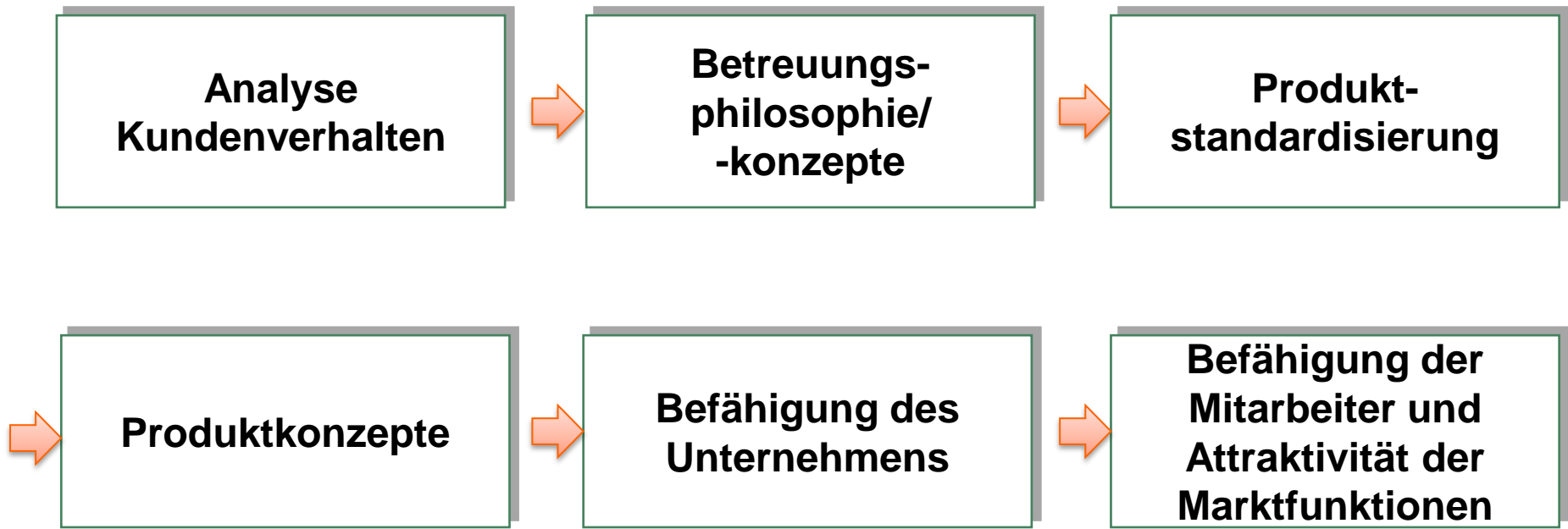
**Reaktion auf den demografischen Wandel durch Anpassung der
Marktbearbeitung und Personalarbeit**

