

Die Gestalterbank

EINE GUTE GESCHICHTE

beginnt selten mit einem Salat ...

Bereichsleiter und Zukunftsgestalter der Volksbank eG sprechen über ihre privaten Leidenschaften – und welchen Beitrag sie für Mitglieder und die Gestalterbank leisten.

**ZUKUNFT
GEMEINSAM
GESTALTEN**

Lernen Sie die neue
Volksbank eG –
Die Gestalterbank
kennen.

ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN — das ist unsere Mission.

Kennen Sie die „Golden Circle“ Methode des Bestsellerautors Simon Sinek? Im Kern geht es darum, dass Unternehmen zunächst die Frage beantworten sollen, „warum“ sie etwas tun, ehe sie sich über das „wie“ und das „was“ definieren. 2009 revolutionierte Sinek damit das, was man heute „brand building“ nennt.

Warum wir Ihnen das erzählen? Nun, diese Herangehensweise findet man bei unserer Volksbank schon seit unserer Gründung vor über 150 Jahren.

Damals wie heute befinden wir uns in Zeiten gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und technologischer Veränderungen. Unsere Mitglieder und den Mittelstand bei ihrer Transformation mit den genossenschaftlichen Werten als verlässlicher Bankpartner zu begleiten – das war und ist unser „WARUM“.

Das Mittel der Wahl unserer Genossenschaft basiert dabei auf der Überzeugung „Was dem Einzelnen nicht möglich ist, das vermögen viele“ (Friedrich

Wilhelm Raiffeisen). Kooperationen, Netzwerke und Partnerschaften innerhalb und außerhalb der genossenschaftlichen Finanzgruppe – das ist unser „WIE“.

Die Stärke unserer Genossenschaftsbank und unsere Kreditgeberfunktion ermöglichen Investitionen, Innovationen, Wohlstand und Beschäftigung in unserer mittelständischen Wirtschaft und fördern die genossenschaftlichen Werte Eigenverantwortung, Selbstständigkeit, Subsidiarität und Solidarität – sie sind aktueller denn je. Daher fokussieren wir unser „WAS“ auf unsere Expertise im Bankgeschäft, auf Dienstleistungs- und Produktangebote sowie Technologien, die unsere Kunden wünschen.

**ZUKUNFT
GEMEINSAM
GESTALTEN**
— das treibt uns an.

Die Gestalterbank ist seit 2020 offizieller Partner des Nationalparks Schwarzwald



Der Vorstand der Gestalterbank zu Gast im neuen Nationalparkzentrum Ruhestein.

Diese Überzeugungen über unser WARUM, unser WIE und unser WAS teilen sich die Volksbank in der Ortenau und die Volksbank eG Schwarzwald Baar Hegau – sie sind die Basis für die Fusion im Jahr 2020. Gemeinsam brechen wir nun zur nächsten großen Etappe auf. Mit mehr Schwungmasse bezüglich Ertrag, Kapital, Ideen, Ressourcen und tatkräftigen Zukunftsgestaltern.

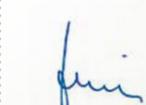
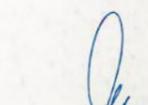
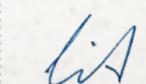
Innovation darf auch bei einer Bank kein Zufall sein – mit der Fusion sind die Weichen gestellt, um heute wie morgen für Mitglieder, Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter attraktiv zu sein. Der Markt bietet aus unserer Sicht noch enormes Potenzial. Ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2020, inmitten einer der schwierigsten weltwirtschaftlichen Herausforderungen, bestätigt unseren Weg.

Entdecken Sie nun das neue Leitbild der Volksbank – Der Gestalterbank im Detail, werfen Sie einen Blick auf unsere Strategie und unsere Organisation und lernen Sie einige Menschen aus der Bank und ihre Leidenschaften kennen.

Wir freuen uns, dass Sie Ihren Weg gemeinsam mit uns gehen

und danken Ihnen für Ihr Vertrauen, die partnerschaftliche Zusammenarbeit und Ihre Wertschätzung für unsere Arbeit.

Ihr Vorstand der Volksbank eG – Die Gestalterbank

- | | |
|---|--|
| 
Markus Dauber
Co-Vorstandsvorsitzender | 
Joachim Straub
Co-Vorstandsvorsitzender |
| 
Clemens Fritz
Vorstand | 
Andreas Herz
Vorstand |
| 
Daniel Hirt
Vorstand | 
Ralf Schmitt
Vorstand |

Innovation ist bei der Gestalterbank kein Zufall.

Sie basiert auf unseren Zukunftsgestaltern. Denn sie nutzen ihre Kompetenzen gezielt aus und gehen die Weiterentwicklung ihres Geschäftsbereichs offen an. Schon kleine Schritte können zu großen Veränderungen führen. Unsere Zukunftsgestalter sind visionär, sind sich ihrer Stärken bewusst und behalten das große Ganze stets im Blick:

Unsere **Mitglieder** und den **Mittelstand** bei deren **Transformation** mit den **genossenschaftlichen Prinzipien** Partnerschaftlichkeit, Transparenz, Solidarität, Vertrauen, Fairness, Verantwortung als **verlässlicher Bankpartner** zu begleiten und die **Kultur der Selbständigkeit** zu fördern: **Das ist unser „WARUM“.**



Ihr Erfolgsfaktor? „Ich kann beruflich und privat kreativ sein.“

S.44

Die Herausforderungen im neuen Aufgabenfeld Volksbank Direkt der Gestalterbank.

Musik, Sport, Genuss – Welche Rolle spielen diese drei im Firmenkundengeschäft?

S.14

Das umfangreiche Leistungsangebot für Firmenkunden bei der Gestalterbank.

Mit Schwung zum Ziel. S.58

Darum ist das Wachstum im Private Banking & Vermögensmanagement kein „Hole-in-One“ ...



NEUE BANK – NEUE STRUKTUR S.6

Wer Verantwortung trägt, muss Antworten auf Herausforderungen geben. Genau das tun wir.



IM TEAM ZUM ERFOLG S.36

Das Geschäftsfeld Privatkunden schlägt eine klare Route ein.



Gut Luft! – Auch für die Geschäfte. S.30

Was den Bereich Zahlungssysteme seit über 25 Jahren besonders für Michael Kienzler macht.

In jeder Perspektive gut aufgestellt. S.50

Dieter Dreher begleitet im Geschäftsfeld Immobilien die größte Investition im Leben vieler Kunden.



Editorial Seite 2

Der Aufsichtsrat Seite 64

Impressum

Herausgeber:
Volksbank eG – Die Gestalterbank
Okenstraße 7, 77652 Offenburg
Am Riettor 1, 78048 Villingen-Schwenningen

Redaktion und Koordination:
Andrea Martin | Volksbank eG
Jochen Rügner | Volksbank eG
ZWEI14 GmbH

Konzept und Gestaltung: ZWEI14 | www.zwei14.de

Fotos: Wilhelm Media | www.wilhelm-media.com

Druckerei: Müller Offset Druck, Villingen-Schwenningen

Web-Version: magazin.gestalterbank.de

Hinweis

Im Alltag mit COVID-19 ist es wichtig, Abstand zu halten und die Hygieneregeln zu achten. Die für dieses Magazin produzierten Inhalte wurden unter Einhaltung der Corona-Maßnahmen erstellt, mehrere Personen nur mit negativem Testergebnis zusammen fotografiert.

Des Weiteren verzichten wir im Interesse der Lesbarkeit in diesem Magazin auf geschlechtsbezogene Formulierungen. Selbstverständlich meinen wir alle Geschlechter (m/w/d) gleichermaßen, auch wenn nur eines genannt wird.

NEUE BANK – NEUE STRUKTUR

UNSER LEITBILD

ZUKUNFT

mit unseren Mitgliedern

Als genossenschaftlich organisierte Volksbank fördern wir die Zukunftsfähigkeit unserer Mitglieder mit **individualisierten, ganzheitlichen Lösungen** für alle finanziellen Bedarfe auf attraktiven und relevanten Märkten.

Die **vertrauensvolle Nähe** zu unseren Mitgliedern ermöglicht es uns, einen wertorientierten und umfassenden Nutzen zu stiften.

Unsere **Mitglieder sind aktive Partner und Förderer** in einer wertorientierten Gemeinschaft.

GEMEINSAM

mit den Menschen in der Bank

Wir gestalten mutig den permanenten **Wandel in der digitalen Welt**. Wir streben nach fachlicher Exzellenz, individueller Selbstentfaltung, zweckorientiertem Engagement und größtmöglicher Eigenverantwortung.

Wir sind in **kundenorientierten Wertschöpfungsteams** organisiert. In unserer **Hochleistungskultur** fokussiert Führung prinzipienorientiert auf die Gestaltung der richtigen Rahmenbedingungen.

Wir streben nach Marktführerschaft durch **Qualität, Produktivität, Innovation, Prestige und Wachstum**. Die Wertschätzung der Mitglieder ist für uns die Quelle von Motivation und Leidenschaft. Wir sind die Besten im Südwesten.

GESTALTEN

– ein Gewinn für alle

Wir stehen allen Menschen, Unternehmen und Organisationen offen, die unsere Werte und unsere genossenschaftlichen Prinzipien teilen und denen an einer langfristigen und partnerschaftlichen Geschäftsbeziehung gelegen ist.

Wir setzen uns ein für die **Prinzipien nachhaltigen Wirtschaftens**. Als die Bank mit der höchsten Gestaltungskraft sind wir integraler Bestandteil von Wirtschaft und Gesellschaft.

Wir sind Initiator und Mitgestalter **starker Ökosysteme**, in denen unterschiedliche Akteure gemeinsam Werte erzeugen. Wir sind „ein Gewinn für alle“.

» Wer VerANTWORTung trägt, muss ANTWORTEN auf die Herausforderungen geben können. Genau das tun wir: mit der richtigen Strategie, der richtigen Struktur und der richtigen Kultur.

Joachim Straub



Markus Dauber

Wir arbeiten, denken und leben in Wertschöpfungsteams.

Formelle Strukturen sind in einer Bank für viele Aufgaben wichtig. Doch Leistung und Erfolg entstehen selten in einem hierarchischen System. Deshalb gestalten wir die Zukunft gemeinsam in einer agilen Organisation: in unseren Wertschöpfungsteams. Sie sind der Ort, an dem Synergien genutzt und Knowhow gebündelt wird – für schnelle Ergebnisse und den maximalen Kundennutzen.

DIE VORTEILE AUF EINEN BLICK

HOCHLEISTUNGSKULTUR

Vernetzte Strukturen und agile Teamarbeit anstelle von Silodenken.

BEDARFSGERECHT STATT 08/15

Erforderliche Expertisen und fachliche Exzellenz sitzen von Beginn an zusammen.

KUNDENNÄHE

Schnellere Reaktion auf veränderte Kundenwünsche und Rahmenbedingungen.

GEMEINSAME VERANTWORTUNG

Kontinuierlicher Verbesserungsprozess, der auf Eigenverantwortung und Engagement beruht.

GESCHÄFTSFELDER „MARKT“

- Firmenkunden
- Zahlungssysteme
- Privatkunden
- Volksbank Direkt
- Immobilien
- Private Banking & Vermögensmanagement
- Kreditrisikomanagement



PRODUKTION & FUNKTIONALBEREICHE

- Business Excellence + Operations
- Compliance
- Interne Revision
- Marketing Firmenbank
- Marketing Privatbank
- Personal
- Produktion
- Unternehmensentwicklung
- Unternehmenssteuerung
- Unternehmenssteuerung/Finanzen
- IT & Zahlungssysteme Operations
- Produktion & Kreditrisikomanagement



Wir arbeiten, denken und leben in **WERTSCHÖPFUNGSTEAMS.**

„Wertschöpfung rauf – Verschwendung runter: Das sind die beiden Stoßrichtungen, um beste Kosten und beste Qualität zu erreichen.“



Christian Weiß
IT & Zahlungssysteme Operations



„Die Arbeit in

Wertschöpfungsteams

macht uns flexibler und

schneller. Sie entspricht

dem Geist des

Unternehmertums.“



Bernhard Simon
Firmenkunden

„Für den Kunden muss maximaler Kundennutzen entstehen. Mit den Wertschöpfungsteams bringen wir mehrere Kompetenzen zusammen und dem Kunden damit den größten Mehrwert.“



Sandra Wörner
Volksbank Direkt

„Durch unsere Zusammenarbeit in agilen, lösungsorientierten und kundenfokussierten Wertschöpfungsteams bündeln wir die notwendigen Kompetenzen optimal, um die vom Kunden benötigten Lösungen schnell und in höchster Qualität bereitzustellen.“



Michael Panter
Produktion



DAS SAGEN UNSERE ZUKUNFTS- GESTALTER

„In einer sich rasant
ändernden Arbeitswelt
müssen wir permanent
Barrieren der
Wertschöpfung abbauen.“



Markus Harrer
Interne Revision



„Die bereichsübergreifende Zusammenarbeit ermöglicht den internen Bereichen, die Ziele und Anforderungen der Marktbereiche genau zu kennen, flexibel und agil zu handeln, um damit gemeinsam die Kunden der Gestalterbank zu begeistern.“



Dr. Hans-Christof Gierschner
Personalmanagement

„In einem komplexen Umfeld ist Wertschöpfung nur in einem „Miteinander – Füreinander“ möglich.“



Markus Stiepermann
Private Banking & Vermögensmanagement

9,1 Mrd. €

Bilanzsumme

DIE GESTALTERBANK IN ZAHLEN

115.341

Mitglieder

8,9 Mrd. €

Kunden Anlagenvermögen

236.000

Kunden

965

Team

79,2 Mio. €

Betriebsergebnis

7,2 Mrd. €

Kunden Kreditvolumen

Nr. 1

in Baden-Württemberg

(Nr. 5 aller Volksbanken in Deutschland)

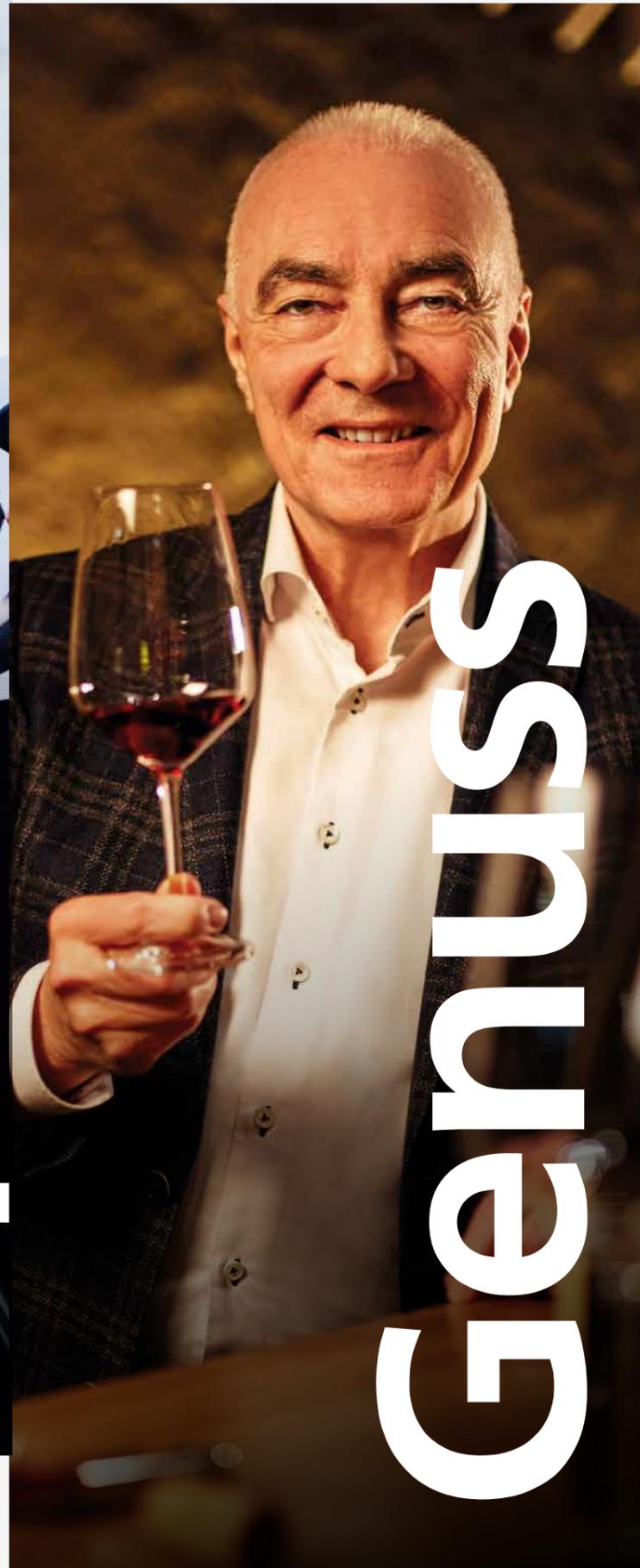




MUSIK



SPORT



GENUSS

Welche Rolle spielen diese drei im Firmenkundengeschäft?

