

Ausgabe 1 • 2013

**Wirtschaftsverbände**

Gemeinsame Erklärung zum Universalbank-System S. 2

**Werte und Vertrauen im Bankgeschäft**

Kundenorientierung statt Produktorientierung S. 3

**Banken engagieren sich (4)**

In das kreative Potenzial der Region investieren S. 6

inter|esse

Daten – Fakten – Hintergründe



Verbändeerklärung

## Universalbanken stärken Finanzmarktstabilität und sichern Unternehmensfinanzierung

Vor dem Hintergrund der laufenden Diskussionen im In- und Ausland zur Einführung eines Trennbankensystems haben sich die Spitzenverbände der deutschen Wirtschaft Mitte Januar in einer gemeinsamen Erklärung für den Erhalt des deutschen Universalbankensystems ausgesprochen.

Unterzeichner der Erklärung sind die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), der Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI), der Deutsche Industrie- und Handelskammertag (DIHK), der Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) sowie alle Verbände der deutschen Kreditwirtschaft.

Die Verbände unterstützen grundsätzlich die bisherigen Regulierungsschritte zur Stabilisierung der Finanzmärkte im Rahmen des Universalbankensystems. Eingriffe in die Geschäftsmodelle der Banken erhöhen allerdings nicht die Stabilität des Finanzmarkts, sondern beschränken die Funktionsfähigkeit der deutschen Kreditwirtschaft. Gerade deshalb lehnen die Verbände die Einführung von Trennbankenelementen ab. Die mittelständisch geprägte deutsche Wirtschaft ist eng mit dem Universalbankensystem verknüpft und hätte die Kosten einer Aufteilung der Bankgeschäfte zu tragen, ohne dass damit ein konkreter Nutzen einhergeht.

**Die Verbändeerklärung vom 15. Januar 2013 im Wortlaut:**

Die Stabilität der Finanzmärkte ist für die deutsche Wirtschaft von großer Bedeutung. Denn Unternehmer und Bürger benötigen leistungsstarke Finanzpartner und umfassende Finanzdienstleistungen. Als eine Konsequenz aus der Finanzkrise hat der Gesetzgeber zahlreiche Regulierungsmaßnahmen ergriffen, die insgesamt die Finanzstabilität und die Risikotragfähigkeit der einzelnen Banken erhöhen und so zu einer verlässlichen Bereitstellung von Finanzdienstleistungen beitragen sollen. Die Einführung von Trennbanksystemen leistet dagegen keinen Beitrag zur Risikominderung.

Gerade vor diesem Hintergrund tritt die deutsche Wirtschaft für den Erhalt des Universalbankensystems in Deutschland und der EU ein. Das Universalbankensystem ist mit der deutschen Wirtschaft und ihrer spezifischen Struktur – international ausgerichtet und in weiten Teilen mittelständisch geprägt – historisch gewachsen. Gerade in Deutschland gehen Hausbankprinzip und Universalbank Hand in Hand und sind eine wichtige Voraussetzung für ein breites, differenziertes und kundenorientiertes Angebot von Finanzprodukten und -dienstleistungen. Denn die Wirtschaft fragt keineswegs nur klassische Bankprodukte wie Kredite, Einlagen und Zahlungsverkehr nach. Auch Absicherungs- und Finanzierungsinstrumente, die

üblicherweise dem Investmentbanking zugeordnet werden, sind unverzichtbarer Bestandteil der Finanzierungsdienstleistungen für Unternehmen, gerade für die zahlreichen Importeure und Exporteure. Dies gilt in besonderem Maße für den deutschen Mittelstand.

Die Einführung eines Trennbankensystems würde diese auch in der Finanzkrise bewährte Finanzierungstradition beeinträchtigen, beispielsweise durch höhere Kosten für die Absicherung von Unternehmensrisiken bei Währungen oder Zinsen und eine Einschränkung des Angebots solcher Finanzdienstleistungen. Die Politik in Deutschland sollte daher Überlegungen zur Einführung von Trennbankenelementen, wie sie beispielsweise im Vorschlag der High Level Expert Group unter Vorsitz des finnischen Notenbankpräsidenten Liikanen vorgelegt wurden, sehr kritisch sehen und sich für den Erhalt des bewährten Universalbankensystems in Deutschland einsetzen. Eingriffe in die Geschäftsmodelle der Banken erhöhen nicht die Stabilität des Finanzmarkts, beschränken aber die Funktionsfähigkeit der deutschen Kreditwirtschaft. Während der Nutzen eines solchen Vorhabens unklar ist, wären die hierdurch ausgelösten Belastungen unmittelbar erkennbar – ein Verlust an internationaler Wettbewerbsfähigkeit für die Unternehmen in Deutschland und in der Folge eine Gefährdung von Arbeitsplätzen.