Einbindung von Multikanal und Internet in die Geschäftsstrategie

**Vereinfachung von Kommunikation und Schaffung von Transparenz
gegenüber Mitarbeitern und Kunden**

**Einfache und kapazitätsschonende Umsetzung der regulatorischen
und risikoorientierten Anforderungen**

**Mitglieder- und Kundenorientierung: Individualisierung nach außen,
Standardisierung nach innen**



Differenzierung über Marke und Mitgliedschaft

**Konzept
Markenmanagement/
Markenführung**



**Differenzierung über
Qualität**



**Zusammenspiel Marke,
Mitgliedschaft,
genossenschaftliche
Werte und
Unternehmenskultur**



**Marke und
Mitgliedschaft beim
Kunden erlebbar
machen**

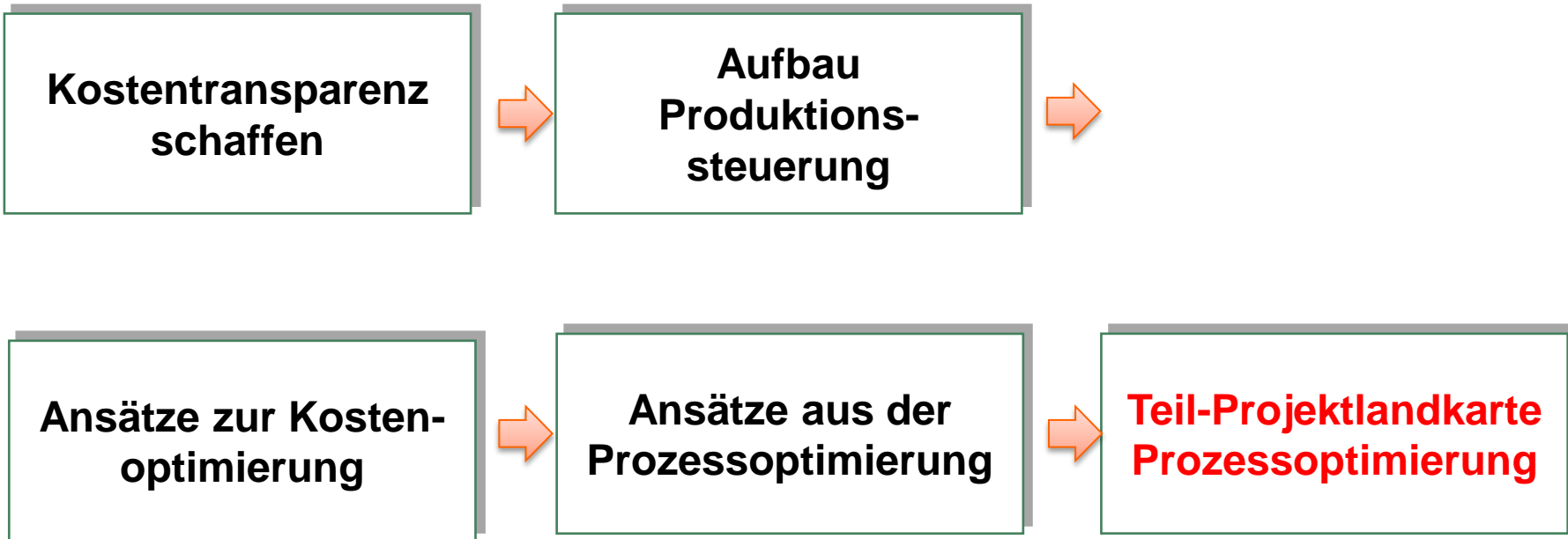


**Markenarchitektur
genossenschaftliche
FinanzGruppe VBRB**



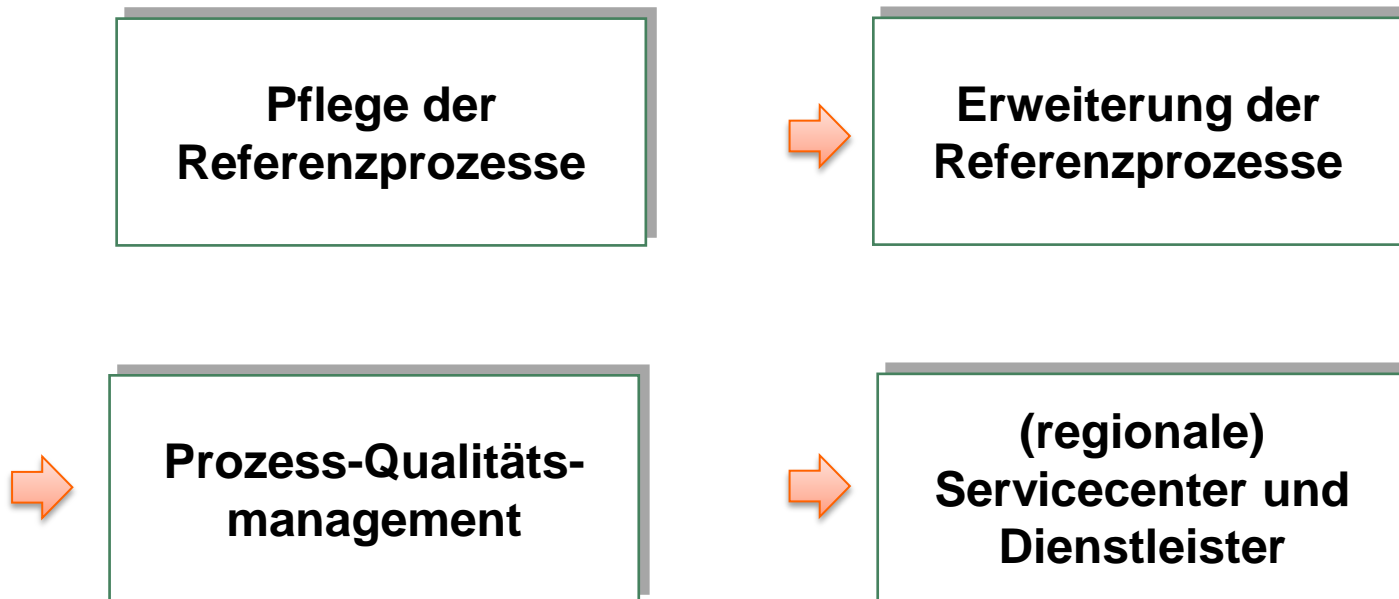
Kosten-/ Prozessoptimierung, Ertragsoptimierung/ Pricing

