

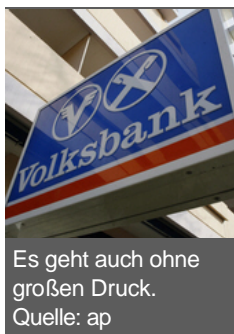
ICHENHAUSEN

21.09.2010

Warum es bei der Raiffeisenbank ohne Vertriebsdruck geht

Was in der Branche Usus ist, hat eine Raiffeisenbank in der bayerisch-schwäbischen Provinz abgeschafft: Vertriebsdruck, hochkomplexe Produkte. Und dennoch stimmt unter dem Strich das Ergebnis bei der Raiffeisenbank Ichenhausen.

von Stefani Hergert



Es geht auch ohne großen Druck.
Quelle: ap

DÜSSELDORF. Verkaufsdruck, Vertriebsziele und Mitarbeiterentlohnung auf Provisionsbasis hält Ernst Kronawitter, Vorstand der Raiffeisenbank Ichenhausen, für überflüssig. Seine Mitarbeiter sollen die Kunden beraten, Sparbücher, Fonds und Versicherungen verkaufen, ohne dass ihnen jemand vorschreibt, wie viel von jedem Produkt sie wann unters Volk zu bringen haben. Und Produkte, die weder Kunde noch Berater verstehen, gibt es in seiner Bank ebenfalls nicht.

Die Dinge, denen er abgeschworen hat, stehen für jene Auswüchse der Finanzindustrie, die selbst Bankberater verzweifeln lassen. Zwar gelten die Genossenschaftsbanken insgesamt als weniger profitorientiert als manche Geschäftsbank. Doch seit 2002 sticht die Raiffeisenbank in der 8800-Einwohner-Stadt Ichenhausen im ländlich geprägten Bayerisch-Schwaben auch in diesem Verbund noch einmal deutlich heraus.

„Führen ohne Druck“, nennt Vorstand Kronawitter das. Und seine Rechnung scheint aufzugehen: Die Mitarbeiterzufriedenheit stößt – wissenschaftlich bestätigt – fast an Grenzwerte. Rüdiger Hossiep, Psychologe der Ruhr-Universität Bochum, hat das untersucht. Das Ergebnis: Die Raiffeisenbank liegt in allen sieben Kategorien wie Unternehmensklima, Arbeitsbedingungen oder Bewertung der eigenen Tätigkeit weit über dem Durchschnitt der rund 2200 befragten Mitarbeiter von Finanzdienstleistern. „Solche Ergebnisse habe ich noch nie gesehen“, sagt Hossiep. Vor allem: „Bei der Frage nach der leistungsgerechten Entlohnung ist die Abweichung nach oben besonders groß. Auf der Skala von 0 bis 100 liegt die Raiffeisenbank Ichenhausen mehr als 30 Punkte über dem Durchschnittswert für die Finanzbranche.“ Und das, obwohl die Berater, die allesamt ein Festgehalt beziehen, bei anderen Banken mehr verdienen könnten.

Die Ichenhausener konzentrieren sich auf das klassische Bankgeschäft – Geld einsammeln, anlegen und verleihen. Girokonten, Bausparverträge, Kredite und Immobilienfinanzierung – damit verdienen sie ihr Geld. Einfache Produkte eben. Und dennoch stehen den 15000 Kunden rund 5000 Fonds verschiedener Gesellschaften zur Auswahl, auch verbundfremde. Andreas Hackethal, Finanzprofessor an der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt, sieht in dem Modell daher „eine gute Balance zwischen den Interessen der Bank und der Kunden.“ Denn fair sein heißt nicht, kein Geld zu verdienen.

Die Ichenhausener erwirtschafteten bei 227 Mio. Euro Bilanzsumme im vergangenen Jahr ein Betriebsergebnis vor Steuern von 2,4 Mio. Euro. Das ist prozentual zur Bilanzsumme mehr als der Bundesdurchschnitt der Volks- und Raiffeisenbanken. Im Krisenjahr 2008 reichte es bei der kleinen

Raiffeisenbank gerade für 164000 Euro Gewinn. Kronawitter weiß, dass das Modell Grenzen hat, die Marge nicht viel höher steigen kann. „Unser Ziel ist nicht die Rendite“, sagt er, „natürlich müssen wir Geld verdienen, aber es geht nicht darum, das zu maximieren.“

Kronawitter und sein Vorstandskollege Michael Höhle sehen sich als Querdenker. Man könnte auch sagen: als Missionare. Beim Bundesverband heißt es: „Das ist ein schönes Beispiel, wie eines unserer Mitglieder sein Geschäftsmodell an die Gegebenheiten vor Ort anpasst.“ In Großstädten fragten aber viele Kunden andere Produkte nach. Daher sei die Idee kein Modell für die Banken dort. Es käme auf einen Versuch an, mag man erwidern.

© 2010 Handelsblatt GmbH

Verlags-Services für Werbung: www.iqm.de (Mediadaten) | Verlags-Services für Content: [Content Sales Center](#) | [Sitemap](#) | [Archiv](#) | [Schlagzeilen](#)

Powered by [Interactive Data Managed Solutions](#)

Keine Gewähr für die Richtigkeit der Angaben. Bitte beachten Sie auch folgende [Nutzungshinweise](#), die [Datenschutzerklärung](#) und das [Impressum](#).