**Dr. Reinhard Göhner**

Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Präsidiums Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände e.V.

**Dr. Markus Kerber**

Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Präsidiums Bundesverband der Deutschen Industrie e.V.

**Dr. Martin Wansleben**

Hauptgeschäftsführer Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.

**Holger Schwannecke**

Generalsekretär Zentralverband des Deutschen Handwerks e.V.

**Dr. Michael Kemmer**

Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Vorstands Bundesverband deutscher Banken e.V.

**Gerhard Hofmann**

Mitglied des Vorstands Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken e.V.

**Dr. Karl-Peter Schackmann-Fallis**

Geschäftsführendes Vorstandsmitglied Deutscher Sparkassen- und Giroverband e.V.

**Jens Tolckmitt**

Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Vorstands Verband deutscher Pfandbriefbanken e.V.

**Dr. Hans Reckers**

Hauptgeschäftsführer Bundesverband Öffentlicher Banken Deutschlands e.V.

Werte und Vertrauen im Bankgeschäft

## Kundenorientierung statt Produktorientierung



Über Vertrauen, Vertrauensverlust und Wege aus der Vertrauenskrise wurde in der Finanzwirtschaft in den vergangenen Jahren häufiger gesprochen. Selten aber im Rahmen einer Veranstaltung unter Mitwirkung gleich dreier Präsidenten der kreditwirtschaftlichen Säulen: der Sparkassen, der Volks- und Raiffeisenbanken sowie der privaten Banken. Georg Fahrenschon, Uwe Fröhlich und Andreas Schmitz waren Ende vergangenen Jahres einer Einladung der Wertekommission zur Podiumsdiskussion gefolgt.

„Wege aus der Vertrauenskrise – Welchen Beitrag kann der Finanzsektor leisten?“, so lautete die Fragestellung des Forums, zu dem der Vorstandsvorsitz der Wertekommission und Leiter der Unternehmenskommunikation der Aareal Bank, Dr. Sven Korndörffer, die zahlreichen Gäste in den Berliner Räumlichkeiten des Sparkassen- und Giroverbandes begrüßte. Die Wertekommission, eine Initiative von Führungskräften der Wirtschaft, will der Frage nachspüren, wie persönliche Werte in konkretes ökonomisches Handeln umgesetzt werden können.



Der Journalist und Autor Wolf Lotter entfachte mit seinem pointierten Statement die Diskussion.

Als Impulsgeber für die Diskussion fungierte Wolf Lotter, gebürtiger Österreicher und seit Jahren einer der führenden Köpfe des Zeitgeist-Magazins „brand eins“. In seinem pointierten Statement wies er zunächst auf ein „Vertrauensparadox“ hin. So wachse das Misstrauen gegenüber Wirtschaft und Politik in den Industrieländern immer weiter an, obwohl diese Gesellschaften seit den 1960iger Jahren tendenziell immer reicher geworden seien. Gleichzeitig liefen die Appelle von Managern, Politikern und Journalisten, das Vertrauen wieder herzustellen, zunehmend ins Leere. Mehr noch: Das ständige

Beschwören des Vertrauens scheinete das Misstrauen sogar noch zu vergrößern.

Ob die „68er“ mit der von ihnen ausgelösten kritischen Beobachtung des Öffentlichen eine „Mitschuld“ an der Vertrauenskrise trügen oder ob die Deutschen in den letzten 30 Jahren gar nicht kritischer, sondern einfach nur harmoniesüchtiger geworden seien, ließ Lotter offen, kritisierte jedoch den gesellschaftlichen Gesinnungsdruck, dem Banken heute vielfach unterlägen. Die Vorstellung, Banken seien reine Wohltäter und ihre Geschäfte nur im Interesse des Kunden, sei von Seiten der Verbraucher naiv, und von Seiten der Banken, die das behaupteten, unehrlich. Die Wahrheit, dass Bankgeschäfte auch der Bank nutzen müssten, sei den Menschen aber nicht nur zumutbar, sie sollte ihnen, so Lotter, auch tatsächlich zugemutet werden. Denn nicht Gesinnungsdruck, sondern Klarheit und Verständlichkeit seien in einer Geschäftsbeziehung die Basis des Vertrauens. Lotter forderte in diesem Zusammenhang Manager und

Dr. Sven Korndörfer, Vorstandsvorsitzender der Wertekommission und Leiter der Unternehmenskommunikation der Aareal Bank.