Teil-Projektlandkarte Kostenoptimierung



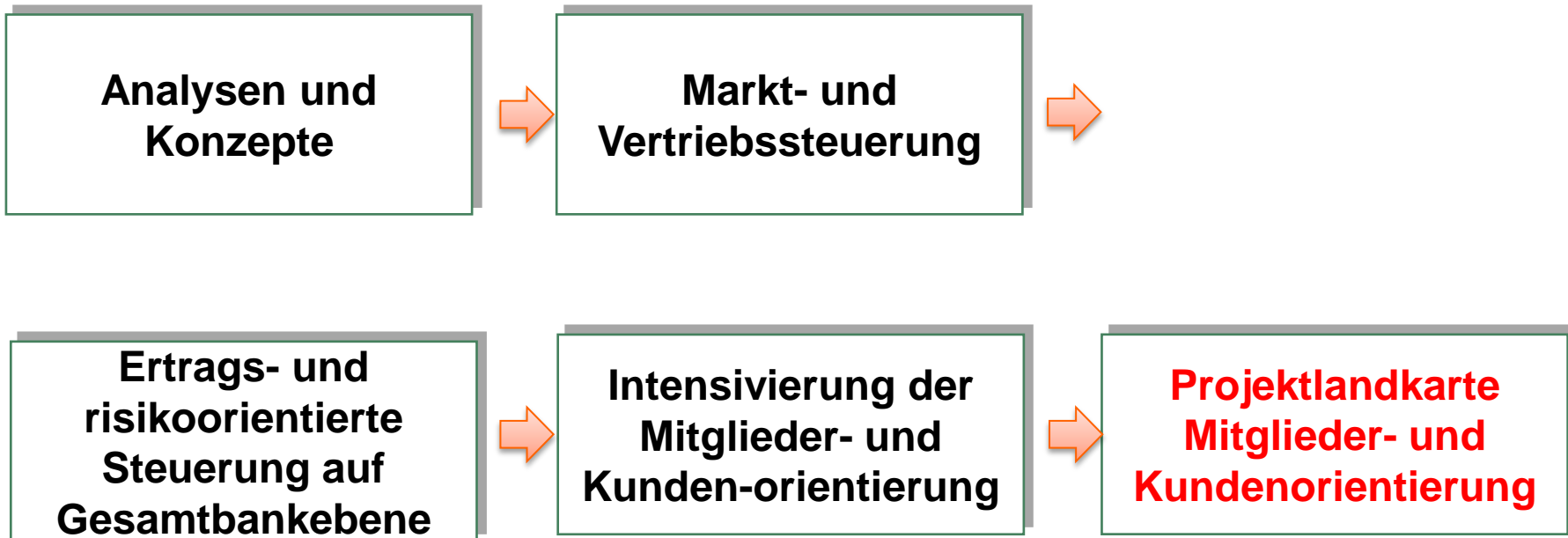
Kosten-/ Prozessoptimierung, Ertragsoptimierung/ Pricing

Teil-Projektlandkarte Prozessoptimierung



Kosten-/ Prozessoptimierung, Ertragsoptimierung/ Pricing

Teil-Projektlandkarte Ertragsoptimierung/ Pricing



Reaktion auf den demografischen Wandel durch Anpassung der Marktbearbeitung und Personalarbeit

