

„Wir sind auch ohne Filiale beim Kunden vor Ort präsent“

Interview mit Leopold Berner



Quelle: pixabay.com

Auch ohne Filialen versteht sich die VR Bank Niederbayern-Oberpfalz an ihrem Sitz in Regensburg als „Ortsbank“. Doch die Möglichkeit, online bundesweit antreten zu können, wird auch für Genossenschaftsbanken immer wichtiger, meint Leopold Berner. Und ein überregionaler Antritt vertrage sich gut mit der Genossenschaftsidee als eigentlichem Alleinstellungsmerkmal der Genossenschaftsbanken. Die Entscheidung, 2015 den Verband der PSD Banken zu verlassen, bewertet Berner deshalb nach wie vor als richtig. Gleichwohl bekennt sich die Bank mit dem Grün im Logo „Meine Bank“ zu ihrer Herkunft. Red.

bn Auf Ihrer Website heißt es: „Von Regensburg aus betreuen wir ganz Bayern und bieten Ihnen dort alle Leistungen einer klassischen Filialbank. Darüber hinaus sind wir deutschlandweit als Direktbank vertreten.“ Steht das Selbstverständnis als Ortsbank somit im Vordergrund – auch wenn die Bank kein Filialnetz unterhält?

Unsere Wurzeln sind natürlich in Regensburg und auch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kommen aus der Region. Aus der Historie heraus sind wir in Regensburg entstanden und unsere Kunden

vor Ort haben zu unserem großen Erfolg wesentlich beigetragen.

Hier in Regensburg verstehen wir uns als „Ortsbank“. Dabei ist ein dichtes Filialnetz nicht das, was die Bindung zu unseren Kunden ausmacht und auch nicht das, was die Kunden erwarten. Wir kommen aus der Historie der Post und Telekom und schließlich ist ein Brief an die Bank die älteste und von unseren Kunden bereits seit langem genutzte Form des Direktbankings. Die Technik in Form von Internet und Smartphones bietet unseren Kunden nur weitere Möglichkeiten, mit uns in Kontakt zu treten.



Quelle: Landratsamt Kreis Plön

Leopold Berner, Vorsitzender des Vorstands, VR Bank Niederbayern-Oberpfalz eG, Regensburg

bn Wie würden Sie heute „Ortsbank“ definieren? Wie viel hat das heute noch mit Präsenz vor Ort zu tun?

Ich denke nicht, dass es wichtig ist, wie ich „Ortsbank“ definiere. Viel wichtiger ist, was unsere Kunden darunter verstehen. Es gibt natürlich Kunden, die regelmäßig in die Filiale kommen und sei es auch nur, um eine Überweisung persönlich abzugeben. Den Erwartungen dieser Kunden müssen wir genauso gerecht werden, wie denjenigen Kunden, die beim Einkaufen schnell den Kontostand über die App checken wollen.

Wir sind auch ohne eine Filiale beim Kunden vor Ort präsent. Die Kunden wählen den Kontaktweg, der für sie gerade passt. Unsere Aufgabe als Bank ist es nur, unseren Kunden möglichst alle Wege, die sie nutzen wollen, auch zur Verfügung zu stellen.

bn Die VR Bank Niederbayern-Oberpfalz war bis Ende 2015 eine PSD Bank. Was genau gab damals den Ausschlag für den Austritt aus dem Verband der PSD Banken?

Das ist eigentlich ziemlich banal: Unsere geschäftspolitische Aufstellung hat sich im Laufe der Zeit in eine Richtung entwickelt, durch die wir uns strategisch immer weiter vom Kurs des Verbandes der PSD Banken entfernten. Im Kern sind wir als genossen-

schaftliches Institut in erster Linie den Mitgliedern und Kunden verpflichtet. Wir haben mit dem Austritt und unserer Umfirmierung im Ergebnis weniger eine Entscheidung gegen den Verband der PSD Banken e. V., sondern eine Entscheidung für eine aus unserer Sicht vorteilhaftere Marke getroffen, was wiederum unseren Kunden und Mitgliedern zugutekommt.