Experten auf, ihre Sprachlosigkeit zu überwinden und den Menschen besser zu erklären, was sie tun. Jeder Schritt weg von der Verbindlichkeit, so mahnte er, sei ein Schritt hin zu Misstrauen.

In der anschließenden Diskussionsrunde waren sich die Präsidenten der drei Bankenverbände in der Diagnose so weit einig, dass die Finanzkrise zu einem deutlichen Vertrauensverlust gegenüber den Kreditinstituten geführt und die Branche dazu auch selbst beigetragen habe. Einer der größten Fehler, so Georg Fahrenscho, sei gewesen, sich Anfang der 1990er-Jahre vom Retail-Geschäft abzuwenden und sich zu sehr auf das Firmenkundengeschäft zurückzuziehen. Zudem hätten Fehlentscheidungen bei den bankinternen Gehaltssystemen und von politischer Seite Mängel in der Regulierung die Entstehung der Krise begünstigt.

Andreas Schmitz erinnerte daran, dass es nicht das Bankgeschäft in Deutschland war, das die wesentlichen Probleme verursacht habe, wohl aber der Drang insbesondere größerer Banken und fast aller Landesbanken, ihr Heil im Ausland mit Kreditsatz- und Interbankengeschäften zu suchen. Entscheidungen der Marktteilnehmer seien oft auch nicht mehr nach moralisch „richtig“ oder „falsch“, sondern nur noch nach „legal“ oder „verboten“ beurteilt worden.



Die Präsidenten der kreditwirtschaftlichen Säulen (v.l.): Uwe Fröhlich, Andreas Schmitz und Georg Fahrenscho.



Über Vertrauen, Vertrauensverlust und Wege aus der Vertrauenskrise diskutierten während des Forums der Wertekommission (v.l.): der Journalist Wolf Lotter, Georg Fahrenschon, Präsident des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes, Moderator Dr. Philipp Busch, Geschäftsführender Gesellschafter Tradizio GmbH, Andreas Schmitz, Präsident des Bundesverbandes deutscher Banken, und Uwe Fröhlich, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken.

Die Krise verschärft, so fügte Uwe Fröhlich hinzu, habe auch das damals in der Gesellschaft verbreitete Leitmotiv, in kürzester Zeit möglichst viel Geld verdienen zu wollen – eine Haltung, zu der auch Politik und Medien wesentlich beigetragen hätten.

Mit der Analyse der Krisenursachen lieferten die Präsidenten der Kreditverbände auch gleich die Ansatzpunkte der Agenda, mit der die Banken verloren gegangenes Kundenvertrauen weiter zurückgewinnen wollen. Fast einmütig plädierten sie für eine stringente Regulierung, ohne allerdings, wie insbesondere Fröhlich warnte, alle Banken über einen Kamm zu scheren und mit einer maßlosen Regulierungswelle zu überziehen. Es sei kein geeignetes Rezept, das Kind mit dem Bade auszuschütten. Nötig sei vielmehr eine qualifizierte Bankenaufsicht, die nach unterschiedlichen Geschäftsmodellen differenziere.

Den zweiten, wichtigen Baustein auf dem Weg zu gestärktem Kundenvertrauen – auch da waren sich die Diskutanten einig – bestehe in einer noch stärkeren Hinwendung zum Kunden. „Kundenorientierung statt Produktorientierung“ – so brachte es Fahrenschon auf den Punkt, und wurde dabei von Schmitz unterstützt: Die Banken müssten ihre Berater „an der Front“ – notfalls auch durch Abmahnung oder noch ernstere Konsequenzen – stärker auf das Kundeninteresse verpflichten.

Im Ergebnis zeigte die Diskussion, dass es trotz mancher geschäftspolitischer Unterschiede und Interessengegensätze zwischen den Bankengruppen offenkundig doch auch ein gemeinsames Bewusstsein zu den Schlussfolgerungen aus der Finanzkrise gibt. Dass dies alleine noch nicht ausreicht, das Kundenvertrauen wieder vollständig zurückzugewinnen, darüber waren sich alle Beteiligten aber auch im Klaren.

## Private Banken engagieren sich (4) – NATIONAL-BANK AG

# In das kreative Potenzial der Region investieren

Kunst und Kultur, Bildung und Soziales – das sind die Bereiche des umfangreichen gesellschaftlichen Engagements der NATIONAL-BANK AG. Die in Nordrhein-Westfalen verwurzelte bundesweit führende konzernunabhängige private Regionalbank sieht ihre unternehmerische Verantwortung nicht zuletzt auch darin, nachhaltig zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Entwicklung der Region beizutragen.

