



Bank Bashing und gesellschaftliche Verantwortung – Die Rolle des Finanzsektors in modernen Volkswirtschaften

Dr. Markus Groß-Engelmann, Geschäftsführender Partner concern

Magdeburg | 22. Juni 2017

Kooperation Universität Bayreuth und concern



Campus Bayreuth

- Spin-Off des „Philosophy & Economics“-Programms der Universität Bayreuth
- Schwerpunkte:
 - Corporate Governance
 - Corporate Responsibility
 - Corporate Sustainability
- Drittmittelprojekte, Vergleichsuntersuchungen, Beratung CR-Strategie, Maßnahmen, CSR-Reporting
- Diverse Branchen

Das Berufsprestige ist auf einem historischen Tiefstand

Berufsprestige-Skala (Allensbach, in %)

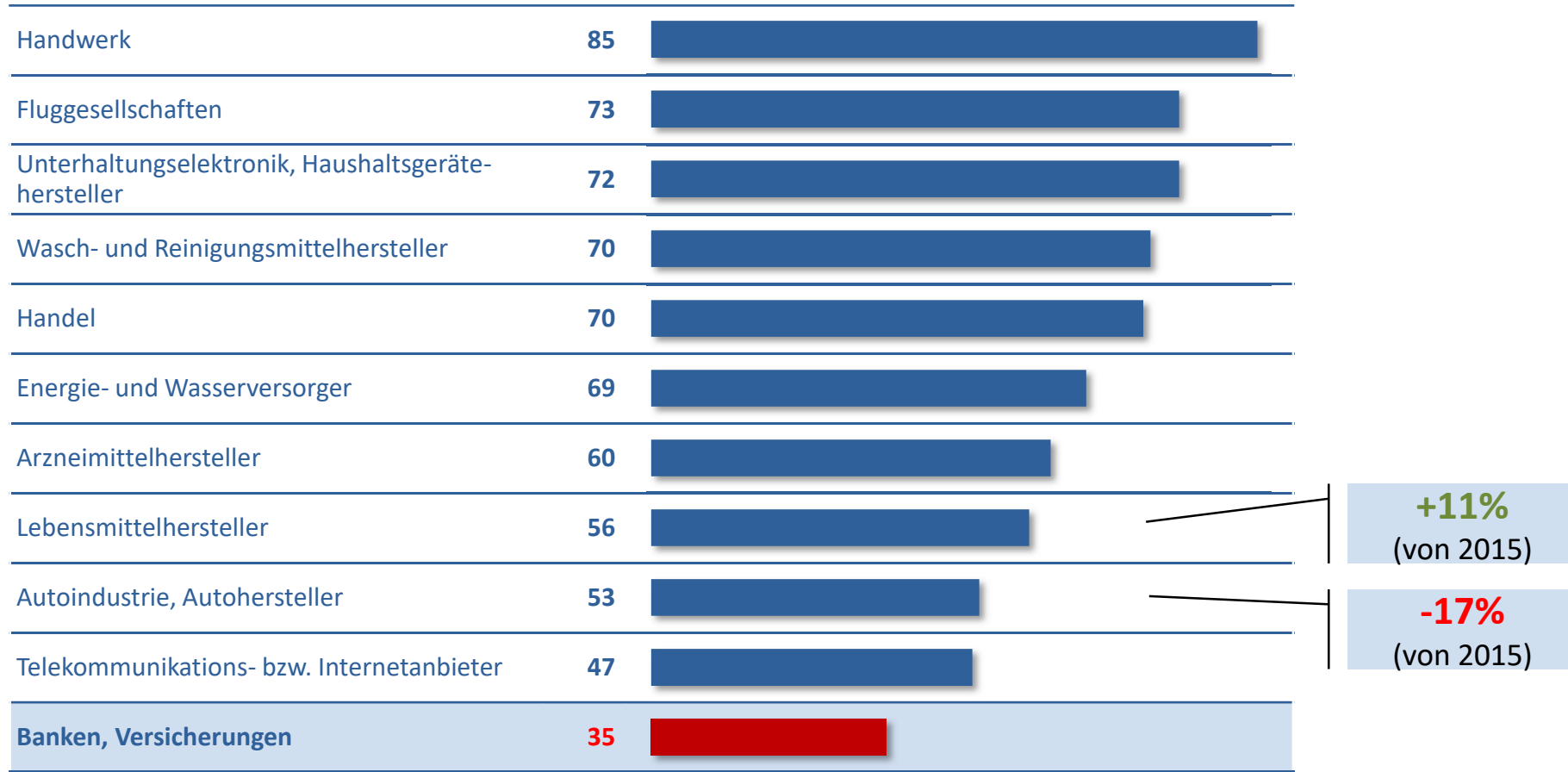
Arzt	76	
Krankenschwester	63	
Polizist	49	
Lehrer	41	
Handwerker	38	
Pfarrer, Geistlicher	29	
Hochschulprofessor	26	
Ingenieur	26	
Rechtsanwalt	24	
Apotheker	22	
Unternehmer	21	
Journalist	13	
Spitzensportler	12	
Offizier	9	
Buchhändler	7	
Politiker	6	
Fernsehmoderator	3	
Banker, Bankangestellter	3	