So viel sei verraten: Die Volksbank eG – Die Gestalterbank ist Markführer im Firmenkundengeschäft. Ein großes Leistungsangebot deckt ab, was Unternehmer suchen. Denn auch die Gestalterbank wird von Unternehmern geführt, die wissen, wie es voran geht.

Im Mittelpunkt des Firmenkundenbereichs: Bernhard Simon, Musiker mit Herz, Gerold Schulze, Hobbysportler durch und durch und Peter Schweikert, Genussmensch mit dem Gespür für Gutes. Alle drei sind in der ersten Reihe der Volksbank für die Zukunft des Firmenkundengeschäfts zuständig. Warum sie von Musik, Mountainbiking und Wein sprechen, wenn es um die Zukunft des Firmenkundengeschäfts geht? Das verraten sie „on tour“ ...



Der Ton macht die Musik: Großes Repertoire für Firmenkunden.

Bernhard Simon beugt sich nach vorne, die helle Akustikgitarre auf einem Bein abgestützt, den Blick konzentriert auf die Notenblätter vor ihm gerichtet. Sorgfältig zupft er mit den Fingern eine Saite an, gefolgt von zwei weiteren Anschlägen. So mancher Musikliebhaber erkennt die Melodie bereits: Simon übt gerade in stetiger Wiederholung die ersten Akkorde aus „Layla“ von Eric Clapton.

Vollen Fokus setzt Bernhard Simon auch beruflich. Seine Firmenkunden betreut der Bereichsleiter seit Jahrzehnten erfolgreich, weiß die Möglichkeiten des Geschäftsfelds zu nutzen. In den vergangenen Jahren ist das Firmenkundengeschäft im Kreditbereich zweistellig gewachsen. „Wir müssen das Kreditgeschäft auch künftig ausweiten. Da wir aber bereits einen großen Marktanteil haben, ist es schwieriger, diesen anzuheben. Gleichzeitig verfügen die Unternehmen über genügend Eigenkapital für ihre Investitionen“, zeigt Simon die derzeitigen Rahmenbedingungen auf, die einer Wachstumsstrategie nicht gerade in die Karten spielen. Doch mit der Fusion und der damit verbundenen Kräftebündelung hat die Gestalterbank eine Bankengröße, die auch in einem konjunkturell schwierigen Umfeld und der erwarteten sinkenden Kreditnachfrage für weitere Wachstumsimpulse sorgen kann. Der Bereichsleiter ist optimistisch: „Durch die Fusion hat sich nicht nur die Bilanzsumme verdoppelt – auch die Kreditgrenzen sind deutlich angestiegen. Wir haben mehr Schwungmasse. Zudem arbeiten wir partnerschaftlich mit anderen Genossenschaftsbanken im Konsortialgeschäft zusammen.“ Simon betont damit die Position der Gestalterbank als dem verlässlichen Partner für alle finanziellen Anliegen der Firmenkunden in der Region.

Für diese Position leistet die Volksbank einiges, denn das ganzheitliche Angebot unterstützt die Firmenkunden in allen Bereichen: Hierzu zählen unter anderem sämtliche Finanzierungsbausteine, das Zins-, Währungs- und Liquiditätsmanagement, der Zahlungsverkehr, Auslandsgeschäfte und die Absicherung unternehmerischer Risiken sowie Vorsorgemodelle.

Kreditträge können dabei heute mitunter in wenigen Klicks abgeschlossen werden, betont Simon: „Corona hat der Digitalisierung einen großen Schub gegeben.

Selbstverständlich wollen wir unseren Firmenkunden damit das Banking so einfach wie möglich gestalten. Gerade bei standardisierten Produkten nimmt der digitale Kontakt daher zu.“ Das digitale Leistungsangebot für Bestandskunden ist aber nur eine Komponente. Denn bereits den Einstieg in die Banking-Welt können Firmenkunden bei der Gestalterbank mit wenigen Klicks selbst in die Wege leiten: „Mit der Online-Kontoeröffnung für gewerbliche Konten bieten wir eine komplett digitale Beratung an, über die Firmen ihre Kontoeröffnung digital abwickeln können. Das funktioniert für alle gängigen Rechtsformen reibungslos und wie man es von uns gewohnt ist: sehr schnell.“

Simon ist bei der nächsten Tonfolge angekommen und wird mit jeder Wiederholung sicherer. Als Absolvent der Trossinger Musikhochschule mit der Qualifikation Orchesterleiter weiß er, was es heißt, seinen Part zu üben und zu beherrschen – und er weiß auch, dass er als Dirigent nicht allein über ein gutes Konzert entscheiden kann: Alles steht und fällt mit der Leistung des gesamten Orchesters.



„Digitale Angebote begeistern unsere Firmenkunden: An jedem Ort, zu jeder Zeit individualisierte Lösungen mit größter Kundenzentrierung – das ist unser Anspruch.“

— Bernhard Simon

„Erfolg ist immer die Summe aus dem Beitrag jedes einzelnen Teammitglieds. Unsere Arbeit bei der Gestalterbank vergleiche ich gerne mit einem Orchester: Jeder ist individuell gut in seinem Job – aber erfolgreich sind wir nur in der Zusammenarbeit“, erklärt Simon. Für ihn ist die Arbeit in Wertschöpfungskonstruktionsteams – also die interne Vernetzung im Firmenkundeninteresse – ein wichtiger Schlüsselfaktor: „Jeder Firmenkunde hat einen festen Ansprechpartner, mit dem auch das persönliche Miteinander stimmt. Und jeder Firmenkundenberater kümmert sich ganzheitlich um seine Kunden – immer im Sinne eines optimalen Kundenverständnisses. Dazu organisieren wir die Anforderungen und Wünsche intern in individuellen Spezialistenteams und bündeln so die Kenntnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bereichsübergreifend. Diese Arbeit in Wertschöpfungskonstruktionsteams treiben wir nun, da sie institutionalisiert ist, noch stringenter voran.“ So bietet die Gestalterbank für jeden Firmenkunden passende Lösungen – und zwar nicht nur, was geschäftliche Finanzierungen anbelangt.

Denn auch im Firmenkundenbereich rückt das Hausbankmodell in den Mittelpunkt der Kunde-Bank-Beziehung: „Je höher die Intensität der Zusammenarbeit, desto höher ist der Firmen-HausBank-Status und damit auch die Höhe des Treuebonus auf den monatlichen Grundpreis des Geschäftskontos“, erklärt Simon. Berechnet wird der Treuebonus anhand gesammelter Treuepunkte, die die Firmenkunden in verschiedenen Bedarfsfeldern sammeln können. Dazu zählen: Liquidität und Zahlungsverkehr, Vermögen, Investition und Finanzierung, Absicherung, Vorsorge und Mitarbeiterbindung. Das Thema Mitgliedschaft erhält als Bonus-Bedarfsfeld eine separate Rolle. „Maßgebend für den Firmen-HausBank-Status ist immer der Stichtag zum 31. Dezember. Der dort ermittelte HausBank-Status gilt für ein Kalenderjahr. Selbstverständlich kann der Status auch unterjährig durch die Intensivierung der Zusammenarbeit mit unserem Haus erhöht werden.“

Simon weiß, dass ein breites Leistungsangebot und Produktportfolio den Weg zu einer intensiven Zusammenarbeit für die Firmenkunden ebnet. „Wir haben ein Lebensphasenkonzept entwickelt, mit dem wir unsere Firmenkunden ganzheitlich betreuen. Das beginnt bei der Existenzgründung, geht nach den ersten Erfolgen in die Wachstumsphase über, bis zuletzt die Nachfolge geplant wird. Während jeder Phase beraten wir die Unternehmen vollumfänglich und sehr individuell“, erklärt Simon das Konzept. Mit der Gestalterbank haben Kunden somit nicht nur den richtigen Ansprechpartner für einen Kredit, sondern legen auch die dazugehörigen Absicherungen oder die Altersvorsorge in kompetente Hände – und profitieren dank HausBank-Modell doppelt.

Damit ist klar: In der Firmenkundenbank erhalten Kunden kein kurzes Solo, sondern eine ganze Symphonie – harmonisch und optimal aufeinander abgestimmt. Für Bernhard Simon steht dabei fest: „Im Beruf und in der Musik braucht es dafür mehr als Talent - Professionalität erzwingt permanente Weiterentwicklung und Anstrengung. Die Begeisterung unserer Kunden ist für uns der Lohn, wie der Applaus das Brot für Künstler ist. Und ist nicht genau das unsere Story? Denn als Gestalterbank tun wir seit jeher unser Möglichstes, um Träume zu verwirklichen und den Weg finanziell freizumachen.“



„Erfolg ist immer die Summe aus dem Beitrag jedes einzelnen Teammitglieds. Unsere Arbeit bei der Gestalterbank vergleiche ich gerne mit einem Orchester: Jeder ist individuell gut in seinem Job – aber erfolgreich sind wir nur im harmonischen Zusammenspiel.“

— Bernhard Simon



Steil bergauf im Firmenkundengeschäft.

Während Simon zu Hause in Villingen Akkorde übt, nimmt sein Kollege Gerold Schulze in Offenburg nur den Wind in den Ohren und das rhythmische Rasseln der Fahrradkette wahr. Er ist auf seinem Mountainbike inmitten der Natur unterwegs. Reifenbreite, Rahmengröße, Sitzhöhe: Alles ist perfekt auf ihn abgestimmt. Ein Gefühl der Sicherheit überkommt ihn. Mit einem beherzten Schwung tritt er in die Pedale und lässt Meter um Meter hinter sich, immer weiter bergauf.

Steil bergauf geht es auch, wenn der Bereichsleiter im Firmenkundengeschäft der Gestalterbank gemeinsam mit seinen Kunden Projekte realisiert: Existenzgründungen, Unternehmenskäufe, Investitionen in Wachstum und Innovation, in das Bauträgergeschäft oder in die Entwicklung großer Immobilienprojekte – die Gestalterbank verfügt über die nötige Expertise. Mit der gewerblichen Immobilien- und Bauträgerfinanzierung für institutionelle Investoren, Bauträger, Projektentwickler und der Wohnungswirtschaft sowie der Akquisitionsfinanzierung für den Erwerb mittelständischer und größerer Unternehmen gestaltet die Volksbank Finanzierungslösungen nach Maß. Schulze weiß, um Ideen und Unternehmen am Markt weiterzuentwickeln braucht der Mittelstand starke Partner, die diese Investitionen ermöglichen. Partner wie die Gestalterbank: „Dank unserer klaren Positionierung im gewerblichen Mittelstand, im Segment der Bauträger- und Projektfinanzierungen sowie im Segment der Akquisitionsfinanzierungen haben wir eine unglaublich positive Resonanz erfahren und werden seither vom Neugeschäft quasi überrollt.“

Was die Volksbank eG – Die Gestalterbank vom Wettbewerb abhebt? Die Antwort liegt für Schulze auf der Hand: „Exzellente Mitarbeiter, die agil im Wertschöpfungsteam zusammenarbeiten und die die Förderung des Mittelstands und die Kultur der Selbstständigkeit als ihre Mission verstanden haben.“ Indem sich die Gestalterbank noch stärker auf die Organisation in Wertschöpfungsteams, bestehend aus segmentspezifischen Spezialistenteams mit Kollegen aus Markt und Marktfolge, fokussiert, konnte ein neues Leistungs- und Qualitätsniveau erreicht werden: „Professionalität, Schnelligkeit, Verlässlichkeit und Kontinuität bei den Ansprechpartnern sind für unsere Kunden die wichtigsten Attribute für eine

erfolgreiche Partnerschaft – genau das erfüllen wir.“ Das bestätigen auch die Zahlen: So ist die Volksbank im Teilmarkt Ortenau mit einem Firmenkundenmarktanteil von rund 55 Prozent Marktführer und damit DER Finanzierungspartner im industriestärksten Landkreis am Oberrhein. Doch auch weit über die Heimatregion hinaus hat die Gestalterbank Unternehmer-Netzwerke aufgebaut, die das Wachstum der letzten Jahre wesentlich gestalten.

Man könnte fast sagen, das Firmenkundengeschäft läuft wie geschmiert. Doch wie beim Mountainbiken muss man für den Erfolg auch in die Pedale treten. Und so steht Schulze mit seinem Team nicht still, seinen Bereich voranzutreiben.



„Chef ist nicht der, der etwas tut, sondern der, der das Verlangen weckt, etwas zu tun.“

Man muss mit den richtigen Leuten zusammenarbeiten, sie achten und inspirieren. Dauerhafter Erfolg ist nur im Team möglich.“

— Gerold Schulze

„Wir können immer noch einen Gang hochschalten.“

Seit rund 30 Jahren findet Schulze den Ausgleich in der Natur auf seinem Bike. Und auch heute erklimmt der 61-Jährige den Berg aus eigener Kraft. Auf eine motorisierte Hilfe verzichtet er und blickt stattdessen stolz auf die hinter ihm liegende Strecke, die er soeben bewältigt hat.

Ein Ehrgeiz, den er mit ins Firmenkundengeschäft trägt, denn auch hier nimmt er gerne neue Herausforderungen an. So hat sich die Gestalterbank im Segment der Akquisitions- und Innovationsfinanzierungen in den letzten Jahren bundesweit einen exzellenten Ruf erarbeitet. „In dieser hochspezialisierten Nische haben wir innerhalb des genossenschaftlichen Sektors wieder eine Pionierleistung vollbracht. Wir erreichen hierdurch neue Kundengruppen, Technologien und Netzwerke mit erheblichen Wachstumschancen“, zeigt sich Schulze sichtlich begeistert.