Die Anfänge der NATIONAL-BANK liegen zwar in Berlin; denn dort wurde 1921 auf Initiative der Christlichen Gewerkschaftsbewegung ihr historischer Vorläufer gegründet. Schon kurze Zeit später wurde der Sitz der Bank nach Essen verlegt, das seinerzeit ökonomische Kraftzentrum der Weimarer Republik. So begann eine über 90 Jahre andauernde Zeitspanne, in der sich das Institut äußerst erfolgreich entwickelt hat. Ausschließlich durch Eigenkapital und Einlagen refinanziert dient es mittelständischen Unternehmen, Freiberuflern und gehobenen Privatkunden. Die NATIONAL-BANK ist nicht an der Börse notiert; ihr Aktienkurs wird entsprechend der geschäftlichen Entwicklung mehrfach im Jahr durch den Vorstand festgelegt.

Die tiefe Verbundenheit mit dem Land Nordrhein-Westfalen kommt für die NATIONAL-BANK in einem umfangreichen kulturellen und gesellschaftlichen Engagement zum Tragen. Es reicht von der Förderung erstklassiger Kunst- und Musikevents über Bildungsangebote für Schüler und Hochschüler bis hin zu sozialen Projekten für benachteiligte Gruppen. Alle diese gesellschaftsförderlichen Aktivitäten verbindet der Anspruch der Nachhaltigkeit: Nur eine dauerhafte Unterstützung der ausgewählten Projekte, so die Philosophie des Finanzinstituts unter dem Vorstandsvorsitzenden, Dr. Thomas A. Lange, vermag auch mit der nötigen Sicherheit und Perspektive das kreative Potenzial der Region zu stärken.



Sieht sich und seine Bank der Förderung von Kunst und Kultur verpflichtet: der Vorstandsvorsitzende der NATIONAL-BANK AG, Dr. Thomas A. Lange.

Kulturelle Highlights, die mit finanzieller Unterstützung der NATIONAL-BANK möglich wurden, waren 2012 unter anderem eine große Ausstellung von Werken Joseph Beuys' und Anselm Kiefers im Duisburger Museum Küppersmühle sowie die Anfang Februar 2013 mit Besucherrekord zu Ende gegangene und viel gelobte Gursky-Ausstellung im Museum Kunstpalast in Düsseldorf. Oder aus dem Bereich der Musik: der Soloauftritt Daniel Barenboims mit Werken von Schubert in der Duisburger Mercatorhalle und das gemeinsame Konzert der Cellistin Sol Gabetta und der Pianistin Hélène Grimaud Mitte Dezember in der Historischen Stadthalle in Wuppertal.

Doch nicht nur bereits etablierte Künstler, sondern auch die Entdeckung und Förderung junger Talente liegen der NATIONAL-BANK am Herzen. So erstrahlt seit dem vergangenen Jahr der Bergische Kunstpreis in neuem Licht, nachdem die NATIONAL-BANK die finanzielle Ausstattung des traditionsreichen Wettbewerbs zugesichert hatte. Die als „Internationaler Bergischer Kunstpreis“ neu positionierte Auszeichnung hat eine weit über die Grenzen des Bergischen Landes hinausgehende Bedeutung. Sie

zu gewinnen, ist für viele junge Künstler der Eintritt in die Kunstwelt mit starker Perspektive.

Naturgemäß zielen die gemeinnützigen Aktivitäten der Bank im Bereich der Bildung ebenfalls auf junge Zielgruppen: Schüler sowie Studenten – und damit die dringend benötigten Nachwuchskräfte für morgen. Die jährliche Vergabe des mit 13.000 € dotierten NATIONAL-BANK Preises ist ein Beispiel für das Engagement in diesem Sinne. Bereits seit 1994 werden an der Mercator School of Management der Universität Duisburg-Essen hervorragende Doktor-, Diplom-, Magister- und neuerdings auch Bachelorarbeiten prämiert. Von der Jury aus Professoren der Universität konnten aus den 2012 insgesamt 84 eingereichten Arbeiten sechs Bachelorarbeiten, zwei Diplomarbeiten und drei Dissertationen ausgezeichnet werden, die sich mit derzeit relevanten Kapitalmarktthemen befassen. Darüber hinaus stellt die NATIONAL-BANK weitere Mittel zur Forschungsförderung bereit, so etwa 20.000 € jährlich für ein Promotionsstipendium am RWI Rheinisch-Westfälisches Institut für Wirtschaftsforschung.



Kulturelles Highlight mit finanzieller Unterstützung der NATIONAL-BANK: der Soloauftritt Daniel Barenboims in der Duisburger Mercatorhalle.

