

# Bank intern

Der • aktuelle • kritische • anzeigefreie • Insiderreport für Banker

DÜSSELDORF - BERLIN - ZÜRICH - NEW YORK - VADUZ

## Kreditgenossenschaften diskutieren über Marktbearbeitung

Zum neunten mal in Folge begrüßte vergangene Woche Prof. Dr. **Theresia Theurl** vom **Institut für Genossenschaftswesen (IfG)**/Münster die Teilnehmer zur Veranstaltung 'Wissenschaft und Praxis im Gespräch'. Das Thema lautete diesmal 'Neue Märkte erschließen – Strategien für den Finanz-Verbund'. Allerdings dürfte dies nicht der einzige Grund gewesen sein, daß wieder erstaunlich viele Gäste den Weg in die Aula im Schloß der Universität gefunden hatten. Das dürfte auch daran gelegen haben, daß für die Diskussionsrunde mit **Werner Böhnke** und **Wolfgang Kirsch** die beiden Vorstandsvorsitzenden der genossenschaftlichen Zentralbanken ihre Teilnahme zugesagt hatten. Vor der Podiumsdiskussion waren aber erst einmal vier Vorträge zum Thema Marktbearbeitung angesagt. Den Anfang macht **Hans-Joachim Reinke**, Vorstand der **Union Investment**. Reinke ging es darum, den Primärbankern in schwierigen Zeiten Mut fürs Geschäft zu machen. Seine erste Botschaft lautete daher, die Finanzwirtschaft ist eine Wachstumsbranche, was nicht jeder Wirtschaftszweig von sich behaupten kann. Sein zweiter Mutmacher klang so: *“Wachstum geht immer!”* Aus Sicht der Union gebe es zwei klassische Wachstumsmärkte für die Primärbanken: das Private Banking und das Firmenkundengeschäft. Beim Private Banking zeige sich, daß der Verbund zwar die Kunden habe, das Geschäft aber häufig andere machten, z.B. die **UBS**. Hier gelte es anzusetzen und für die Bank die Kompetenzzuweisung des Kunden auch auf diesem Feld zu gewinnen. Ein *“Gottesgeschenk”* sei in diesem Zusammenhang die Abgeltungsteuer. Die führe dazu, daß vom aktuellen Vermögensbestand (4,5 Billionen Euro) im laufenden Jahr 15 % umgeschichtet würden. Im Firmenkundengeschäft werde aus Sicht der Union der Fokus noch zu stark auf das Kreditgeschäft gelegt, zu wenig auf sonstige Dienstleistungen, z.B. die betriebliche Altersvorsorge. Der Anteil der Arbeitnehmer, die ihre Altersvorsorge über den Betrieb machen, sei von 40 auf 60 % gestiegen. Rein statistisch habe der Verbund 25 % der Arbeitnehmer als eigene Kunden, 75 % aber noch nicht!



Nachdem **Martin Engstler** vom **Frauenhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation**/Stuttgart aktuelle Entwicklungstendenzen im Bankensektor referiert hatte, standen mit den Vorträgen von Dr. **Reiner Brüggestrat**, Vorstandssprecher der **Hamburger Volksbank**, und Dr. **Roman Glaser**, Vorstandsvorsitzender der **Volksbank Baden-Baden Rastatt**, zwei Berichte von Primärbankern auf dem Programm. Brüggestrat sprach über die Neukundengewinnung der Hamburger Volksbank, die erst 2007 durch Fusion der **Volksbank Hamburg** und der **Hamburger Bank** entstanden ist (vgl. 'Bi' 27/07). Dabei zeigte sich die aktuelle Schwierigkeit des genossenschaftlichen Finanzverbundes. Anders als bei den Sparkassen ist die Marktdurchdringung bei den Kreditgenossenschaften in Ballungsräumen und ländlichen Regionen sehr unterschiedlich. Entsprechend wäre das, was Brüggestrat für die Hamburger Volksbank als Erfolg betrachtet, für viele Genossenschaftsbanken in deren regionalen Märkten geradezu ein Einbruch. Brüggestrat machte auf die prognostizierte Entwicklung aufmerksam, wonach die Wanderungsbewegungen in Zukunft die Ballungsräume stärken würden, während die ländlichen Regionen deutlich verlie-

Ihr direkter Draht ... (Mo. - Do. 15 - 18 Uhr, Fr. 9 - 12 Uhr)