Baden-Württemberg belegt in Sachen Innovationsfähigkeit regelmäßig die vordersten Plätze. Mit der digitalen Transformation und den damit einhergehenden neuen Geschäftsmodellen in vielen Branchen stehen Kunden und auch Banken jedoch vor großen Veränderungen – Veränderungen, welchen die Gestalterbank gewachsen ist. Schulze verdeutlicht: „Immer mehr Branchen nutzen die Digitalisierung, um auch die eigenen Geschäftsmodelle weiterzuentwickeln. Durch unsere Expertise im Zahlungsverkehr und in der Finanzierung sind wir der prädestinierte Partner für diese innovativen Unternehmen.“ Innovationen, deren Markteintritt oder Wachstum die Gestalterbank in vielfältiger Form unterstützen kann: Durch direkte Beteiligungen oder über Beteiligungsgesellschaften engagiert sich die Volksbank auch mit Eigenkapital und Mezzanine-Kapital und kann so neben dem Zins auch vom Wertzuwachs dieser Unternehmen profitieren. Ein wesentliches „Asset“ sei insbesondere ein breit aufgestelltes Netzwerk, erläutert Schulze: „Die Investoren sind vermögende Privatleute, Private Equity Fonds, institutionelle Anleger wie Pensionsfonds oder Stiftungen oder auch Banken und Versicherungen. Zudem arbeiten wir mit vielen Business Angels und Acceleratoren zusammen, die schlichtweg Freude daran haben, junge Unternehmer und Start-ups zu unterstützen. Manchmal ist es bei uns wie in der ‚Höhle der Löwen‘.“

Aus diesen Netzwerken resultieren viele weitere Kontakte, die der Bereichsleiter künftig strategisch gezielt ansprechen und gewinnen möchte.

Gemeinsam mit den anderen Geschäftsfeldern innerhalb der Gestalterbank und dem Investment-Bereich der Tochterfirma First Innovation Invest sieht Schulze so eine ganzheitliche Reise der Unternehmen vor sich: „In der Gründungsphase begleiten wir die Start-ups mit der First Innovation Invest sowie in Zusammenarbeit mit unseren zahlreichen Kontakten zu startup bw, den Hightech-Gründerfonds oder verschiedenen Venture-Capital-Gesellschaften. Wenn das Unternehmen den Markteintritt geschafft hat und stabile Cash-Flows generiert, begleiten wir die Wachstumsphase und sorgen für die optimale Liquiditäts- und Finanzierungsstruktur. Schließlich sind wir auch in der Unternehmensnachfolge – ob innerhalb oder außerhalb der eigenen Familie – erster Ansprechpartner für die Unternehmer.“ Eine tiefe Geschäftsbeziehung ist also der Schlüssel zu mehr gemeinsamem Wachstum – auch über Generationen hinweg. Der Bereichsleiter scheut sich nicht vor inspirierenden Vergleichen: „Das Fahrrad entstand nicht durch die ständige Verbesserung der Kutsche. Man muss den Status quo infrage stellen und neu denken. Genau das ist das, was wir auch heute noch in der Firmenkundenbank machen. Aber weil wir unsere Kunden – deren Geschäftsmodelle und Bedarfe – so gut kennen, sind wir garantiert immer 3 Schritte schneller als der Wettbewerb.“

Ob beruflich oder privat – es zeigt sich deutlich: Einen Plan hat Gerold Schulze immer in der Tasche. Beim Mountainbiken verschafft er sich in neuen Gegenden Orientierung. Heute ist er auf gewohntem Terrain unterwegs und kann direkt Vollgas geben. Während er den Hang hinuntersaust, warnt er Passanten vorsorglich mit einem „Achtung – Weg frei.“ Es erinnert beinahe an seine Devise im Berufsleben: „Wir machen den Weg frei.“



Gestalterbank-Firmenkunden sind einen Schritt voraus:

Die Business-Akademie

In jedem guten Unternehmen steckt ein noch besseres. Wie man neue Potenziale und Möglichkeiten findet? Diesen Blick über den Tellerrand möchten wir unseren Firmenkunden schenken. In unserer Webkonferenz-Reihe „Business-Akademie“ geben namhafte Referenten Unternehmern und Mitarbeitern wertvollen Input zu wichtigen Fach- und Managementthemen.

Weitere Informationen unter
www.gestalterbank.de/akademie

Die Zukunft des Firmenkundengeschäfts in 60 Sekunden:

GEROLD SCHULZE



PERSÖNLICH ODER DIGITAL?

Klare Antwort: Digital-Persönlich. (lacht)
60 % der Firmenkunden präferieren für die alltäglichen Bankanwendungen digitale Lösungen – Tendenz steigend. Bei beratungsintensiven Fragestellungen ist aber das persönliche Gespräch unverzichtbar. Auch das können wir dank moderner Web-Konferenzsysteme und unserem digital-persönlichen Angebot V@ON digital unterstützen. Während der Corona-Pandemie hat uns das großartig geholfen.

GRÖSSTER MEHRWERT?

Wir begleiten die Unternehmen als verlässlicher Bankpartner in allen Lebensphasen des Unternehmens. Unsere Mitarbeiter bringen ein tiefes Verständnis und betriebswirtschaftliches Knowhow für die Geschäftsmodelle unserer Kunden mit. Professionalität und Empathie schafft Vertrauen – die wichtigste Größe in der Zusammenarbeit.

GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG?

Unternehmer und Kreditgeber brauchen möglichst stabile Rahmenbedingungen. Die COVID-19-Pandemie hat weltweit die Spielregeln verändert. Unsicherheit macht sich in Wirtschaft und Gesellschaft breit. Aber: Probleme sind ja keine Stoppschilder, sondern Wegweiser. Kreativität ist mehr denn je gefragt.

BERNHARD SIMON



PERSÖNLICH ODER DIGITAL?

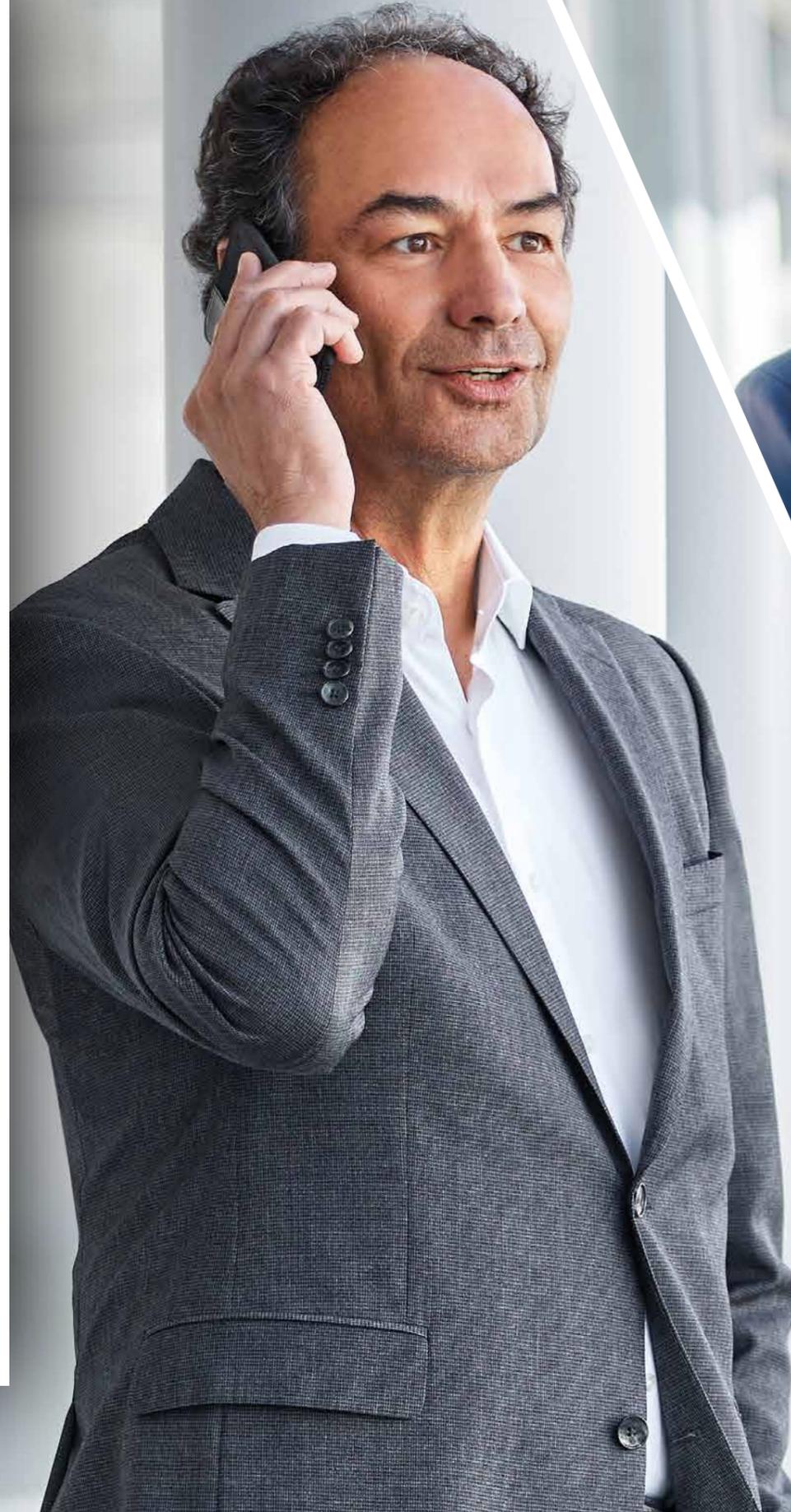
Je standardisierter, umso digitaler – je individueller, umso persönlicher. Anders als im Retailbanking wird die persönliche Betreuung unverändert einen hohen Stellenwert in der Kunden-Bank-Beziehung einnehmen. Aber: Der Trend zur Digitalisierung nimmt weiter Fahrt auf und die Erwartungen unserer Kunden an Effizienz und Schnelligkeit steigen.

GRÖSSTER MEHRWERT?

Wir arbeiten gerne mit Menschen – mit Unternehmern – zusammen und versuchen, trotz der hohen Kundenfrequenz viel Zeit mit jedem Einzelnen zu verbringen. Unser Fokus liegt auf den Bedürfnissen der Kunden. Das macht uns zu einem kompetenten Berater und vor allem zu einem unternehmerischen Sparringpartner. Seit Jahrzehnten.

GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG?

Wir müssen in den realwirtschaftlichen Wertschöpfungsketten relevant bleiben. Viele Branchen transformieren sich zum Beispiel zu Plattformen. Wenn wir hier nicht mit unseren Zahlungsverkehrs- und Finanzierungslösungen dabei sind, verlieren wir ganze Kundengruppen. Diese Entwicklung fordert uns auch und vor allem bei der Weiterentwicklung unserer eigenen Produkte im Rahmen des digitalen Wandels. Deshalb müssen wir immer mehr und gezielter für unsere Kunden Mehrwerte schaffen. Dann können wir noch viel erreichen.



GEROLD SCHULZE

BERNHARD SIMON

„Eine gute Geschichte beginnt selten mit einem Salat ...“

Für einen Genussmenschen wie Peter Schweikert, geht ein köstliches Essen einher mit einem harmonisierenden Glas Wein. Der Feinschmecker liebt es, die verschiedenen Reben, Kulturen und Winzer kennenzulernen. Eine Neugier, die den langjährigen Volksbänker auch die gesamte Karriere begleitete. Staubige Routinen sucht man bei ihm vergebens: Er verbrachte die vergangenen 4 Jahre damit, eine neue Strategie in der Gestalterbank zu etablieren ...

Herr Schweikert, Sie bleiben der Gestalterbank als Geschäftsführer der First Innovation Invest erhalten – obwohl Sie in den Ruhestand gehen könnten. Warum?

In Anlehnung an einen bekannten Musiker sage ich: „If it's not good yet, it's not the end.“ Deshalb habe ich noch einen Anspruch an mich, an mein Tun und an den Erfolg der Volksbank. Der Aufbau unserer Beteiligungsholding First Innovation Invest war eine große Herausforderung. Nun bietet sich die Chance, die begonnene Strategie zu etablieren und auszubauen.

Erzählen Sie mehr zur First Innovation Invest. Wie steht sie im Zusammenhang mit der Gestalterbank? Welche Rolle nimmt sie ein?

Die First Innovation Invest war quasi unsere eigene Start-up-Gründung. Junge Unternehmen sind Innovationstreiber und unsere Kunden von Morgen. Deshalb riefen wir 2017 die First Innovation Invest GmbH als 100-prozentige Tochtergesellschaft der Volksbank ins Leben. Über sie können wir als Eigenkapitalgeber für Start-up Unternehmen fungieren. Das Geschäftsmodell ist, Unternehmen in einer frühen Phase zu gewinnen und über alle Unternehmensphasen hinweg das Wachstum zu begleiten – aber eben nicht nur mit dem klassischen Bankkredit, sondern auch mit Eigenkapital. Wir verdienen unser Geld also nicht durch Zinsen, sondern indem wir Unternehmenswerte steigern.

Waren die ersten Schritte eine große Herausforderung? Die Entwicklung der Strategie, der Aufbau Ihres Netzwerks? Schließlich waren Sie viele Jahre in völlig anderen Bereichen der Bank tätig.

Vom Thema Investments hatte ich trotz langjähriger Erfahrung im betriebswirtschaftlichen Bereich so viel Ahnung wie, naja, wie man von einem Bereich hat, in dem man noch nie unterwegs war. *lacht* Es ist bei den Investments wie bei einem guten Glas Wein: Die Geschichte, die hinter dem Wein steht, die gesamte Produktion, die Winzer-Persönlichkeit – all das kann man kennenlernen. Indem ich mich mit den Winzern unterhielt, lernte ich mit der Zeit neben der Weintechnik auch Sprachen wie Italienisch und Französisch. Für mein neues Aufgabengebiet bedeutete es auch, erst einmal den Austausch zu suchen und zu lernen. Veranstaltungen in der Gründerszene, Gespräche mit Unternehmern und Investoren sind der Rahmen – letztlich sind es die Verbindungen zu Menschen, wie im klassischen Bankgeschäft eben auch. Was fehlte, waren schließlich nur noch die Unternehmen, der sogenannte ‚Dealflow‘.





„Ich probiere Unternehmen aus wie Weine bei einer Weinprobe und versuche die Struktur und Charakteristik zu erkennen.“

— Peter Schweikert

Und die haben Sie dann gefunden?

Gemeinsam mit der Wirtschaftsinitiative „Baden-Württemberg connected“, begleiten wir junge Unternehmen bereits in der PreSeed-Phase als Co-Investor mit dem Land. So konnten wir über einen großen Teil der 14 Millionen Landesmittel für Gründer entscheiden. Parallel hierzu hat die Volksbank in zwei institutionelle Fonds der Lea-Partners investiert. Und so hat sich ein Netzwerk an Investoren, Fonds und Gründern gebildet – das Ganze wurde praktisch immer weiter ausgebaut. Und: Wir wissen dieses Netzwerk zu spielen, das ist ein riesiger Asset. So waren wir engagiert unterwegs und haben Risikokapital zur Verfügung gestellt, wie es keine andere Bank zu dem Zeitpunkt in Baden-Württemberg getan hat. Bis wir feststellten: Wir hatten einen Leuchtturm erstellt, der auf das gesamte Bundesland strahlte. Heute kann ich sagen, es dürfte kaum noch eine Gründung in Baden-Württemberg geben, von der wir nichts erfahren. Und das ist ein sehr hoher Anspruch.