Frage: „Hier sind einige Berufe aufgeschrieben. Könnten sie bitte die fünf davon herausuchen, die Sie am meisten schätzen, vor denen Sie am meisten Achtung haben?“
(Vorlage einer Liste)

Quelle: Allensbacher Archiv 2013, IfD-Umfrage 11007; Basis Bundesrepublik Deutschland, Bevölkerung ab 16 Jahre

Vertrauen in Banken weiterhin auf niedrigem Niveau

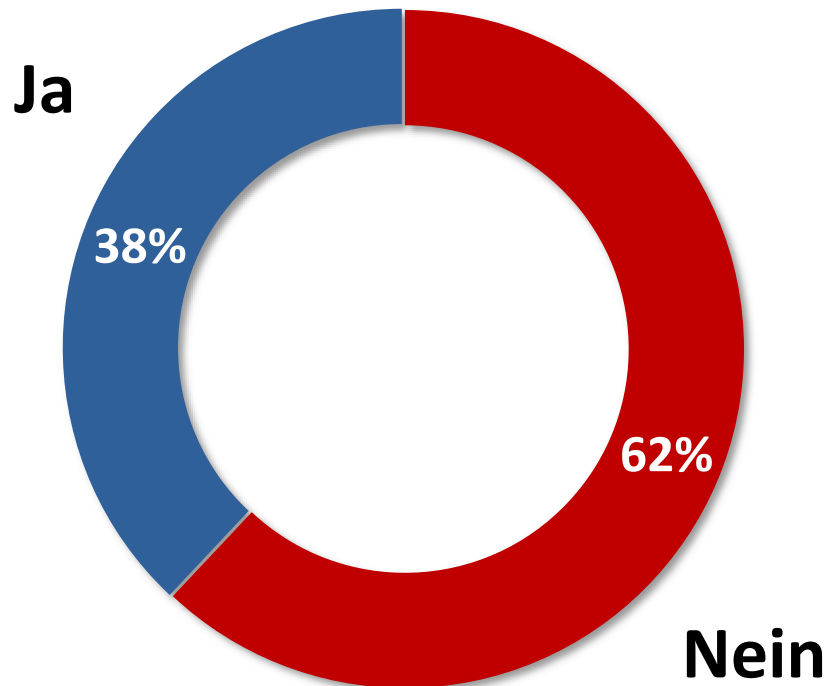
Global Trust Report (GfK Verein, in %)



Quelle: Global Trust Report 2017 des GfK Vereins

Bankinteressen vor Kundeninteressen

Ich vertraue darauf, dass mich meine Bank kompetent und in meinem Interesse berät.



Quelle: GfK Marktforschung, 2015, im Auftrag von wikifolio.com



Beispiele für wahrgenommene Verletzung der Kundeninteressen

Kritik an Banken

- Abschlusskosten
- Gebühren
- Innenmargen
- Bonifikationen
- Nicht bedarfsgerechte Beratung
- Beratungsdokumentation
- Prognoseparameter
- Selektive Produktempfehlungen
- Chancen-Risiken-Profile
- Inkonsistente PIBs

➤ **Negative Wirkung durch selektive Wahrnehmung, Einstellungen, Verhaltensänderung**

Gegensteuerung

- Regulierung
- Veränderung Kundenverhalten
- Neue Geschäftsmodelle
- Technologische Innovationen
- Standardisierung