„Wir haben eine Entscheidung für eine vorteilhaftere Marke getroffen.“

def. Das wollen wir natürlich auch so kommunizieren. Markenrechtlich gibt es hier keine Probleme. Unser „Meine Bank“-Logo ist ordnungsgemäß für uns eingetragen und sowohl der Firmenname als auch die Nutzung des VR-Logos sind über die Mitgliedschaft beim BVR abgesichert.

Der Baden-Württembergische Genossenschaftsverband hat uns sehr gerne aufgenommen und auch beim Verbandswechsel tatkräftig unterstützt. Wie gesagt, gibt es kein Gesetz, das gegen diese Satzungsänderung spricht. Ganz im Gegenteil sind im Kartellrecht Gebietsabsprachen sogar problematisch. Meines Wissens gibt es neben den Sparda-Banken noch weitere Genossenschaftsbanken, die ihre Satzung entsprechend geändert haben. Wie viele davon Mitglied beim BWGV sind, kann ich aber nicht sagen.

bm Im neuen Markenauftritt „Meine Bank“ erinnert die grüne Bank optisch noch immer an die Herkunft aus der PSD-Banken-Gruppe. Ist das bewusst so gewählt, um Kontinuität zu signalisieren? Und wie ist das markenrechtlich zu bewerten?

Der Markenauftritt „Meine Bank“ ist für uns die logische Weiterentwicklung der Werbestrategie, die wir bereits seit 2013 im Einsatz haben. Die Überlegungen waren damals sehr einfach. Was sagen Sie zum Beispiel, wenn Sie gefragt werden was Ihr Konto kostet? „Bei meiner Bank ist das Konto kostenlos.“ Aus Sicht der Kunden und Mitglieder ist es Meine Bank und nur im zweiten Schritt die VR Bank Niederbayern-Oberpfalz. Diese Idee stammt auch nicht aus der PSD-Gruppe, sondern aus unserer eigenen Marketingabteilung. Wir hatten diese Werbestrategie bereits als PSD Bank im Einsatz und werden sie auch als VR Bank weiterführen.

„In der heutigen Zeit der Globalisierung macht eine regionale Einschränkung keinen Sinn mehr.“

Auch für das helle „Grün“ haben wir uns bewusst entschieden. Wir sind eine junge und frische Bank und wollen das auch nach außen zeigen. Natürlich sind wir auch wegen der Kontinuität in der grünen Farbpalette geblieben. Wir sind stolz auf unsere Geschichte und unsere Herkunft, die uns schon von klassischen Volks- oder Raiffeisenbanken unterscheidet.

bm Die Sparda-Banken haben inzwischen die Satzungsänderung nachvollzogen, die bei Ihnen damals zum Verlassen der Gruppe der PSD Banken geführt hat: den jeweils bundesweiten Antritt im Online-Geschäft. Sehen Sie sich heute als Vorkämpfer für diesen Ansatz?

Die Satzung stellt den Auftrag dar, den die Mitglieder, also die Eigentümer der Bank, erteilt haben. Unsere Mitglieder haben lediglich festgestellt, dass in der heutigen Zeit der Globalisierung eine regionale Einschränkung keinen Sinn mehr macht und haben den Auftrag an uns als Bank dementsprechend geändert. In anderen Bankensparten ist dies teils selbstverständlich. Wir sind lediglich im Bereich der PSD Banken Vorreiter gewesen. Diese Entscheidung steht jeder Genossenschaftsbank frei und liegt einzig im Ermessen der Mitglieder.

„Das Filialnetz war nie ein Alleinstellungsmerkmal der Genossenschaftsbanken.“

bm Wie sind Sie mit dem bundesweiten Online-Antritt im Baden-Württembergischen Genossenschaftsverband aufgenommen worden? Gibt es in diesem Verband weitere Institute mit einer entsprechenden Satzung?

bm Welche Bedeutung hat es heute für eine genossenschaftliche Bank, Ihre Leistungen auch bundesweit anbieten zu können?