Mit der „Höhle der Löwen“ hat ja heute jeder eine gewisse Vorstellung von Start-up Investments. Kann man sich das bei der First Innovation Invest ähnlich vorstellen? Stehen Menschen und Geschichten hier auch im Mittelpunkt für den Erfolg?

grinst Mit unserem Team veranstalten wir selbst Pitching-Events und begleiten die unserer Partner auch als Juroren. Ganz klar steht neben dem Businessplan das Storytelling im Mittelpunkt – also die Frage: „Wie erklärt man in 5 Minuten ein Geschäftsmodell, sodass man es versteht“? Das gilt für die Unternehmer und Unternehmen, in die wir investieren, das galt aber auch für unseren eigenen Erfolg. Unsere Geschichte war für den Aufbau unseres Netzwerks immens wichtig: Wie kommt die Volksbank auf das Thema Investment? Die Existenzgründung, die Förderung des Mittelstands und der Selbstständigkeit – all das sind ja die ureigenen Aufgaben unserer Bank. Nun also zu sagen „Wir suchen die erfolgreichen Mittelständler von morgen“ passt in unser genossenschaftliches Denken. Kombiniert mit unserer Affinität zur Digitalisierung, einer Kombination aus Transformations- und Transaktionsgeschäft und vielen weiteren strategisch wichtigen Details entstand quasi die Erfolgsgeschichte der First Innovation Invest. Und mit Storytelling kommt man ins Gespräch.



Heute lerne ich jede Woche 5 bis 8 neue Geschäftsmodelle und Unternehmer kennen, ihre Passion, die Motivation und welche Ziele dahinterstecken. Ich probiere Unternehmen aus wie Weine bei einer Weinprobe und versuche die Struktur und Charakteristik zu erkennen und herauszuarbeiten. Es geht dabei nicht darum, ob mir das Geschäftsmodell persönlich schmeckt. Es geht darum, ob das Geschäftsmodell trägt und Kunden findet, denen es schmeckt und die es begeistert. Diese Arbeit ist ein Genuss. Und dieses genießerische Element ist das, was mich antreibt.

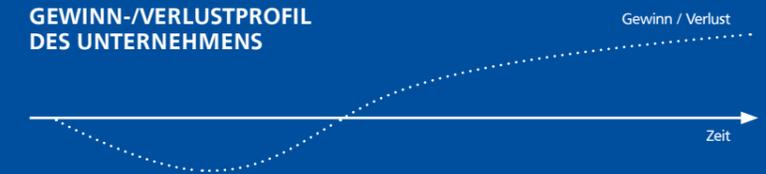
Abschließende Frage, Herr Schweikert: Worauf freuen Sie sich nun in Ihrer neuen Rolle als Geschäftsführer der First Innovation Invest am meisten?

Ich freue mich darauf, mit unserer Tochterfirma und dem Team der Firmenbank unsere Erfolgsgeschichte weiter zu gestalten. In der Volksbank ergänzen wir mit der First Innovation Invest nun optimal den neuen Teilbereich der Innovationsfinanzierung – und haben bis hierher bereits eine tolle Erfolgsgeschichte geschrieben. Dennoch wollen wir weiter wachsen, die Netzwerke weiter ausbauen und dabei die Qualität aufrecht erhalten. Wie bei einem guten Wein ist das ein spannender Prozess: Man kann eine Rebe kultivieren und veredeln. Optimiert man zu viel, könnte allerdings die besondere Charakteristik verloren gehen. Es ist viel Arbeit für ein besonderes Glas Wein. Doch eine gute Geschichte beginnt selten mit einem Salat. Erfolg fällt eben niemandem in den Schoß: keinem Winzer und keinem Volksbanker.

Finanzierung entlang des Lebenszyklus von Unternehmen



GEWINN-/VERLUSTPROFIL DES UNTERNEHMENS



FINANZIERUNG DES UNTERNEHMENS

Friends, Family & Fools: Angels	Venture Capital	Private Equity i. e. S.	Bankkredite, Börse, etc.
· Entwicklung Prototyp · Proof of Concept	· Vertriebsaufbau · Markteinführung	· Vertriebsaufbau · Produkterweiterung	· Internationalisierung · M&A



→ **Michael Kienzler**

Bereichsleiter des Geschäftsfelds
Zahlungssysteme und
Geschäftsführer der First Cash
Solution GmbH

Gut Luft!

— Auch für die Geschäfte.

Michael Kienzler, Bereichsleiter des Geschäftsfelds

→ **Zahlungssysteme**, sagt über sich selbst: „Ich bin keiner, der zwei Jahre lang dasselbe machen könnte.“

Was den Bereich Zahlungssysteme seit über 25 Jahren besonders für ihn macht und warum er dort eine erfolgreiche Zukunft sieht, hat der 54-Jährige nach seinem Urlaub verraten – in dem er auch eine neue Leidenschaft fand: das Tauchen ...



↓ DIE VORBEREITUNG

Die Malediven: Sonnenschein, weiße Sandstrände und türkisblaues Wasser, so weit das Auge reicht. Hier kann man die Seele baumeln lassen – und noch mehr. Denn Hobbysportler Michael Kienzler möchte die atemberaubende Unterwasserwelt entdecken, die Taucher aus allen Herren Länder anzieht. Mit Taucheranzug, Tarierweste und Pressluftflasche ausgestattet steigt er ins kühle Nass. Ein Übungsbecken. Denn Kienzler muss, wie im Leben üblich, zunächst die Grundlagen erlernen.

Als der Elektronik-Ingenieur 1994 zur Volksbank kam, sollte es auch nur ein kleiner Ausflug ins Kaufmännische sein. Doch die Möglichkeiten im Zahlungsverkehr lehrten ihn schnell eines Besseren: „Wir sind die einzige Primärbank, die dieses Geschäft aktiv in diesem Umfang betreibt und haben von Anfang an alle Freiheiten bekommen, den Zahlungsverkehr neu zu gestalten. Heute arbeiten rund 90 Menschen in der Volksbank in diesem Bereich – und das Geschäftsfeld soll und wird in Zukunft weiter wachsen.“

Das Potenzial ist gegeben, denn derzeit liegt der Marktanteil in Deutschland noch bei unter 5 Prozent. In manchen Bereichen sogar bei unter 1 Prozent. Kienzler verschafft Klarheit: „Wir teilen uns den Markt mit Global Player, die 35 Prozent des europäischen Zahlungsmarktes beherrschen, aber auch 20.000 Mitarbeiter stark sind. Das ist eine ganz andere Hausnummer und da müssen wir unsere Nische finden.“

Große Herausforderungen meistern, damit kennt er sich aus – spätestens seit seinem Tauchkurs: Strömung, Windstärke und Gezeiten. Michael Kienzler muss sich mit Weitblick und Umsicht mit diesen Themen befassen, wenn er sich für einen Tauchgang bereit macht.



DIE BEWEGGRÜNDE

Und diese Eigenschaften weiß er einzusetzen: In kaum einem anderen Geschäftsfeld treffen Gegenwart und Zukunft deutlicher aufeinander. Zahlungssysteme und das Mobile Payment gehören heute zu den zukunfts-trächtigen, innovativen und wegweisenden Geschäftsfeldern – und gleichen damit einer ständigen Herausforderung. So war es nur folgerichtig, dass Kienzler Geschäftsführer der First Cash Solution GmbH wurde.

Er hat seither die Aufgabe, mit seinem Geschäftsfeld dem Wandel zu begegnen – und das nicht erst seit der aktuellen Pandemie, obgleich diese für Beschleunigung sorgte. „Wir hatten in Branchen wie dem Lebensmittelbereich ein massives Wachstum in Richtung Kartenzahlungen. Die Menschen möchten ihren Kontaktpunkt reduzieren und verzichten auf Bargeld – viele bis dato zurückhaltende Händler, wie z. B. Bäckereien, sind diesem Wunsch nun nachgekommen.“

Schon heute nutzt mehr als die Hälfte der Kunden bargeldloses Bezahlen im Einzelhandel – sofern die Möglichkeit angeboten wird. Und denkt man an die neuen Optionen, wie beispielsweise das mobile Bezahlen mit dem Smartphone, dann wird die Relevanz dieses Geschäftsfelds in Zukunft noch deutlich zunehmen. Dass dieses Transaktionsvolumen in Summe zugenommen hat, kommt auch dem Geschäftsfeld Zahlungssysteme zugute: „Obwohl aufgrund der Corona-Pandemie zum Beispiel in der Reisebranche die Umsätze stark eingebrochen sind, verzeichnen wir einen enormen Neukundenzuwachs und ein deutliches Wachstum bei den Online-Transaktionen“, zeigt sich Kienzler erfreut über den Erfolgskurs.

Die Relevanz dieses Geschäftsfelds wird in Zukunft noch deutlich zunehmen.

In der Corona-Pandemie den Blick auf etwas Positives zu richten, scheint ihm dabei in die Wiege gelegt. So auch in seinem Tauch-Urlaub: Denn da er auf den Malediven nur einer von wenigen Tauchstartern ist, kann er im Einzelunterricht innerhalb kürzester Zeit alle Tauchscheine absolvieren. „Das wäre unter anderen Umständen so schnell nicht möglich gewesen“, weiß er.



DIE STRATEGIE

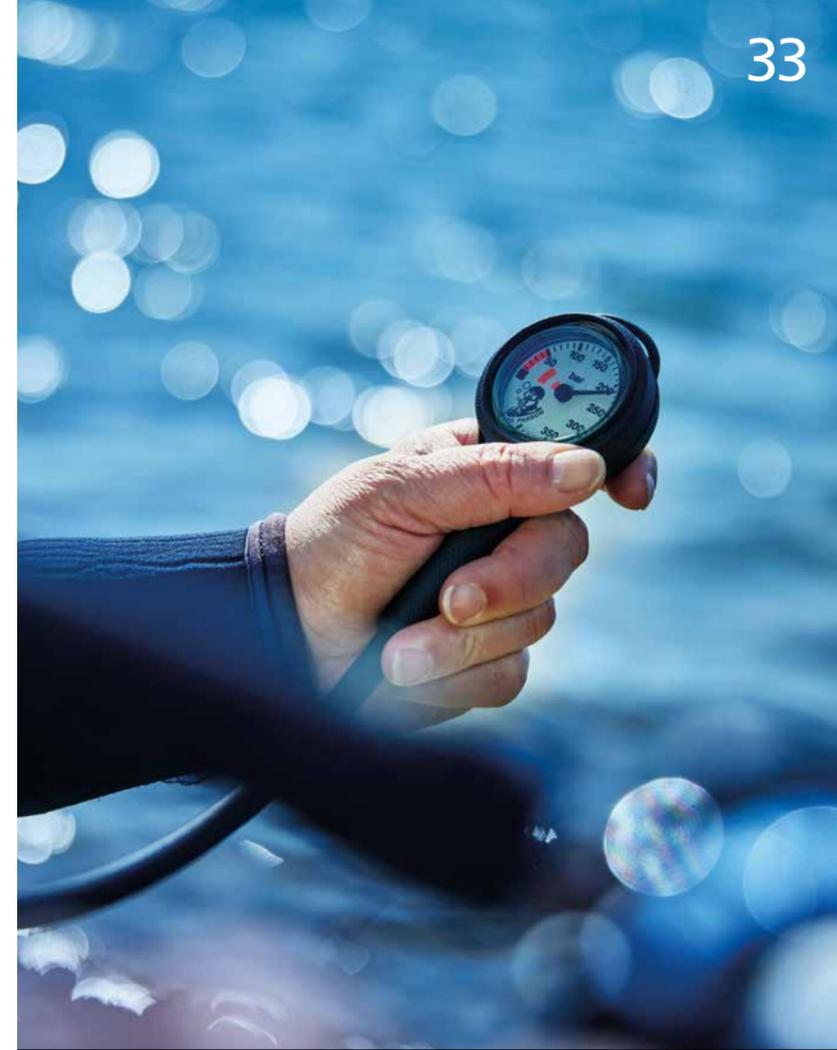
Zugegeben, Tauchen ist heute nicht mehr so exotisch, wie noch Mitte des 20. Jahrhunderts, als die gefährlichen Abenteuer von Jacques-Yves Cousteau über die Leinwände flackerten und ein Millionenpublikum begeisterten. Trotzdem zählt es noch immer zu den extremeren Sportarten und sollte nicht leichtfertig betrieben werden. „Eine Grundregel beim Tauchen: niemals alleine sein.“

Im Bereich Zahlungssysteme geht es zwar nicht um Leben und Tod, trotzdem schadet auch hier eine verlässliche Partnerschaft keinesfalls. „Gerade deshalb“, so Kienzler, „brauchen wir ein sehr gut funktionierendes Netzwerk. Wir möchten als ganzheitlicher Lösungsanbieter gesehen werden, damit wir auch langfristig erfolgreich sind.“

Erst vor ein paar Monaten wurde das Leistungsangebot des Bereichs Zahlungssysteme durch eine Beteiligung an der Gewinnblick GmbH noch ein weiteres Mal erweitert und ergänzt nun die Volksbank Unternehmensgruppe. „Wir sind mit unserer Tochterfirma, der First Cash Solution, kaufmännischer Netzbetreiber, was bedeutet, dass man bei uns unter anderem Terminals einkaufen kann. Die Gewinnblick Gruppe, bestehend aus mehreren Kassenvertriebsfirmen, eröffnet uns die Möglichkeit, alles aus einer Hand zu bieten. Im kommenden Jahr sollen keine Kassen und Terminallösungen mehr einzeln gekauft werden, vielmehr möchten wir ganzheitliche Kassensysteme anbieten“, blickt Kienzler strategisch nach vorne.

Gemeinsam mit der Beteiligung an der micropayment GmbH in Berlin für eine stärkere Expertise im E-Commerce-Bereich und dem Zukauf der Softwareentwicklungsfirma SIT-Pay aus Hamburg ist die Volksbank im Bereich Zahlungssysteme in Zukunft breit aufgestellt. Und Kienzler weiß dieses Portfolio zu nutzen: „Im ersten Quartal im neuen Jahr bringen wir eine ganz neue Lösung im Kassenbereich an den Markt: Wir haben eine eigene Software entwickelt, die uns ermöglicht, ein beliebiges Terminal mit einer Kasse zu verbinden und beides über ein Cloud-Tool zu verwalten. Das verschafft uns vollkommen neue Möglichkeiten und damit einen gewissen Wettbewerbsvorteil.“

Diese weitreichenden Entscheidungen im Job trifft Kienzler mit einem klaren Kopf. Den muss er beim Tauchen auch in kniffligen Situationen beibehalten, etwa, wenn ein Hai an ihm vorbeischwimmt oder seine Sauerstoffflasche blockiert. „Mutig muss man nicht sein, aber Angst sollte man auch nicht haben“, schmunzelt er bei der Erinnerung.



„Mutig muss man nicht sein, aber Angst sollte man auch nicht haben.“

— Michael Kienzler



DIE TECHNIK

Während es in der Freizeit für Kienzler – sobald das Reisen wieder möglich ist – gerne in die Tiefe gehen soll, geht es beruflich unaufhaltsam aufwärts. Gegensätze ziehen sich bei diesem Mann an: So liebt er das Bodenständige ebenso wie die weite Ferne und versucht, wo immer es geht, die regionalen und überregionalen Chancen optimal zu nutzen.

Statt die Geschäftstätigkeit hauptsächlich in die Ballungsräume wie Berlin oder Frankfurt a.M. auszulagern, setzt Kienzler in seinem Geschäftsfeld auf ein starkes Netzwerk.