Demografie-Check



Auseinandersetzen mit Demografie als verpflichtender Teil der Geschäftsstrategie



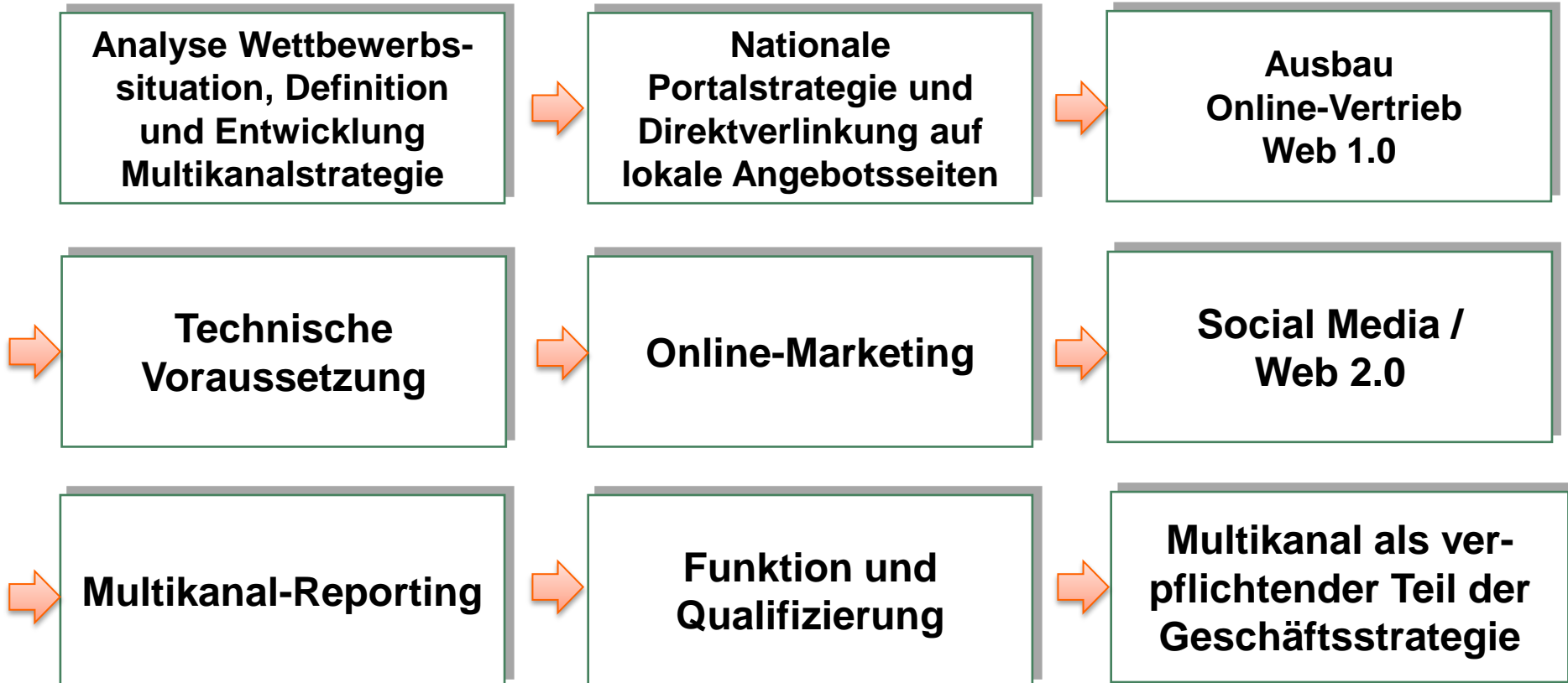
Auswirkungen auf die Firmenkunden- und Privatkundenstrategie



Auswirkungen auf das Personal



Einbindung von Multikanal und Internet in die Geschäftsstrategie





Vereinfachung von Kommunikation und Schaffung von Transparenz gegenüber Mitarbeitern und Kunden

Standardisierung = Vereinfachung inklusive Kundenwahrnehmung



Wissensvernetzung



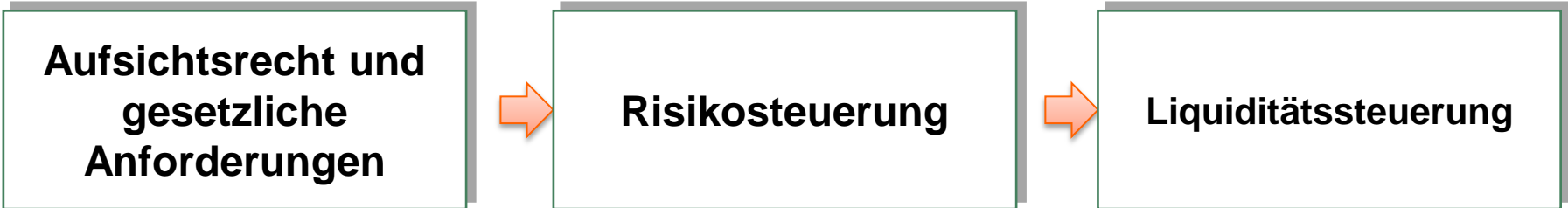
Aufbau eines ganzheitlichen Informations- und modularen Steuerungssystems auf Bankebene



Effiziente Kommunikation innerhalb der Bank



Einfache und kapazitätsschonende Umsetzung der regulatorischen und risikoorientierten Anforderungen



Geschäftsmodell der Volksbanken Raiffeisenbanken



Jeder Mensch hat etwas, das ihn antreibt.

Wir machen den Weg frei.