Aus meiner Sicht eine sehr große Bedeutung. Das Filialnetz war nie ein Alleinstellungsmerkmal der Genossenschaftsbanken. Das Alleinstellungsmerkmal ist die genossenschaftliche Idee, nach der wir seit über 80 Jahren erfolgreich arbeiten. Diese Idee ist heute so aktuell wie damals und lässt sich in unserer technologisierten Welt nicht örtlich einschränken.

Es liegt im Interesse der Kunden und Mitglieder, dass sie unsere Leistungen von überall nutzen können. Und genau nach diesen Interessen handeln wir.

bm Werden die Genossenschaftsbanken untereinander damit nicht auch stärker als nötig zu Wettbewerbern? Und wird dadurch der Preisdruck nicht noch mehr angeheizt?

Genossenschaftsbanken stehen schon immer im Wettbewerb zueinander. Nehmen Sie nur als Beispiel die Stadt Regensburg. Hier gibt es fünf Genossenschaftsbanken, die nur wenige Kilometer auseinanderliegen.

Wettbewerb ist etwas Gutes, er treibt einen an, seine Sache besser zu machen als andere. Der Wettbewerb lässt uns Ideen und Innovationen entwickeln. Es ist unsere Aufgabe als Bank, die Kosten niedrig zu halten, da auch das im Interesse der Kunden und Mitglieder ist. Zudem ist der Preis nur ein Aspekt unter mehreren, den der Kunde bei der Wahl seiner Bank berücksichtigt.

bm **Ganz konkret: Welcher Anteil Ihrer Kunden wohnt nicht in der Region Niederbayern/Oberpfalz beziehungsweise nicht in Bayern? In welchem Umfang gewinnen Sie Neukunden beziehungsweise Neugeschäft außerhalb Bayerns?**

Der Großteil unserer Kunden wohnt immer noch in Niederbayern und der Oberpfalz.

Die Meisten davon sogar in und um Regensburg. Natürlich haben wir in den letzten Jahren mehr Kunden aus anderen Regionen in Deutschland und auch in Österreich von uns überzeugen können. Das zeigt uns aber nur noch mehr, dass dieser Schritt im Interesse der Kunden und Mitglieder ist.

bm **Wie verträgt sich der bundesweite Online-Antritt mit dem genossenschaftlichen Selbstverständnis? Wird das nicht irgendwann ausgehöhlt, wenn der Anteil der auswärtigen Kunden zu hoch wird?**

Es verträgt sich aus meiner Sicht sehr gut. Es geht ja um die „Hilfe zur Selbsthilfe“, die weder auf einen bestimmten Personenkreis noch auf eine bestimmte Region

eingeschränkt ist. Unsere Kunden helfen sich gegenseitig, egal ob sie in Hamburg, Berlin oder Regensburg wohnen. Das ist genau das, wofür die Genossenschaftsbanken stehen.

bm **Wie sehen Sie das heute: Hat sich der Verbandswechsel für die Bank gelohnt? Wo sehen Sie Vor- und Nachteile?**

Betrachtet man den Erfolg der Bank in den letzten Jahren, so haben sich auch der Verbandswechsel und die neue Positionierung für uns auf jeden Fall gelohnt. Sowohl finanziell als auch in der Unterstützung, die die Bank von ihren neuen Kooperationspartnern erfährt. Nachteile kann ich daraus keine erkennen. ■

FOCONIS-ZAK® bietet Ihnen Kontrollprozesse, die Sie in Zeiten ansteigenden Kostendrucks und immer strenger werdender Regulatorik zu schätzen wissen werden. Mehr als 450 Banken und Sparkassen setzen auf die Expertise der FOCONIS in den Bereichen

Ertragssicherung, Beratungsoptimierung, Wertpapierkontrolle, WpHG Compliance (MAR/ MAD II), WpHG Beratungsdokumentation (MiFID II), Kostenoptimierung im Aktivgeschäft, Datenqualitätsmanagement, Bonitätsprüfungen, Kundensegmentierung u.v.m.

Sichern Sie sich ab; seien Sie auf ZAK!

Weitere Informationen:
www.foconis.de/zak