„Wir arbeiten sehr stark über den indirekten Vertrieb mit Partnern in der gesamten DACH Region. Handelspartner und Filialisten vor Ort betreuen wir direkt. So nutzen wir die Expertisen ideal, denn schließlich kennt jeder seine Region doch am besten.“

Dass auch hier die zunehmende Digitalisierung unter anderem in der Betreuung der Bestandskunden zum Vorteil genutzt werden kann, ist von Kienzler bereits fest eingeplant. Er möchte den Vertrieb in puncto Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein optimieren – COVID-19 hat gezeigt, dass nicht jeder Termin persönlich stattfinden muss. Ebenso zieht Kienzler daraus Chancen für die Gewinnung von Fachkräften in seinem Geschäftsfeld. „Wir haben uns in der Branche einen exzellenten Ruf erarbeitet und werden als sehr attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen. Für unsere Aufgaben qualifizieren wir unsere Kolleginnen und Kollegen aus der Bank durch systematische Aus- und Fortbildung. Wir befinden uns in einem Nischenmarkt und unsere Wettbewerber sind meist internationale Konzerne. Da ist es nicht ganz leicht, gewisse Spezialisten für uns zu gewinnen – obwohl die Ortenau doch so wunderschön ist“, zeigt Kienzler die aktuelle Herausforderung auf.

DER WEG der First Cash Solution „1cs“

1992

Terminals
werden mit dem ZVT 700
das erste Mal ausgerollt

1992

Acquiring
startet mit der Unterlizenz
von VISA

1994

KNB
– der erste Vertrag wird
mit TeleCash geschlossen

1997

Cash Pooling
geht erfolgreich an den
Start

1998

Cash Pooling
wird in einem Rahmen-
vertrag von der TeleCash
unterschrieben

1999

Acquiring
wird mit der Mastercard
Unterlizenz erweitert

2008

Die First Cash Solution
GmbH ist gegründet –
Startschuss für eine neue
Wachstumsgeschichte.

2012

Hauptlizenznehmer bei
Mastercard und VISA
Acquiringprocessing
mit der SIX Payment
Services, Zürich
ExcellentCard
Gutscheinkarten starten
durch
MitarbeiterCard
erweitert unser Portfolio

2014

**Kaufmännischer
Netzbetreiber**
bei mittlerweile sechs techni-
schen Netzbetrieben
Erwerb
der POS Cashservice GmbH und
der Sanitas GmbH, Dresden

2015

1cs Partnertage
gehen in die erste Runde
Acquiring
wird mit den Principle
Lizenzen von JCB, UnionPay
& Diners/Discover erweitert

2016

**Dynamische Währungs-
umrechnung (DCC)**
Bezahlen in der Heimat-
währung – wir machen es
möglich!

2017

eCommerce-Payment
geht an den Start

2018

Bargeldlogistik
erweitert erneut das
Leistungsspektrum

2019

Erwerb
von Weiglein Kassen-
systeme, Würzburg
Beteiligung
an Micropayment GmbH,
Berlin
Acquiring
wird mit der Lizenz für Blue
Code erweitert

2020

Beteiligung
an der Gewinnblick Gruppe GmbH
Wolfratshausen – der größten
Kassenvertriebsgesellschaft in der
DACH Region mit 7 Standorten in
Süddeutschland
Beteiligung
an der SIT Solution für IT Payment
GmbH, Hamburg

Ihm ist bewusst, dass die Digitalisierung ein essenzieller Bestandteil seines Geschäftsfeldes ist und sich künftig noch verstärken wird: „Wir müssen sie in allen Aspekten nutzen, um unsere Geschwindigkeit beizubehalten und noch schneller zu werden. Aktuell sind wir flexibler als unsere Marktbegleiter“. Denn eines ist für ihn selbstverständlich, um auf dem Markt gegenüber den Global Players weiterhin bestehen zu können: „Wir müssen immer einen Schritt voraus sein. Genau das machen wir seit 25 Jahren.“

Die Digitalisierung nutzen wir, um noch schneller, kundenorientierter und flexibler zu werden.

So zeigt ihm sein neues Hobby - obgleich noch in den Startlöchern – auf tiefsinnige Art und Weise, was manchmal den entscheidenden Unterschied macht: Der Blick aus der Innenperspektive: „Wenn man unter Wasser ist, ist es einfach eine ganze andere Welt, als wenn man nur von oben nach unten schaut.“

First Cash Solution

Die First Cash Solution optimiert als Full-Service-Dienstleister den Zahlungsverkehr für Händler im stationären und digitalen Vertrieb in der DACH-Region:

- Terminals
- E-Commerce
- Zahlarten
- Cash Pooling
- Zusatzleistungen
- Bargeldlösungen

→ First Cash Solution GmbH

www.firstcashsolution.de



Im Team zum Erfolg

Thomas Huber

60 Jahre, Wohnort: Oberkirch
Gestalterbank: Bereichsleiter
Privatkunden



Den Rucksack geschultert, die Wanderstöcke fest im Griff, der Blick fokussiert – jeder Schritt begleitet von der Aussicht auf die Berglandschaft des Meraner Landes, den Vinschgau und bei klarer Sicht auch auf die Dolomiten: der Meraner Höhenweg ruft. Thomas Huber liebt mehrtägige Wandertouren inmitten der Natur mit einer kleinen Gruppe. Und er liebt seinen Job bei der Gestalterbank.

01 Vorbereitung



„Eine Wanderung ist für mich eine Form der **FOKUSSIERUNG** auf den Weg, der vor mir liegt. Dabei geht der Blick nicht nur zum nächsten Schritt, sondern häufig auch schon zur nächsten Weggabelung, an der der Blickwinkel sich wieder verändern kann.“

Unabdingbar ist eine gute Vorbereitung der Tour. Sie schafft Klarheit für das Ziel, setzt den organisatorischen Rahmen, verhindert Überraschungen und reduziert damit auch Risiken.“

Idealerweise werden die Teilnehmer einer Tour in alle Überlegungen einbezogen. So entsteht **TEAMGEIST**, ohne den weder ein Wanderteam noch ein Wertschöpfungsteam in der Gestalterbank erfolgreich sein kann.“

„Jeder hat eine **VERANTWORTUNG**, nicht nur für sich selbst, sondern auch der Gruppe gegenüber. Deshalb ist es schlau, wenn der Rucksack nur so schwer ist, dass man ihn tragen kann und man mit seiner Kondition Schritt halten kann bis zum Ziel. Natürlich nimmt man in einem Team Rücksicht auf jedes Mitglied, man versteht sich als Einheit. Ich will meinen Teil zum Team-Erfolg beitragen.“

„Am Ende geht es darum, eigenverantwortlich zu handeln, aber gleichzeitig auch mutig zu sein und **VERTRAUEN** zu schenken: die Führungskraft in die Wegbegleiter und umgekehrt. Das braucht Persönlichkeit und eine starke Kultur, in der jede und jeder seine Fähigkeiten entfalten kann. Und dann wird die Wandertour in einem Team zu einem gewinnbringenden Erlebnis, einer Möglichkeit, um Eindrücke zu sammeln und damit Energie zu tanken.“

„Jeder hat in einem Team seine Rolle. Wie bei der Gestalterbank braucht es ein **SELBSTVERSTÄNDNIS** für die eigene Rolle. Im Gegensatz zu meinem Berufsleben bin ich auf Wandertouren stets Teilnehmer und nicht der Wanderführer. Aber dank dieser Person weiß ich jeden Tag, was mein Tagwerk ist, wie viele Kilometer Bergauf- und -abstieg mich erwarten und wo das Highlight der Tour liegt. Meistens ist das der Tag mit der größten Anstrengung, aber auch der Tag mit der größten Belohnung. In jedem Fall ist es der Tag, an dem in der Berghütte am Abend ein Kaiserschmarrn zu einem wahren Gedicht wird.“

Alle diese Eigenschaften sind auch für die ausgewählte Route der Gestalterbank wichtig, um optimalen Kundennutzen zu stiften. →



Thomas Huber
auf einer seiner zahlreichen
Wanderungen durch die unberührte
Natur des Schwarzwalds.



02 Reisestart



Klare Route im Privatkundengeschäft.

„Welchen Einfluss haben altersstrukturelle Fragen und andere gesellschaftliche Entwicklungen sowie die Digitalisierung auf das Kundenverhalten im Privatkundengeschäft? Was sind die relevanten Kundenbedarfe und wie können wir sie am besten erfüllen? Wie organisieren wir uns, um auch künftig eine hohe Kundenzufriedenheit zu erhalten, gleichzeitig aber auch die Wirtschaftlichkeit im Blick zu behalten? In meinem Arbeitsalltag habe ich viele verschiedene Aufgaben. Und genau das ist das Schöne: Ich habe eine Verantwortung und darf diese auch ausleben.“ Thomas Huber, Diplom-Bankbetriebswirt ist seit 41 Jahren im Privatkundengeschäft unterwegs, in einem Geschäftsfeld, das bei Regionalbanken eine lange erfolgreiche Tradition hat, derzeit aber mit den wohl größten Herausforderungen belegt ist. Angesichts historisch niedriger Zinsen haben klassische Bankeinlagen an Attraktivität verloren, die Auswirkungen der Pandemie sind spürbar, Kundenreichweiten und Mitgliederzahlen bei regional tätigen Banken stagnieren, nicht zuletzt wegen eines scharfen Wettbewerbes unter Banken und anderen Finanzdienstleistern, die häufig mit innovativen, digitalen Angeboten überzeugen. Die Gestalterbank ist sich gewiss, ihr genossenschaftliches Geschäftsmodell mit innovativen Ansätzen erfolgreich weiterentwickeln zu können. Einer der wichtigsten Ansätze für Thomas Huber ist dabei die Mitgliederorientierung.

„Wir sind die einzige Bankengruppe, in der Eigentümer Kunden und Kunden Eigentümer sind. Die Mitgliedschaft in einer Gemeinschaft, in der sich wirtschaftliche Interessen, aber auch wertorientierte Überzeugungen der einzelnen Mitglieder vereinen und zur Erreichung der jeweiligen Ziele ergänzen, ist einmalig. Wir wollen uns deshalb zu einer Mitgliederbank mit einer tiefen Leistungsbeziehung zwischen Bank und Mitglied entwickeln.“ Eine Win-win-Situation: Während Mitglieder in den Genuss eines starken Vorteilspakets kommen, kann die Volksbank eine höhere Kundenbindung und Tiefe der Beziehung erreichen und sich als genossenschaftliche Gemeinschaft klar vom Markt abgrenzen. „Neukunden werden ab sofort grundsätzlich zu Mitgliedern. Und auch bestehende Kunden versuchen wir sukzessive von einer Mitgliedschaft zu überzeugen“, zeigt Huber die Vision auf. Der Schlüssel hierzu: Qualität auf allen Ebenen.

„Vertrauensvolle persönliche Beziehungen, fachkundige Beratungen sowie das richtige Produktangebot sind die drei wichtigsten Dimensionen für eine nachhaltige Kundenbeziehung. Der Großteil der Menschen braucht nicht die billigste Bank, sondern die richtige Bank. Die Atmosphäre in unserer Bank muss Vertrauen schaffen. Kunden erleben bei uns Berater, die sich an ihrer persönlichen Situation orientieren, zuhö-

ren, daraus Analyseergebnisse gewinnen und danach bedarfsgerechte, hochwertige Lösungen empfehlen. Wir sehen dabei große Chancen für die Finanz-Portfolio-Verwaltung, in der der Kunde zu seiner persönlichen Anlageentscheidung begleitet wird und in einem Baukastenmodulsystem die jeweilige individuelle Lösung entsteht.“ Thomas Huber weiß, worauf es ankommt, und er weiß, dass sein Team und das Produktportfolio den sich verändernden Marktanforderungen gewachsen sind. Auch die Option der digitalen Selbstberatung gehört selbstverständlich dazu.

„Persönlich, digital-persönlich, digital – dieser Dreiklang macht uns so besonders“, erläutert Thomas Huber, wie er sich aus Sicht des Kunden Banking idealerweise vorstellt. Jeder Kunde soll nach dem jeweiligen Anlass oder Geschäftsvorfall bzw. der persönlichen Situation entscheiden können, welchen Zugangsweg er zur Bank wählt. „Erfahrungsgemäß fordern die meisten unserer Kunden alle drei Möglichkeiten parallel und wählen dann situativ aus. Während der Zahlungsverkehr zunehmend digital abläuft, hat in der Beratung derzeit der persönliche Kontakt noch Priorität. Nicht zuletzt die Pandemie hat uns aber gezeigt, dass digital-persönliche Kontakte über Internet und Telefon wachsende Akzeptanz erfahren“, zeichnet Huber die Entwicklungen im Bankgeschäft auf. „Ganz gleich welchen Zugangsweg der Kunde wählt, die vertrauensvolle Nähe muss in jeder Situation für den Kunden spürbar sein“, so sein Credo, um Mitglieder eng an die Bank zu binden. Und diese enge Bindung macht sich schließlich für Kunde und Bank bezahlt.

Mit dem Hausbank-Modell – dem Herzstück der Bankverbindung – hat die Gestalterbank ein innovatives Produktbündel geschnürt, welches die Basis für die Preise aller Dienstleistungen darstellt. Je intensiver ein Kunde mit der Gestalterbank zusammenarbeitet, desto größer seine Mehrwerte – bis hin zur kostenlosen Kontoführung und attraktiven Treueprämien. Dabei betont der Bereichsleiter: „Für Kunden, die über eine reine Abwicklungskontoverbindung hinaus eng mit uns zusammenarbeiten, sind wir nicht nur eine faire und vertrauenswürdige Bank, sondern ein preiswerter Partner – denn Preis und Wert stehen bei uns in einem sehr guten Verhältnis.“

Stillstand bedeutet bekanntlich Rückschritt. Bei der Gestalterbank sucht man ihn vergebens. Sie hat bereits weitere Routen geplant. „Eine soziale Gesellschaft sowie eine intakte Ökologie brauchen eine funktionierende Ökonomie. Eine dauerhaft funktionierende Ökonomie braucht eine intakte Ökologie und eine soziale Gesellschaft“, zitiert Huber das prägnant formulierte Nachhaltigkeitsverständnis der Volksbank.

Ganz in diesem Sinn arbeitet die Gestalterbank intensiv an einem umfassenden Nachhaltigkeitskonzept. „Mit Banking4Future wollen wir dieses Nachhaltigkeitsverständnis verknüpfen – mit von uns identifizierten Zukunftsthemen, bei denen wir in unserer Rolle als Finanzmarktakteur einen wesentlichen Beitrag für Kunden und Gesellschaft leisten können.“ Huber ist sich sicher, dass immer mehr Kunden nachhaltige Angebote der Bank nachfragen und erwarten – Kunden aller Altersgruppen.

Banking4future ist eines der zentralen Elemente des Unternehmensleitbilds und somit auch in der Privatkundenstrategie fest verankert. „Das strategische Leitbild ist nicht nur etwas, das wir zur Sonntagsrede heranziehen. Kunden und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen es täglich erleben, auch in der Arbeit der Führungskräfte. Dies gibt Orientierung“, beschreibt Huber sein Selbstverständnis.