Neben der häufig genutzten Möglichkeit, studienbegleitende Praktika bei der NATIONAL-BANK zu absolvieren, hat sich das Bankhaus für den wissenschaftlichen Nachwuchs noch etwas Besonderes ausgedacht: Spezielle „Kredit-Workshops“, in denen Studenten am Lehrstuhl für Banken und betriebliche Finanzwirtschaft der Universität Duisburg-Essen anhand authentischer Fälle Kenntnisse der Kreditanalyse praxisnah vermittelt werden. In den mittlerweile im Universitätsprogramm fest etablierten Veranstaltungen werden Praxisbeispiele von der Existenz-gründung in Spezialbranchen bis hin zur Kreditbetreuung für Unternehmen in konjunkturell schwierigen Phasen behandelt.

Mit solchen Aktivitäten will die NATIONAL-BANK dabei helfen, langfristig Know-how und Kompetenz in der Region zu stärken. Schließlich sind Bildung und Wissenschaft zentrale Erfolgsfaktoren für eine moderne Industriegesellschaft. Die Grundlagen müssen auch schon in den Schulen gelegt werden. Da es bei Jugendlichen oft bereits an einfachen Finanz- und Wirtschaftskennnissen mangelt, und ökonomische Bildung in den Lehrplänen noch

immer vernachlässigt wird, setzt sich die NATIONAL-BANK für ein Schulfach ‚Wirtschaft und Finanzen‘ ein. Aber auch hier wird das Bankhaus selbst aktiv: In Kooperation mit Schulen in der Region werden regelmäßig Workshops zum Thema Börse oder zu Verschuldung und dem sinnvollen Umgang mit Geld durchführt. Alle diese Aktivitäten werden ausschließlich von Mitarbeitern der Bank auf freiwilliger und ehrenamtlicher Basis durchgeführt.

Die Bereitschaft der Mitarbeiter, sich zu engagieren und gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen



Die Ärmel hoch gekrempelt und los: Mitarbeiter der NATIONAL-BANK haben gemeinsam eine Kita in Oberhausen renoviert.

men, ist gerade bei den sozialen Aktivitäten der NATIONAL-BANK elementarer Bestandteil der Unternehmenskultur. So unterstützen etwa neben der Bank auch die Mitarbeiter durch eigene Spenden den Essener „Onkolauf“ zugunsten von Krebspatienten und beteiligen sich in jedem Jahr zahlreich als „Firmenläufer“ an diesem Event. Oder sie verzichten – ebenfalls zugunsten krebskranker Kinder – dauerhaft auf die „Rest-Cents“ hinter dem Komma ihrer monatlichen Lohnbezüge. Viele Bankmitarbeiter haben sich auch in der Deutschen Knochenmarkspenderdatei listen lassen, wodurch bereits zum zweiten Mal aus ihrem Kreis ein geeigneter Spender gefunden werden konnte.

Wie diese Beispiele schon zeigen, geht es nicht immer um große Summen oder überhaupt um Geld; häufig ist es auch einfach „nur“ Zeit und Arbeitskraft, die geopfert werden. Etwa wenn Mitarbeiter der Bank die Ärmel hochkrempeln und in gemeinsamer Wochenendarbeit Kindertagesstätten renovieren. 2008 fing es mit der Kita „Zwergenwald“ in Essen an. Von der positiven Re-

sonanz angespornt, wurden solche Community-Projekte seitdem in den Folgejahren regelmäßig fortgeführt.

Teil des sozialen Engagements der NATIONAL-BANK sind noch viele weitere Projekte. Die Unterstützung von ProFellow beispielsweise, einem Verein, der sich für bessere Bildungschancen und außerschulische Lernerfahrungen für Schüler kümmert, ermöglichte eine Fahrradtour für Jugendliche aus sozial benachteiligten Stadtteilen. In sieben Tagen 500 Kilometer mit dem Fahrrad an Saar, Mosel und Rhein entlang ins Ruhrgebiet. Was es für die jungen Teilnehmer bedeutet, diese Anstrengung in der Gruppe zu meistern, was es ihnen an Erfahrung und Selbstvertrauen bringt, um ihre Alltagsprobleme vielleicht ein wenig besser in den Griff zu bekommen, drückt ein junger Teilnehmer selbst mit der Bemerkung aus: „Es war das beste Erlebnis, das ich je hatte.“ Solche Aussagen sind für die Organisatoren eine großartige Bestätigung – und sie sind Management und Mitarbeitern der NATIONAL-BANK eine große Motivation, ihr soziales Engagement nach Kräften fortzusetzen.



Freude über die spontane Renovierung: Die Kinder einer Kita in Gladbeck sagen „Danke“.