REGIONAL

Der Vertrieb im Fokus

Die Raiffeisenbezirksbank Oberwart reagiert auf die Zeichen der Zeit und investiert verstärkt in die Mitarbeiterfortbildung.

VON ALEXANDER BLACH

Die Bankenwelt hat sich großen Herausforderungen zu stellen. Zum einen fordert der fortwährende Prozess der Digitalisierung stetige Weiterentwicklung auf technischer Ebene – das gilt für den Geldautomaten im SB-Foyer wie für die EDV-Infrastruktur in der Bank. Auf der anderen Seite hat der digitale Fortschritt das Verhalten der Kunden entscheidend verändert. Die meisten Finanzangelegenheiten regeln sie selber im Internet. Sie erwarten Online-Produkte, die mit denen der FinTechs – der neuen Konkurrenz – mithalten können. Und kommen sie doch einmal in die Bank, haben sie bereits im Netz recherchiert und wollen nun eine dementsprechend tiefgehende Beratung. Dazu erschweren noch niedrige Zinsen und steigende Regulatorik den Bankenalltag.

Diesen Herausforderungen ist man sich im Raiffeisensektor durchaus bewusst. Mit neuem Onlinebanking, Sofortkredit am Smartphone, angepassten Öffnungszeiten, Erreichbarkeit am Wochenende oder besser abgestimmten Produkten – um nur einige Beispiele zu nennen – versucht man auf den Wandel der Zeit zu reagieren.

"Die Gewinnspannen werden immer geringer. Dazu kommen aber immer mehr regulatorische Anforderungen, die uns viel Geld kosten", sagt auch Karl Kornhofer, Geschäftsleiter der Raiffeisenbezirksbank Oberwart. Als einen Teil der Lösung sehe er vor allem die Konzentration auf den Vertrieb: "Es ist wichtig, unsere Potenziale im Vertrieb immer weiter auszubauen, um höhere Erträge im Markt zu lukrieren." Mit einer Bilanzsumme von 821 Mio. Euro und rund 1,6 Mrd. Euro an verwalteten Kundengeldern ist die RBB Oberwart die größte Raiffeisenprimärbank im Burgenland. "Wir haben schon immer den Fokus auf den Vertrieb gelegt. Deswegen ist es auch unser Anliegen, uns stetig weiterzuentwickeln, um noch besser werden zu können. - Wer rastet, der rostet eben", betont Kornhofer. Eine dieser Maßnahmen war die Durchführung eines Qualifizierungsprogrammes für Mitarbeiter, um damit neue Perspektiven im Verkauf zu erschließen, den Teamgeist zu fördern und den "gesamt heitlichen, lösungsorientierten Beratungsansatz" weiter zu stärken. "Wir

investieren schon immer sehr viel in die Ausbildung unserer Mitarbeiter, besonders im Vertrieb. – Wir müssen fördern, dann können wir fordern", bekräftigt Geschäftsleiter Kornhofer.

Mit Unternehmensberater Reinhard Lindner habe man einen passenden Partner dafür gefunden. Natürlich ist dieser kein Unbekannter: "Lindner betreut uns schon seit 20 Jahren – das Konzept von 'L.I.K.E. Banking' und die Referenzen haben uns schnell überzeugt", erklärt Kornhofer. Neben der RBB Oberwart haben bereits 70 Raiffeisenbanken mit dem Beratungsunternehmen zusammengearbeitet.



NACHHALTIGES ENGAGEMENT

Neben dem Engagement im Vertrieb möchte die Raiffeisenbezirksbank Oberwart auch Schwerpunkte beim Thema Nachhaltigkeit setzen. Am Kundenparkplatz der Zentrale in Oberwart wurden drei Carports errichtet, die einerseits Schatten spenden und andererseits Solarenergie sammeln. Die Planungsarbeiten für das Projekt begannen bereits im Herbst 2017, im heurigen August wurde es fertigstellt. Zusätzlich wurde eine Ladestation für Elektrofahrzeuge installiert.

"Nachhaltigkeit ist für uns ein ganz wichtiges Thema und diesem wollen wir mit der neuen Anlage Rechnung tragen. Durch diese Carport-Photovoltaik-Kombination entstehen auch einige Synergieeffekte. Zum einen sind 20 Stellplätze nun überdacht und wir erzeugen 35 Prozent des Stromverbrauchs der Zentrale, sehr effizient und CO₂-neutral", erklärt Geschäftsleiter Karl Kornhofer. Die Kollektoren mit einer Gesamtfläche von rund 300 Quadratmetern erzeugen eine Leistung von 49,59 kWp. "Damit tragen wir auch etwas zum Klima- und Umweltschutz bei", betont Kornhofer. Das Feedback der Kunden sei bereits sehr positiv. "Die Rentabilität erzielen wir mit der Investition, die gefördert wurde, in etwa 14 Jahren. Für uns war die Umsetzung ganz wichtig, um auch nach außen einen klaren Schritt im Bereich der Nachhaltigkeit zu setzen", so Kornhofer.

Für die Einfahrt in den Kundenparkplatz wird die Bankomatkarte genutzt. Der Parkplatz mit insgesamt 24 Stellplätzen, davon nunmehr 20 mit den neuen Photovoltaik-Carports überdacht, ist nur für die Kunden der RBB Oberwart vorgesehen. Die Bank-Mitarbeiter parken außerhalb.

L.I.K.E. Banking ist ein Personal- und Organisationsentwicklungsprogramm, welches die entscheidenden Vertriebsfragen eines Kundenberaters in neuer Qualität beantwortet, heißt es von Seiten Reinhard Lindners. Erfolg wird garantiert, ansonsten gibt es das Geld zurück. Ein Programmdurchlauf dauert etwa ein dreiviertel Jahr, beansprucht aber nur sechs Tage des Mitarbeiters, da sehr viel in Eigenregie trainiert wird.

Am Beginn des Programms steht ein "personaldiagnostisches Verfahren". Dabei werden in Einzelgesprächen die Fähigkeiten und Entwicklungspotenziale der Mitarbeiter identifiziert, um die Rahmenbedingungen und die Rich-

> tung, in die es gehen soll, festzulegen. "Trotz vorherrschender Skepsis sind alle Mitarbeiter strahlend vom Gespräch zurückgekehrt, weil sie wirklich treffend analysiert wurden", erinnert sich Kornhofer. In den praxisnahen Trainingsmodulen lernen die Teilnehmer unter anderem den Umgang mit heiklen Situationen im Beratungsgespräch – ob Preisgespräche, die Ablehnung von Krediten oder das Nachfordern von Sicherheiten. Aufgebessert wird auch die allgemeine Argumentationsstrategie, um die Wertschöpfung an bestehenden Kunden zu erhöhen und neue zu gewinnen. Durch selbstständiges Trainieren und Üben mit den Kollegen soll das Erlernte dann in die tägliche Routine einfließen und alte Muster ersetzen. Gleichzeitig führen die Programmteilnehmer selbstgewählte Projekte durch, die mit der Unternehmensstrategie abgestimmt sind. Nach der Präsentation der Projektergebnisse erhalten die Teilnehmer schlussendlich ihre Zertifizierung.

Karl Kornhofer zeigt sich vom Programm beeindruckt: "Nach dem Programm sind unsere Mitarbeiter selbstbewusster, handeln selbstständiger und denken unternehmerischer. Der Vertrieb hat bei uns nach Absolvierung des Programmes einen noch höheren Stellenwert."