Bei allem, was er anpackt, fühlt er sich einem Grundsatz verpflichtet: „Solange besser möglich ist, ist gut nicht gut genug. Das heißt: Wir müssen jeden Tag ein Stückchen besser werden.“



03 Etappenziel



Das Hausbankmodell

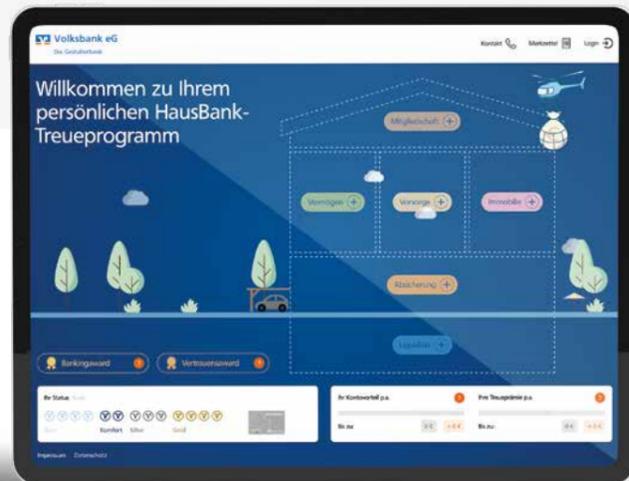
Je mehr Leistungsbausteine Mitglieder und Kunden bei der Gestalterbank zusammenführen – desto ganzheitlicher die Beratung und umso größer das Vorteilspaket.

Mehrwert mit Mehrwerten:

Für eine intensive Zusammenarbeit mit der Volksbank bei allen finanziellen Angelegenheiten erhalten Mitglieder und Kunden starke Vorteile. Abhängig vom Hausbank-Status können sie so nicht nur von 0 Euro Kontoführungsgebühren und Bonuszahlungen profitieren – mit dem MehrKonto erhalten sie zusätzlich viele weitere attraktive Leistungen:

- Online-Cashback
- Türöffnungsservice
- Schlüsselfundservice
- Garantieverlängerung
- Karten- und Dokumentenschutz
- Notfallbargeld / Bargeldversicherung
- Reise- / Ticketservice

MEHRWERTE
mit dem
Hausbankmodell
(Auszug)



„Wir streben eine tiefe und dauerhafte Geschäftsbeziehung an, in einer fairen und vertrauensvollen Partnerschaft.“

— Thomas Huber



HausBank-Rechner:
<https://hausbank.gestalterbank.de>



Ihr Erfolgsfaktor? „Ich kann beruflich und privat kreativ sein.“

Sandra Wörner feierte 2020 ihr 25-jähriges Betriebsjubiläum.

Die Zukunftsgestalterin, Marketingexpertin und Vizepräsidentin des Marketingclubs Ortenau-Offenburg übernimmt im Zuge der Fusion die Verantwortung für das Aufgabenfeld Volksbank Direkt – das strategische Geschäftsfeld rund um das digitale Banking und das digital-persönliche Banking der Volksbank. Ein Themengebiet, welches im COVID-19-Jahr ganz besonders an Dynamik gewonnen hat.

Wie die Gestalterbank in einer fortschreitend digitalisierten Welt die persönliche Nähe zum Kunden aufrechterhalten will, erzählt uns Sandra Wörner im Interview.

Frau Wörner, Sie haben Ihre gesamte berufliche Laufbahn bei der Volksbank zurückgelegt. Mit der Fusion verlassen Sie nun das Marketing und starten im Geschäftsfeld „Volksbank Direkt“ durch – als Bereichsleiterin. Wie kommt es zu dieser Veränderung?

Ich hoffe doch, aufgrund meiner Qualifikation. (lacht)

Nein, im Ernst: In meiner Position im Marketing habe ich schon vorher die digitalen Kanäle verantwortet, habe die Koordination der Kampagnen übernommen und alle Neuerungen – vom Online-Banking bis zur VR-BankingApp – auf den Markt begleitet. 2016 kam die Verantwortung für das Reisebüro dazu. Das war natürlich zuerst totales Neuland für mich, aber ich nehme gerne neue Herausforderungen an. Und in diesem Fall konnte ich mich mit der wohl schönsten Zeit des Jahres beschäftigen: Urlaub. Seit diesem Jahr kann man diese Urlaubspläne nun auch über unsere Internetseite www.volksbank-reisebuero.de buchen und Reiseträume wahrwerden lassen. Ein digitales Angebot, ergänzend zur persönlichen Beratung. Gerade in Krisenzeiten ist Menschen wichtig, einen persönlichen Ansprechpartner zu haben.

In meiner neuen Position kann ich aus dieser langjährigen Berufserfahrung schöpfen – und habe natürlich wieder großen Spaß daran, mich neuen Themen und Herausforderungen zu stellen, bei denen ich etwas bewegen und gestalten kann.

So neu ist das Thema Digitalisierung dabei ja gar nicht mehr. Dennoch hat die COVID-19-Pandemie in diesem Geschäftsjahr dafür gesorgt, die Thematik rasant zu beschleunigen. Welche Erkenntnisse ziehen Sie daraus?

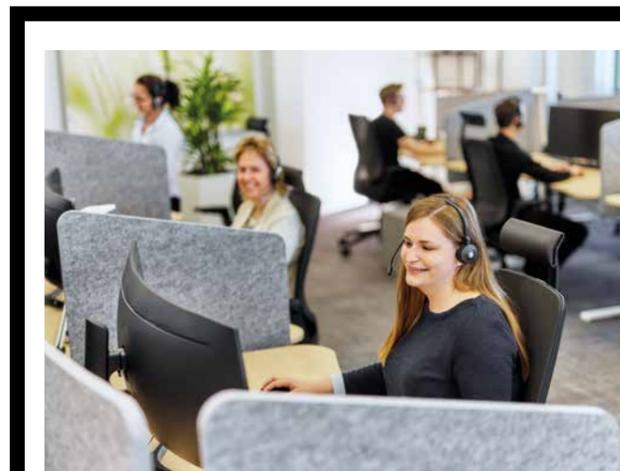
Das Smartphone war schon vor COVID-19 ein ständiger Begleiter. „Mobile First“ ist seit Jahren ein fester Bestandteil bei Produktentwicklungen und inzwischen wird auch die Sprachsteuerung dank Siri und Co. immer wichtiger. Die Pandemie hat einen riesigen Schwung in die Thematik gebracht. Das hätte man sich in dieser Form sonst nicht vorstellen können. Mit einer unglaublichen Geschwindigkeit hat die Digitalisierung Einzug ins private Wohnzimmer gehalten, um sich mit Großeltern und Freunden auszutauschen. Sie glauben gar nicht, wie schnell die Zugänge für unser Online-Banking beantragt wurden. Die Digitalisierung ist kein Schnupfen, der wieder weggeht.

Für unser Bankgeschäft haben wir ideale Voraussetzungen geschaffen, um das digitale Banking weiter auszubauen – hin zu einem vollwertigen Vertriebskanal im Omnikanal-Modell unserer Volksbank, der 24 Stunden an 7 Tage die Woche erreichbar ist und in dem Leistungen sofort nutzbar und direkt sichtbar werden. Doch inmitten aller Digitalisierungsprozesse dürfen wir den Wert des persönlichen Gesprächs nicht unterschätzen. Gerade auch im KundenCenter halten wir über das Telefon, über Text- und Video-Chat oder die Online-Beratung die Nähe zu unseren Kunden aufrecht. Das zeichnet unsere Volksbank schließlich seit jeher aus.

Warum dieser Spagat zwischen digital und persönlich?

Lassen Sie mich das am besten an einem Beispiel erklären. Ich engagiere mich in meiner Freizeit ehrenamtlich im Marketingclub Ortenau-Offenburg. Unser Slogan dort lautet: „Wir verbinden Menschen und machen Marketing erlebbar“. Corona-bedingt mussten wir unser Veranstaltungsangebot in diesem Jahr digital umsetzen. Sie müssen wissen, wir haben unter normalen Umständen einmal im Monat hochkarätige Referenten in unserem Clublokal im Hubert Burda Media-Tower in Offenburg zu Besuch. Das Angebot auch via Online-Videokonferenz abzubilden, hat zwar gut funktioniert, ist aber nicht vergleichbar mit einer Präsenzveranstaltung. Es fehlen vor allem die persönlichen Kontakte und der wertvolle Austausch mit den Mitgliedern.

Nicht anders verhält es sich bei unserer Volksbank. Jedes Mitglied hat seine eigene Banking-Präfe-



renz und entscheidet selbst, ob er den persönlichen Kontakt, den digital-persönlichen oder digitalen Weg wählt. Meine Eltern haben es lange Zeit bevorzugt, ihre Überweisungen persönlich abzugeben und ihren Kontoauszug in der Filiale abzuholen. Inzwischen nutzen sie fast täglich die VR-BankingApp, nur um mal kurz zu schauen, welche Abbuchungen sie hatten und wie ihr Kontostand ist. Manche Möglichkeiten überzeugen erst, wenn man sie erlebt. Eine zentrale Aufgabe im KundenCenter, dem häufigsten persönlichen Kontaktpunkt zum Kunden, wird daher sein, Vorbehalte und Hürden bei der Nutzung digitaler Lösungen auszuräumen und unsere Kunden von der Bequemlichkeit und Nutzerfreundlichkeit zu überzeugen. Ebenfalls müssen wir es schaffen, dass der Kunde zu jedem Zeitpunkt dieselbe Qualität an Beratung und Serviceleistung über alle Kanäle hinweg – persönlich, digital-persönlich und digital – erlebt.

Persönlich, digital-persönlich und digital sind bei der Gestalterbank oft genannte Begriffe für die Zugänge zu den Dienstleistungen der Bank. Was bedeuten sie für Sie und Ihr Geschäftsfeld Volksbank Direkt?

Mein Ziel ist es, das digitale und digital-persönliche Banking weiter auszubauen und miteinander zu verknüpfen, sodass unseren Kunden die Möglichkeit gegeben ist, Bankgeschäfte bequem von zu Hause aus zu erledigen. Das Zukunftsbild sieht so aus, dass Kunden auf einem Kanal ihrer Wahl mit ihrem Anliegen beginnen und dank einer entsprechenden Vernetzung und Datenaktualität über alle Vertriebswege hinweg diese Reise problemlos auf einem anderen Kanal fortführen können, dass also zu jeder Zeit ein Kanalwechsel möglich ist. Beispielsweise beginnt man mit einem Konsumentenkredit online und merkt dann an einer Stelle des Prozesses, dass es komplex wird und man die persönliche Beratung hinzuziehen möchte. Dieser Kanalwechsel soll in Echtzeit möglich sein – und



Die VR-BankingApp Bankgeschäfte überall schnell und sicher erledigen.

Mit der VR-BankingApp lassen sich wichtige Bankgeschäfte bequem mit dem Smartphone, Tablet und Co. erledigen. Damit haben unsere Kunden ihre Finanzen immer und überall im Blick – auch unterwegs.



MULTIBANKENFÄHIG

Alle Konten auf einen Blick – egal bei welcher Bank sie geführt werden.



KOMFORTABEL SICHER

Anmeldekenntwort oder Fingerabdruck, Touch-ID oder Face-ID.



KONTAKTLOS

Bezahlungen einfach und schnell kontaktlos abwickeln.

Eine App. Viele Funktionen.

- 01 » Online-Finanzübersicht mit Umsatzdetails
- 02 » Sicheres Postfach für den Nachrichten- und Dokumentaustausch
- 03 » Mobile Brokerage mit vielfältigen Depotfunktionen
- 04 » Scan2Bank: Rechnungen per Foto oder Scan erfassen
- 05 » Echtzeit-Benachrichtigungen bei Einkäufen mit der Kreditkarte
- 06 » Kwitt: Geld sicher, einfach und schnell versenden und anfordern
- 07 » VR-mobileCash: Bargeld mit dem Smartphone abheben
- 08 » Filialfinder: Filialen und Geldautomaten in der Nähe finden



damit den maximalen Kundennutzen bieten.

Der digital-persönliche Kanal nimmt hierbei aktuell eine zentrale Schlüsselrolle ein. Mit unserem KundenCenter schaffen wir die Verbindung zwischen der persönlichen Beratung und den digitalen Prozessen. Während das vergrößerte Online-Leistungsangebot unsere Kunden also befähigt, sich selbst zu bedienen und zu „beraten“, bietet das KundenCenter auf digital-persönlicher Ebene dieselben Leistungen wie eine Filiale vor Ort. Hierfür werden wir im KundenCenter die Beratungsfunktionen weiter ausbauen.

Bedeutet das, dass alle Bankgeschäfte in Zukunft nur noch einen Klick entfernt sind – für Privat- und Firmenkunden?

Ja – und nein. Natürlich haben wir auf der einen Seite unsere „Digital Natives“, denen quasi das Smartphone in die Wiege gelegt wurde und die es in Zeiten von Amazon und Co. gewohnt sind, alle Prozesse digital abzuwickeln. Daten können in Echtzeit mit wenigen Klicks eingesehen und bearbeitet werden, Bestellungen werden bis vor die Haustür live verfolgt. An diese Transparenz und Funktionsvielfalt, sind wir bereits gewöhnt. Viele relevante Bankprozesse deckt unsere VR-Banking-App deshalb bereits ab – Überweisungen, Kontoauszüge, kontaktloses Bezahlen, Mobile Brokerage, Benachrichtigungen bei Einkäufen mit der Kreditkarte und vieles mehr. Und wir sind auf dem Weg dahin, noch mehr Angebote zur Verfügung zu stellen. Damit geben wir unseren Kunden die Möglichkeit, immer und überall ihre Bankgeschäfte digital zu erledigen.

Wir geben unseren Kunden die Möglichkeit, immer und überall ihre Bankgeschäfte digital zu erledigen.

Der digital-persönliche Kanal nimmt aktuell eine zentrale Schlüsselrolle ein.

Unsere Grundsätze geben wir dabei nicht auf: Nähe, Erreichbarkeit und regionaler Bezug. Eine Vielzahl von Funktionen wie Text- und Video-Chat, Rückruf und Online-Terminvereinbarung erleichtern den Kontakt zu unserer Gestalterbank und werden dem individuellen Kundenbedarf in der heutigen Zeit gerecht. Ob Banking-Geschäfte mit einem oder mehreren Klicks oder doch lieber persönlich abgewickelt werden, entscheidet schlussendlich der Kunde oder auch das konkrete Anliegen. Auch im Omnikanalmodell bleibt unser Erfolgsrezept: Der Kunde steht im Mittelpunkt.

Sie beschreiben die Erfolgsfaktoren. Steckt in den Zielsetzungen für das von Ihnen verantwortete Geschäftsfeld Volksbank Direkt und im Digitalen Banking nicht doch in gewisser Weise ein Widerspruch zum Modell einer Volksbank mit regionalem und sehr persönlichem Bezug?

Darin sehe ich keinen Widerspruch. Unsere Volksbank ist schon seit fast 160 Jahren für ihre Kunden und Mitglieder ein starker Partner. Das Banking von morgen mitzugestalten, bedeutet nicht, unseren Werten und Stärken untreu zu werden. Ich sehe es eher als unsere Aufgabe und Verantwortung, uns der Zeit anzupassen und vorausschauend zu handeln. Entwicklungen zu verschlafen, wäre weder im Mitglieder- noch im Bankinteresse. Unsere regionale Verwurzelung und die partner-



chaftliche Kundenbeziehung wird durch das digitale Leistungsangebot nicht beeinträchtigt, sondern sehr gut ergänzt.

Auch ganz persönlich stehe ich für diese tiefe Verwurzelung in der Region. Hier hat alles stattgefunden - Freizeit wie Schule und nun auch mein Karriereweg. Durch den Marketing Club habe ich inzwischen ein großes Netzwerk aufgebaut, das mir sehr viel wert ist.

Beruflich Bereichsleitung, privat Vizepräsidentin eines Marketing Clubs. Das klingt nach viel Arbeit?