02 11 / 66 98 - 231

Fax: 02 11 / 69 12 - 440

e-mail: bank@markt-intern.de

...für das vertrauliche Gespräch

**Bank intern** – Redaktion Verlagsgruppe **markt intern**: Herausgeber Dipl.-Ing. Günter Weber; verantw. Redaktionsdirektoren Dipl.-Kfm. Uwe Kremer, Heidi Scheuner, Rechtsanwalt Thorsten Weber; stellv. Redaktionsdirektoren/Abteilungsleiter Rechtsanwalt Georg Clemens, Dipl.-Kfm. Christoph Diel, Rechtsanwalt Lorenz Huck, Dipl.-Kfm. Karl-Heinz Klein, Dipl.-Vwt. Hans-Jürgen Lenz, Evelin Stiegemann, Rechtsanwalt Gerrit Weber; Chef vom Dienst Bwt. (VWA) André Bayer.

**markt intern** Verlag GmbH, Grafenberger Allee 30, D-40237 Düsseldorf, Telefon 02 11 - 66 98 - 0, Telefax 02 11 - 66 65 83, www.markt-intern.de, Geschäftsführer Hans Bayer, Dipl.-Ing. Günter Weber; Verlagsdirektor Rechtsanwalt Rolf Koehn, Gerichtsstand Düsseldorf. Vervielfältigung nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Druck: Theodor Gruda GmbH, Breite Straße 20, 40670 Meerbusch. Anzeigen, bezahlte Beilagen sowie Provisionen gleich welcher Art werden zur Wahrung der Unabhängigkeit nicht angenommen.

ISSN 1615-522X

ren würden. Es gebe Prognosen, wonach bis 2020 ländliche Gebiete mit Bevölkerungsrückgängen bis zu 47 % zu rechnen hätten. Dieser Herausforderung müsse sich der Verbund stellen. Sein Haus habe zu wenig Kunden für die hohen Kosten. Auf der anderen Seite seien die Bestandskunden mit der Leistung zufrieden. Es gelte also, die Neukundengewinnung zu intensivieren.

Die Hamburger Volksbank hat deshalb im vergangenen Jahr stark auf das Konzept 'Mitglieder werben Neukunden' gesetzt. Wer einen neuen Kunden geworben hat, hat dafür, wie der Neukunde, eine Prämie von 50 € erhalten (ob sich das betriebswirtschaftlich rechnet, steht wohl auf einem anderen Blatt). Immerhin 2.200 von 6.000 Neukunden habe man so gewonnen. Nur 10 % der Neukunden hätten aber ein weiteres Verbundprodukt gekauft. Im Laufe der Jahre nehme diese Quote zu, wovon die Verbundunternehmen profitierten. Zwar erhalte man dann selbst auch entsprechende Provisionen, aber die Neukundengewinnung werde von den Verbundunternehmen nicht vergütet, obwohl die Bank 34 % der Beratungszeit für die Beratung der Neukunden über Verbundprodukte aufwende. Ohne es direkt auszusprechen, fordert Brüggestat hier zukünftig eine Beteiligung der Verbundpartner. Ob die sich auch auf diese 'Neuverteilung der Erlösströme' einlassen werden, kann man bezweifeln. Die Volksbank Baden-Baden Rastatt ist dagegen die größte regionale Bank und erzielt eine Kundenreichweite von 32 %. Gleichwohl sieht Glaser die Potentiale längst noch nicht ausgeschöpft. Im Gegensatz zu Brüggestat setzt er aber stärker auf die Bestandskunden: *"Die langjährigen Kunden dürfen nicht vergessen werden. Im regionalen Markt wirken sich persönliche Verletzungen sofort gravierend aus."* Bis 2010 wolle man bei den eigenen Kunden die Nr. 1 und eine der wirtschaftlich erfolgreichsten Banken in der Region sein. Dazu sei eine Ausschöpfung des Bestandes und eine gezielte Neukundengewinnung erforderlich. Dabei setzt Glaser klar auf Qualitätsführerschaft: *"Den Preiswettbewerb können wir angesichts unserer Kosten nicht gewinnen."* Das wiederum dürfte Allgemeingut in der Organisation sein, was sich auch in der anschließenden Diskussion zeigte, über die wir in der kommenden 'Bank intern'-Ausgabe berichten werden.