

„Wachstum geht immer“

Wissenschaft und Praxis: Welche Strategien sind für den FinanzVerbund die Besten?

Münster. Bereits zum neunten Mal fand die Veranstaltungsreihe „Wissenschaft und Praxis im Gespräch“ an der Universität Münster statt. Diesmal im Blickpunkt: Die Diskussion über die Erschließung neuer Märkte und mögliche Strategien für den FinanzVerbund. „Wachstum geht immer“, brachte es Hans-Joachim Reinke, Vorstandsmitglied der Union Investment Asset Management AG, auf den Punkt. Reinke stellte vier Wachstumshebel vor, um Potenziale zu heben. Erstens sei die Kundenauserschöpfung noch zu gering, da das Geschäft zu zinslastig erfolge und das „Cross Selling“ noch steigerungsfähig sei. Zweitens sei die Vertriebsleistung noch ausbaufähig, vor allem, wenn man Vergleiche mit den (sehr unterschiedlichen) ausländischen Verbänden Raiffeisen Schweiz und Rabobank heranziehe. Drittens biete sich mit der Einführung der Abgeltungssteuer ein Thema, was zu „steueroptimierenden Adjustierungen in den Beständen“ genutzt werden könne, während in den Jahren zuvor meist nur über den Anlageertrag verfügt werden konnte. Viertens gelte es, die Vertriebsplanung von der Bestandsorientierung in eine Wachstumsorientierung zu überführen.

Als weitere Referenten erhielten an diesem Tag für ihre Ausführungen viel Beifall: Martin Engstler vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, Dr. Reiner Brüggelstrat, Vorstandssprecher der Hamburger Volksbank, sowie Dr. Roman Glaser, Vorstandsvorsitzender der Volksbank Baden-Baden Rastatt.

In der von Professorin Dr. Theresia Theurl moderierten Podiumsdiskussion wurden abschließend Strategien für

neue Märkte als Wege für den FinanzVerbund sehr intensiv und durchaus kontrovers diskutiert. Als Vertreter der Zentralinstitute konnten Werner Böhnke, Vorstandsvorsitzender der WGZ BANK, und Wolfgang Kirsch, Vorstandsvorsitzender der DZ BANK, gewonnen werden. Für die Primärintstitute nahmen Karsten Kahlcke, Vorstandsvorsitzender der Raiffeisenbank im Kreis Plön, und Jürgen Pütz, Vorstand der Volksbank Bonn Rhein-Sieg, teil. Die Vertreter der beiden Zentralbanken betonten, dass sie bereits heute die Genossenschaftsbanken bei der Identifizierung neuer Märkte unterstützen und dies auch in Zukunft tun werden. Die Teilnehmer machten darauf aufmerksam, dass ein Preiswettbewerb dabei nicht zielführend und vielmehr ein Qualitätswettbewerb entscheidend für die Erhöhung der Marktanteile sei. Als wesentlicher Erfolgsfaktor wurde das Beziehungsbanking identifiziert, das primär den Kunden vor Ort in den Mittelpunkt rückt. Es gehe nicht nur um die Errichtung neuer Filialen, sondern um Personal, das Beziehungen zu Kunden vital und spannend gestalten kann. Aber nicht nur die Marktbearbeitung der Primärbanken sei wesentlich für den Erfolg, vielmehr müsse das gesamte genossenschaftliche Netzwerk und insbesondere die Ebene der Zentralbanken die Marktbearbeitung vorantreiben. Es existierten zahlreiche Chancen, dies umzusetzen und zudem verfügten die Zentralbanken über die richtigen Produkte. Abschließend wurde eine gemeinsame, starke Dachmarke diskutiert, wobei die Beteiligten zu dem Konsens kamen, dass Volksbanken und Raiffeisenbanken diese bereits verkörpern.



Wissenschaft traf Praxis: Jürgen Pütz, Professorin Dr. Theresia Theurl, Dr. Roman Glaser, Dr. Reiner Brüggelstrat (vordere Reihe v.l.), Werner Böhnke, Karsten Kahlcke, Wolfgang Kirsch, Martin Engstler (hintere Reihe v.l.).