Der Marketing Club ist natürlich kein Fulltime-Job. Aber nimmt man Arbeit als solche wahr, wenn es keine Belastung ist? Ich für meinen Fall kann sagen, dass es mir Spaß macht. Im Marketing Club habe ich schon vieles gelernt, was ich im Beruf nutzen konnte – und umgekehrt. Und das Wichtigste: Ich kann beruflich und privat kreativ sein. Kreativität bedeutet für mich, quer zu denken und nicht mit der Einstellung „das haben wir schon immer so gemacht und fertig“ an Dinge heran zu gehen. Eben auch einmal neue Wege zu gehen – so wie bei der Gestalterbank.

In jeder
Perspektive gut
aufgestellt.

Dieter Dreher
Bereichsleiter Immobilien

Rund 90 Prozent der Bevölkerung in Deutschland träumen von den eigenen vier Wänden. Dieter Dreher, Bereichsleiter des Geschäftsfeldes **Immobilien**, hat es sich mit seinem Team bei der Gestalterbank zur Aufgabe gemacht, die größte Investition im Leben vieler Kunden zu begleiten. Wo er im Geschäftsfeld den Fokus setzt? Damit kennt sich der Hobby-Fotograf aus.

Die Idylle des Schwarzwalds, ein Landschaftsgemälde aus Wäldern, Hügeln und Täler. Ausgestattet mit Rucksack und Kamera macht sich Dieter Dreher auf den Weg zum Wahrzeichen Durbachs – Schloss Staufenberg. Hoch über der Ortenau empfängt ihn ein grandioser Blick: Waldbedeckte Kuppen, Weinberge und angrenzende Ortschaften, die in den letzten Jahren durch den Bauboom gewachsen und dank vieler Sanierungs- und Modernisierungsmaßnahmen noch attraktiver geworden sind.

„Wenn man durch die Ortenau fährt, hat man den Eindruck, dass es kein altes Haus mehr gibt. Viele der Baumaßnahmen dürfen wir begleiten“, berichtet Dreher zufrieden und auch ein bisschen stolz.

Der Immobilienmarkt boomt, COVID-19 hat daran nichts geändert. Bis 2025 ist mit einem weiteren Wachstum zu rechnen, so planen aktuell rund 1,5 Millionen Haushalte in den nächsten drei Jahren, Wohneigentum zu erwerben. Als Bereichsleiter ist Dieter Dreher seit 2013 für das Immobilien-Finanzierungsgeschäft, die Zusammenarbeit mit Hypothekemaklern und für das Immobilienvermittlungsgeschäft der Gestalterbank verantwortlich. Er erzählt, den Blick auf die in warmes Sonnenlicht getauchten Häuser unter ihm gerichtet, von der derzeitigen Marktlage: „Wir hatten ein sehr gutes Geschäftsjahr 2020. Die Nachfrage ist ungebremst, trotz oder vielleicht sogar wegen Corona. Die Menschen haben die eigenen vier Wände jetzt einfach noch mehr zu schätzen gelernt und möchten es hier schön haben, ein Zuhause mit Garten zum Beispiel. Wenn wir heute eine Immobilie bei uns im Portal zum Verkauf vorstellen, müssen wir sie nach wenigen Stunden schon wieder deaktivieren, weil sie bereits vermittelt ist. Das ist verrückt.“ Dabei sind die Immobilienpreise stark angestiegen. Der Traum vom Eigenheim ist eine viel größere Investition als noch vor ein paar Jahren. „Ein anhaltend historisch niedriges Zinsniveau, die verbesserte

staatliche Wohnungsbau-Prämie ab 2021 und der ausgeprägte Wunsch nach den eigenen vier Wänden werden auch in den nächsten Jahren zu einer wachsenden Immobiliennachfrage führen“, ist sich Dreher sicher. „Unsere Makler hätten gerne mehr Häuser im Angebot. Die Nachfrage ist da. Und die Kalender unserer Immobilienfinanzierungsberater sind gut gebucht.“

Ein Grund für das erfolgreiche Finanzierungsgeschäft ist zugleich auch eine der Zielsetzungen für das kommende Geschäftsjahr: Die hohe Kundenzufriedenheit. Dreher nimmt den Rucksack von den Schultern und stellt ihn vor sich ab. „Für die Finanzierung haben wir einen attraktiven und einfachen Beratungsprozess für unsere Mitglieder und Kunden gestaltet, dem sich ein schlanker und damit sehr schneller Genehmigungs- und Abwicklungsprozess anschließt. Qualität steht über allem. Unsere Kunden sollen ihre ‚Lebensentscheidung‘ wohl überlegt treffen können. Deshalb betrachten wir die gesamte Situation des Kunden sehr genau, weisen ihn auf gewisse Risiken und Herausforderungen hin, zum Beispiel auf eine vielleicht deutlich höhere Belastung nach der auf niedrigem Niveau vereinbarten Sollzinsbindung. Wenn alles passt haben unsere Kunden schon nach 2–3 Tagen die Verträge zur Unterzeichnung vorliegen. Damit begeistern wir“, schildert er mit einem zufriedenen Lächeln auf dem Gesicht.

Seit 2013 ist der Diplom-Bankbetriebswirt bei der Gestalterbank. Seitdem hat er mit seinem Team vieles erfolgreich begleitet und dabei früh die Chancen aus der Zusammenarbeit mit Hypothekemaklern erkannt – und die Geschäfte forciert: „Hypothekemakler führen der Gestalterbank über Internet-Plattformen Kunden aus ausgewählten Zukunftsregionen im Bundesgebiet zu. Unser Finanzierungsvolumen ist unter anderem dadurch massiv angewachsen, zweistellig von einem Jahr zum nächsten. Damit haben wir uns innerhalb kurzer Zeit zu einer der führenden Volksbanken auf den Finanzierungsplattformen in Deutschland entwickelt. Ein wichtiger Grundstein, um in Zukunft auch das Angebot bundesweiter Wohnbaufinanzierungen weiter auszubauen.“ Die Begeisterung ist Dreher anzumerken, wenn er von „seinem Baby“ spricht.

Eine Begeisterung, wie er sie auch mit der Kamera in der Hand ausstrahlt. Just in diesem Moment hält er inne und versinkt in einem Blick über die Region.

Dieter Dreher umschließt seine schwarze Vollformatkamera mit beiden Händen. Führt den Sucher vor sein Auge. Er hält kurz inne – ein Klick. Das Bild ist im Kasten. Er drückt noch ein zweites Mal auf den Auslöser und senkt die Kamera. Ein geübter Tastendruck und das Display zeigt ihm das eben fotografierte Motiv.

Foto: Dieter Dreher
Schloss Staufenberg

Schon nach
2–3 Tagen haben
unsere Kunden
die Verträge.

„Ich kann mich noch gut daran erinnern, wie mein Vater früher fotografiert hat. Die Bilder haben wir dann auf Glas-Dias an Vortragsabenden zu Gesicht bekommen. Ich selbst hatte schon viele verschiedene Kameras: erst eine einfache Sucherkamera, dann eine Spiegelreflex und irgendwann in einer frühen Marktphase die erste Digitalkamera – da war das Motiv schon längst davongelaufen, bis sie startklar war“, lacht er. Doch es ist gerade die Technik, die ihn begeistert. Deshalb recherchiert er vor einer Neuanschaffung auch etliche Stunden mit seinem Tablet im Internet, liest sich ein, um schließlich mit dem bestmöglichen Gefühl eine Kaufentscheidung zu treffen. Die digitalen Möglichkeiten haben ihren festen Platz eingenommen – nicht nur in der Fotografie.

„Rund 70 Prozent der Menschen recherchieren zur Baufinanzierung im Vorfeld online und kommen informiert zum Beratungsgespräch“, resümiert Dreher. Dabei hat die COVID-19-Pandemie im vergangenen Geschäftsjahr einen erheblichen Teil dazu beigetragen, dass die Online-Beratung massiv zugenommen hat. Glücklicherweise hat sich die Gestalterbank schon weit vor Corona auf die fortschreitende Digitalisierung eingestellt, so dass Kunden, dank Online-Beratung via PC oder mobilem Endgerät vom heimischen Sofa aus, keine Einschränkungen während der Pandemie in Kauf nehmen mussten. „Mit der Online-Baufinanzierungsberatung können unsere Kunden von zuhause auf den Bildschirm des Beraters schauen und den Beratungsvorgang miterleben. So, als würden sie in der Filiale sitzen. Und das wird künftig weiter zunehmen.“

Eine Marktentwicklung, dessen Chancenpotential die Volksbank zu nutzen weiß. Ziel ist der Aufbau eines Ökosystems „Bauen & Wohnen“ – und zwar digital. Was das im Detail bedeutet, erklärt Dieter Dreher, der mit einem Projektteam die letzten Monate in zahlreichen Meetings mit Elan daran arbeitete, das neueste Produkt zur Marktreife zu bringen: „Wir möchten Menschen auf ihrer Reise in die eigenen vier Wände früher und noch professioneller begleiten. Deshalb haben wir unsere Gestalterbank-PIA entwickelt. Mit dieser persönlichen Immobilien-Assistentin können unsere Mitglieder und potentiellen Neukunden alles rund um das Thema „Bauen & Wohnen“ erkunden und wertvolle Tipps in redaktionellen Beiträgen abrufen – mein Lieblingsbeispiel: Wie verlegt man einen Rollrasen richtig? Sie können Aufträge erteilen, Immobilien über das integrierte Portal suchen und anbieten, erste Finanzierungsrechnungen durchführen oder den Wert einer Immobilie kostenfrei überprüfen, um nur ein paar wenige Beispiele zu nennen. Leistun-

gen, die am Ende ein gutes Kaufgefühl ausmachen. Und wenn sie so weit sind, können sie mit einem Klick einen Termin bei einem unserer Finanzierungsberater vereinbaren“, erklärt Dreher. Für die Kunden dabei von großem Mehrwert: Dem Berater werden alle Rahmendaten, die PIA mitgeteilt wurden, zur Verfügung gestellt, so dass er sich auf den Termin optimal vorbereiten kann und der Kunde im Termin nicht nochmals alles wiederholen muss. „Das empfinden Kunden zurecht als lästig und erwarten, dass bereits zur Verfügung gestellt Daten im Beratungsprozess genutzt werden“, meint Dreher, während er sich über seine Tasche beugt und vorsichtig das Objektiv seiner Kamera durch ein Größeres ersetzt.

Er hält die Kamera erneut vor sein Auge, richtet sich diesmal zum Wald aus. Er dreht am Zoomring, korrigiert nochmals – und hält das nächste Bild fest. In der Fotografie entscheidet nicht nur die Kamera selbst über das Ergebnis. Mit einer anderen Brennweite verändert sich der Bildausschnitt. So kann Dreher mit seinem neuen Objektiv ein Element in weiter Ferne näher heranholen, fokussieren und festhalten.

„Ob beruflich oder privat – was ich mache, soll authentisch sein.“

Blickt Dieter Dreher in seinem Geschäftsbereich nach vorne, dann hat er auch hier bereits ein klares Motiv vor Augen: „Unsere PIA hat viel Potential, welches wir Stück für Stück nutzen und ausbauen werden, um die Mehrwerte für die Besucher der Immobilien-Assistentin erlebbar zu machen.“ In Zusammenarbeit mit den anderen Geschäftsfeldern der Bank, sowie unter Einbindung von Partnern aus der Region, wie beispielsweise Handwerker, Fachanwälte und Notare, wird das Angebot der Dienstleistungen und Services wachsen. „Mit PIA ist der Grundstein für ein Ökosystem gelegt, in dem Kunden an einer Stelle Zugang zu einer Vielzahl von relevanten Komponenten zum Thema „Bauen & Wohnen“ bekommen – von der Information bis zum konkreten Geschäftsabschluss“, so beschreibt Dieter Dreher die Vision, die mehr und mehr Gestalt annimmt. Er schultert derweil seinen Rucksack und ist startklar für den Heimweg.



Für gewöhnlich unternimmt er einen solchen Ausflug mit seiner Familie – Hauptmotiv ist dabei seine 11-jährige Tochter. Bilder, die stets zum Jahresende ein Fotoalbum füllen. Auch heute spricht man in der Fotografie noch davon, Bilder zu entwickeln. Der Prozess findet in Bildbearbeitungsprogrammen am PC statt und hat mit der ursprünglichen Bildentwicklung aus der Analogfotografie wohl nur noch wenig gemeinsam. Ein Prozess, auf den Dieter Dreher verzichtet: „Es soll so sein, wie ich es gesehen habe. Was ich mache, soll echt sein.“

Schönheit liegt im Auge des Betrachters. Auch die auf den ersten Blick unkonventionellen Ideen und Projekte können aus Kundensicht hoch attraktiv sein. „Als Gestalterbank haben wir es uns auf die Fahne geschrieben, die Zukunft gemeinsam mit unseren Kunden zu gestalten. Im Immobiliengeschäft bedeutet das, den Weg in die eigenen vier Wände zu begleiten und zwar so, wie es sich die Kunden vorstellen. Innovative Wohnformen wie Tiny Houses oder die Modulbauweise – das finde ich eine spannende Idee. Solche alternativen Wohnformen möchten wir in Zukunft gerne unterstützen. Und mit unterstützen meine ich, interessierte Menschen mit Anbietern dieser Alternativen zusammenzubringen.“ Fasziniert von einem Leben auf 15 – 20 Quadratmetern möchte Dreher auch eine Tiny House Ausstellung realisieren – sobald die aktuelle Lage dies wieder zulässt. Er weiß, dass der Immobilienmarkt sich weiter entwickeln wird. Und da möchte die Gestalterbank unbedingt dabei sein. „Was ein Kunde nicht bei jeder Bank findet, findet er bei uns“, macht Dreher deutlich, wie wichtig eine Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb ist.

Und wer weiß: Vielleicht kann in wenig Raum viel Leichtigkeit wachsen. Vielleicht lässt es sich besser atmen – so, wie bei einem tiefen Atemzug auf Schloss Stauffenberg mit Blick auf die Schwarzwaldhöhen und die Weinberge der Ortenau. So, als hätte man plötzlich im Kopf ein paar Quadratmeter mehr Platz. Für mehr Flausen. Mehr Fantasie. Und mehr Gestalterkraft.

IMMOBILIEN-ASSISTENTIN

Hallo, ich bin PIA.

Noch mehr Unterstützung in Sachen Immobilien durch die neue, virtuelle Immobilienassistentin „PIA“ der Volksbank eG – Die Gestalterbank.

Wie und wo finde ich meine Traumimmobilie? Kann ich mir diese auch leisten? Was ist meine Immobilie wert, besteht bei meinem Objekt Modernisierungsbedarf oder wie kann ich einen Energieausweis ganz einfach online erstellen – Fragen, die immer mehr Menschen beschäftigen. PIA, die neue virtuelle Immobilienassistentin, beantwortet diese und andere Fragen jetzt mit nur ein paar Klicks.

Sie nimmt den Interessenten auf seiner virtuellen „Reise“ an die Hand und liefert alle notwendigen Informationen und Serviceleistungen rund um die Immobilie. Damit offeriert sie den Interessenten die Möglichkeit, sich unverbindlich mit dem Traum von den eigenen vier Wänden zu beschäftigen. PIA hilft beim Kauf, Verkauf, Vermieten und Mieten von Immobilien. Sie hilft beim Bau einer Immobilie oder auch bei der Modernisierung und der Finanzierung.

Dabei hat PIA ein gutes Netzwerk an erfahrenen Dienstleistern und Sachverständigen an ihrer Seite. Sie begleitet Interessenten bei ihren Vorhaben und gibt kostenlose Tipps und Kontakte an die Hand, mit denen sich bares Geld und Zeit sparen lässt. Ganz gleich, ob es sich um Checklisten zu Modernisierung oder Immobilienkauf, einen Bauher-

ren-Check, Tipps zur Bauabnahme oder darum geht, einen Notar zu finden – PIA hilft schnell, unkompliziert und kostenfrei.

„Mit unserer PIA begleiten wir die Menschen nun noch früher und umfassender auf ihrem Weg in die eigenen vier Wände. Wir bündeln eine Vielzahl von Leistungen rund um „Bauen & Wohnen“, die die Kundenbedarfe und -probleme mit Lösungen sowie Lösungsanbietern verbinden. Selbstverständlich sind wir auch weiterhin persönlich für unsere Mitglieder und Kunden da“, so Dieter Dreher, Bereichsleiter Immobiliencenter der Volksbank eG – Die Gestalterbank.





Mit Schwung zum Ziel.

Markus Stiepermann, Bereichsleiter des Geschäftsfelds **Private Banking & Vermögensmanagement**, ist seit 8 Jahren bei der Volksbank. Der 51-Jährige sprüht förmlich vor Energie, wenn es um die Zukunftsgestaltung seines Geschäftsbereiches geht. Auf dem Golfplatz erzählt er, wie er das anvisierte Wachstum umsetzen will und warum das kein „Hole-in-One“ ist ...

Abschlag

Novemberwetter: Eine graue Wolkendecke und Nieselregen begleiten den späten Nachmittag in Königfeld. Perfektes Golfwetter in den Augen von Markus Stiepermann. Er greift zum Smartphone. Ein Blick in seine App und er weiß, dass er heute Abend drei weitere Golfer am Abschlag treffen wird. Startzeitreservierungen, Spielanfragen und Austausch zwischen

den Golfern – all das findet heute digital statt. Die Vorzüge der Digitalisierung weiß Markus Stiepermann zu schätzen und sieht auch in seinem Geschäftsfeld interessante Ansätze zur Vereinfachung der Prozesse. Doch für den Erfolg im Private Banking setzt er auf eine andere Komponente: den persönlichen Kontakt. „Sie würden Ihr Geld auch niemandem anvertrauen, den Sie nicht persönlich kennen. Deshalb ist ein Höchstmaß an Sozialkompetenz und Empathie mein Anspruch an meine Mitarbeiter. Nur so können wir zu unseren Kunden eine langfristige Beziehung aufbauen.“ Der Bereichsleiter kennt nicht zuletzt dank seiner langjährigen Berufserfahrung die Erfolgsfaktoren und blickt voller Vorfreude auf die Zielsetzung seines Geschäftsfelds: Wachstum.



Das Potenzial ist groß. Nicht nur, dass Deutschland den zweitgrößten Private Banking Markt darstellt, auch die Reichweite im Privatkundensegment in Genossenschaftsbanken liegt derzeit bei rund 24 Prozent. Das Geschäftsgebiet der Gestalterbank ist ein überaus attraktiver Markt mit vergleichsweise vielen vermögenden Privatkunden, die es von den Leistungen zu überzeugen gilt. „Wir sind noch nicht da, wo wir hinwollen“, benennt Stiepermann ohne Umschweife sein Ambitionsniveau, betont aber gleichzeitig die gute Entwicklung der letzten Jahre: „Unsere betreuten Kundenanlagevolumen sind sehr erfreulich gewachsen und mit der Fusion eröffnen sich weitere interessante Perspektiven.“

„Sie würden Ihr Geld auch niemandem anvertrauen, den Sie nicht persönlich kennen.“

Das Geschäftsfeld befindet sich quasi erst am Abschlag – der Punkt, zu dem sich Markus Stiepermann nun mit seinem Golf-Trolley im Schlepptau begibt.

Blind Hole

Während ein Kopf-an-Kopf-Duell zwischen Tiger Woods und Phil Mickelson Millionen

Zuschauer anzieht, sieht die Realität bei Hobbygolfern anders aus: Markus Stiepermanns Mitspieler erwarten ihn bereits – Personen, die die Begeisterung für den Golfsport teilen und doch alle einen unterschiedlichen Leistungsstand haben. „Golf ist eine Sportart für die ganze Familie. Am Ende spielt man vor allem gegen die eigene Leistung an und nicht gegeneinander.“ Ein Grund, weshalb Markus Stiepermann auf dem Golfplatz viele neue Menschen kennenlernen und Kontakte knüpfen kann.

Im Private Banking muss er dafür nicht immer bei null anfangen. „Wir haben eine sehr gute Marktdurchdringung bei Unternehmenskunden und dürfen auch viele der regional tätigen Handwerker, Händler sowie Dienstleister und Freiberufler begleiten. Allerdings liegt der Schwerpunkt der Zusammenarbeit häufig im Kreditgeschäft. Es ist unsere Aufgabe, diese Kunden davon zu überzeugen, dass eine intensivierte Zusammenarbeit über die Kreditseite hinaus nutzenstiftend und erfolversprechend ist“, erläutert Stiepermann die künftig enge Verzahnung mit der Firmenbank.

Das hochprofessionelle Leistungsangebot im Private Banking und Vermögensmanagement bei der Gestalterbank noch stärker zu betonen und damit sichtbar



WACHSTUM

Ein Ziel. Zwei Wege.

01

Ausschöpfung der Potenziale für Bestandskunden

02

Akquise von Neukunden

zu machen, darin sieht Stiepermann seine Hauptaufgabe.

Eine Situation, die Golfern nur allzu vertraut ist, denn auch hier liegt das Loch oft versteckt hinter Hügeln und Hindernissen, ein sogenanntes Blind Hole. Mit jedem Chip, Flop und Pitch – Schläge unterschiedlicher Höhe, Weite und Stärke – wird der Golfball deshalb näher an sein Ziel manövriert.

Score

Und so setzt nun auch Markus Stiepermann nach einem kurzen Geplauder mit seinen Mitspielern zu seinem ersten Schlag an. Wie Stiepermann stehen seine Mitspieler mitten im Geschäftsleben, da bleibt keine Zeit, um Profi-Golfer zu werden. Dennoch hat sich ein jeder von ihnen selbst einen Score – die für ein Loch benötigte Schlaganzahl – gesetzt, mit der er diese Bahn beenden möchte. Stiepermanns Ehrgeiz ist groß: „Ich finde es einfach schön, ein Ziel zu haben und sich auf dem Weg dorthin Stück für Stück voran zu arbeiten.“

Während es beim Golfen dabei durchaus auch einmal vorkommen kann, dass ein Schlag zu weit links oder zu weit rechts platziert ist, geht der Bereichsleiter geschäftlich geradewegs auf Erfolgskurs. „Wir möchten mit einem eigenen Fonds, perspektivisch sogar mit einer eigenen Vermögensverwaltung am Markt präsent sein. Zum einen schaffen wir damit für unsere Kunden einen noch engeren Bezug zur Gestalterbank, zum anderen passt es auch sehr gut zu unserem Leitbild, da unser Angebot dadurch noch individualisierter wird“, zeigt Stiepermann die strategischen Überlegungen auf.

Generell berät die Gestalterbank ihre Kunden nach dem sogenannten „BestSelect“-

Ansatz: Eine klassische Anlagenmischung aus Renten-, Aktien- und Immobilienwerten, ergänzt um alternative Investments. Aus etwa 8.000 in Deutschland zugelassenen Fonds werden hierbei die absoluten Top-Werte selektiert und dauerhaft beobachtet. Die professionellen Analyseprozesse übernimmt das attrax-Research-Team, ein Partner der Volksbank. „Im Ergebnis haben unsere Vermögensberater ein Empfehlungstool, das ausschließlich aus Fonds mit außergewöhnlichen Leistungsmerkmalen besteht. Dieser Ansatz hat sich schon vielfach für unsere Kunden bewährt, besonders während der Turbulenzen an den Börsen“, betont Stiepermann. Für ihn zählt die Beratung beim Aufbau und der Sicherung eines persönlichen Vermögens zu den vornehmsten Aufgaben einer Bank.

Darüber hinaus weiß der Bereichsleiter, dass sein Geschäftsfeld weit mehr als nur eine kompetente Anlagenberatung zu bieten hat, um weiteres Wachstum und bestens beratene Mitglieder zu gewährleisten. Mit einem starken internen und externen Netzwerk bietet die Gestalterbank eine Betreuung für alle Lebenslagen. „Wir möchten die Kunden mit unterschiedlichsten Leistungen an die Bank binden und Allfinanzdienstleister sein im wohlverstandenen Interesse der Mitglieder und Kunden. Bei einer Anlagenberatung beispielsweise berücksichtigen wir die Gesamtvermögensstruktur eines Kunden. Hat er nun seinen Anlagefokus auf Eigentumswohnungen, dann sprechen wir die Schnittstelle zur Immobilienberatung an. Absicherung und Vorsorge sind bei der Finanzplanung weitere Schnittstellen, bei welchen wir zum Beispiel die Fachexpertise der R+V-Versicherung hinzuziehen können. Mein Wunsch ist, damit eine 100-prozentige Kundenzufriedenheit zu



Ein Zukunftsgestalter durch und durch.

erreichen“, sieht Stiepermann die Mehrwerte einer ganzheitlichen Betreuung auf beiden Seiten.

All das sind „Schläge“, mit welchen Markus Stiepermann seinem Ziel näher rückt: die Kompetenzwahrnehmung am Markt zu erhöhen.

Ass

Die Kleidung nass und schlammverspritzt, ein breites Lächeln im Gesicht haben Stiepermann und seine Mitstreiter inzwischen freie Sicht zur Zielfahne. Mit einem Schlag könnte der Ball nun ins Loch verfrachtet werden – ein Ass. Verlockend. Herausfordernd. Definitiv einen Versuch wert.

Vor einem Jahr stand Stiepermann auch geschäftlich an einem solchen Punkt: Die Gründung des InvestmentOffice – und die Rechnung ging auf. „Das InvestmentOffice ist eine spannende Sache. Ein Geschäftsmodell, das so keine andere Bank hat und das wir künftig noch weiterentwickeln möchten“, berichtet er. Mit dem InvestmentOffice – dem Kompetenzzentrum im Wertpapierbereich – hat die Gestalterbank im Geschäftsgebiet Schwarzwald Baar Hegau einen vielseitigen Dienstleister aus der Taufe gehoben. Ein Konzept, welches nun auf die gesamte Gestalterbank übertragen wird. Die InvestmentOffice-Berater unterstützen die Kundenberater bei Spezialthemen. Darüber hinaus erstellen und pflegen sie auch die bankweit einheitliche Empfehlungsliste im Wertpapiergeschäft, die die Kundenberater in der Beratung einsetzen. Und: Sie liefern als direkte Ge-

sprächspartner für ausgewählte Private Banking Kunden einen weiteren großen Mehrwert. „Wir haben Kunden, die selbst sehr aktiv die Märkte beobachten. Diese suchen versierte Sparringspartner, mit denen sie sich jederzeit fachlich austauschen können. Das ist ja im Normalfall der zugeordnete Berater. Bei der Gestalterbank kann der Kunde nun auch zusätzlich einen Spezialisten im InvestmentOffice erreichen“, erklärt Stiepermann den Kundennutzen. „Die Erreichbarkeit der Bank und die Qualität werden dadurch erhöht und gleichzeitig werden unsere Kundenberater durch das InvestmentOffice in der Kundenbetreuung entlastet. Dies schafft Spielraum für Akquise.“ Genau das Richtige, um weiter zu wachsen.

Treffer – versenkt. Zwar nicht auf Anhieb, aber das tut Stiepermanns Freude keinen Abbruch: „Um wirklich gut zu spielen, ist ein erhebliches Zeitbudget erforderlich – oder man ist einfach ein Naturtalent“, lacht er. Er liebt sein Hobby, auch, weil er hierbei mit Menschen ins Gespräch kommt. „Wenn man mit anderen Personen Stunden auf dem Platz verbringt, bei jedem Wetter, dann spricht man viel über Privates und Geschäftliches und das stärkt natürlich extrem das Vertrauen. Wie ich eingangs sagte: Sie würden niemandem Ihr Vermögen anvertrauen, den Sie nicht kennen – so lernt man Menschen kennen.“

Markus Stiepermann, ein Zukunftsgestalter durch und durch.



ZUKUNFT GEMEINSAM GESTALTEN



„Mit dem Zusammenschluss haben wir ein neues Kapitel in der Geschichte unserer Bank aufgeschlagen.“

— Markus Grimm.



Markus Grimm, Aufsichtsratsvorsitzender der Volksbank eG – Die Gestalterbank

In einem sich verändernden Umfeld werden nur diejenigen Unternehmen Erfolg haben, die neue Wege suchen und auch gehen. Innovationskraft und der feste Wille zu ständigem Wandel, gepaart mit Bodenständigkeit und Verbundenheit zu den Menschen und der Region, sind wichtige Erfolgsfaktoren für die Zukunftsfähigkeit unserer Volksbank.

Mit dem Zusammenschluss der Volksbank in der Ortenau und der Volksbank Schwarzwald Baar Hegau haben wir ein neues Kapitel in der Geschichte unserer Bank aufgeschlagen.

Für unsere Mitglieder und den Mittelstand ist eine große und starke Volksbank entstanden, die ihnen bei der Bewältigung der vielfältigen Herausforderungen zur Seite steht und sie bei der Nutzung der Chancen in einer globalisierten und zunehmend digitalisierten Welt als verlässlicher Bankpartner unterstützt.

Mit der Fusion haben wir ein historisches Zeitfenster genutzt. Sie ist für die Volksbank von großer strategischer Bedeutung und bringt auch betriebswirtschaftliche Chancen mit sich. Ein kraftvolles Zeichen, das weit über die Region hinaus als vorbildlich wahrgenommen wird.

Für unseren gemeinsamen Weg in die Zukunft gibt es viele gute Gründe. Die Menschen, deren Werte und Überzeugungen und geschäftspolitischen Strategien passen gut. Wir alle wollen in Verbundenheit mit der Region und ausgeprägtem unternehmerischen Denken genossenschaftliches Bankgeschäft gestalten. Jetzt tun wir all dies im Interesse unserer Mitglieder und Kunden gemeinsam.

Seit der Gründung unserer Genossenschaft betrachten wir Veränderungen nicht als Gefahr, sondern als Chance. Wir nehmen den Wandel an und machen uns fit, um auch für die nächsten Jahrzehnte für unsere Mitglieder und Mitarbeiter ein attraktiver Bankpartner und Arbeitgeber zu sein.

Wir sind in den Regionen Ortenau, Schwarzwald Baar und im Hegau zu Hause. Hier sind wir integraler Bestandteil der Wirtschaft und Gesellschaft. Die Nähe zu unseren Mitgliedern und den Menschen in der Region ist und bleibt unser wichtigstes Gut.

Die digitale, mobile und mediale Welt bietet die Chance, um schneller, einfacher und effizienter zusammenzuarbeiten. Nicht zuletzt aufgrund dieser neuen Möglichkeiten finden wir auch Partner weit außerhalb unserer Regionen. Dies sichert uns Wachstumschancen und ermöglicht neue Partnerschaften, die unsere dynamische Entwicklung bereichern.

ZUKUNFT | GEMEINSAM | GESTALTEN – mit unseren Mitgliedern und mit den Menschen in der Bank werden wir ein Gewinn für alle sein.

**Ihr Aufsichtsrat
der Volksbank eG – Die Gestalterbank**


Markus Grimm
Aufsichtsratsvorsitzender



Volksbank eG

Die Gestalterbank