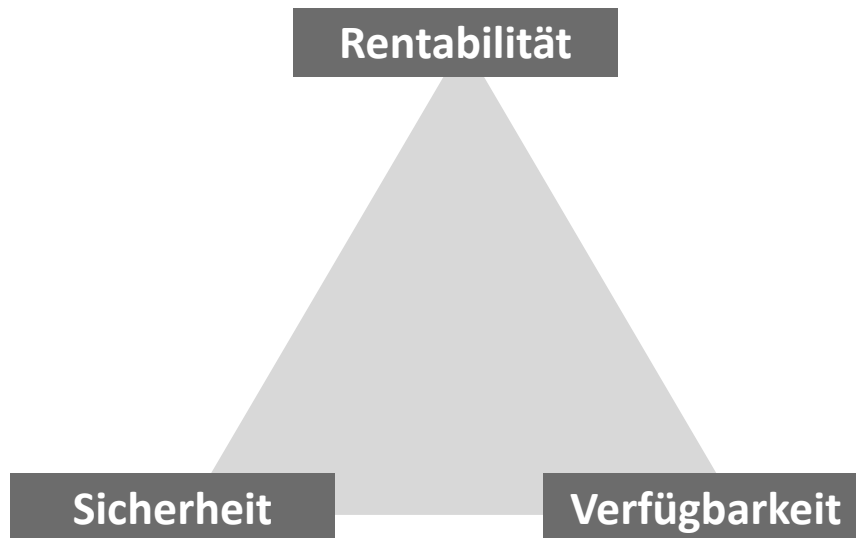
➤ **Rahmenbedingungen für disruptive Entwicklungen**

Fünf wesentliche Handlungsfelder aus CR-Sicht

1. Entwicklung Kundenberatung zum Wertschöpfungsfaktor
2. Einsatz Beratungsinstrumente primär zum Kundenzweck
3. Harmonisierung Rahmenbedingungen und Beraterverhalten
4. Schärfung des Shared Value-Profiles
5. Entwicklung nachhaltiger Wertschöpfungsketten

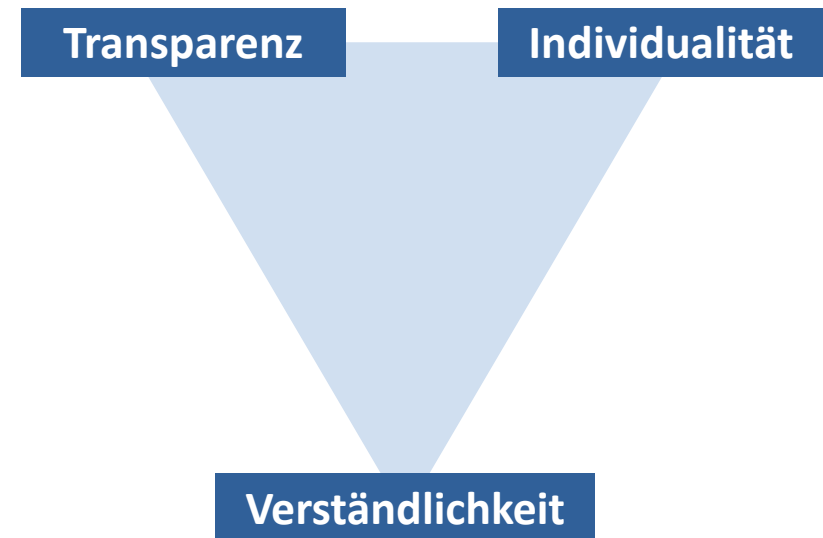
1. Kundenberatung zum Wertschöpfungsfaktor entwickeln

Magisches Dreieck der Vermögensanlage



Differenzierungspotential: niedrig bis negativ

Mandatorisches Dreieck der Kundenberatung



Differenzierungspotential: hoch

2. Instrumente der Kundenberatung als Zweck begreifen

Beispiel Umsetzung S-Finanzkonzept einer Sparkasse:



Sparkassen-Rangliste

2013/2014 **-3** Ränge
 2014/2015 **-4** Ränge
 2015/2016 **-1** Rang

Rang	Bank	Stützort	Verband	Wirtschaftsleistung in Mio. €	Kreditumsatz in Mio. €	Kreditumsatz in Mio. €	Kreditumsatz in Mio. €	Wohlfühl index	Sparkassen index
1	Hamburger Sparkasse	Hamburg	DSGV	43.550.881	34.251.260	8.221.633	31.048.990	5.307	101
2	Sparkasse KölnBonn	Köln	DSGV	27.134.563	20.073.528	5.251.224	18.524.513	4.198	140
3	KreisSparkasse Köln	Köln	DSGV	25.444.444	18.932.292	3.925.148	19.807.744	4.251	134
4	Frankfurter Sparkasse	Frankfurt/Main	DSGV	18.177.687	15.960.959	1.756.886	7.789.657	1.633	87
5	StadtSparkasse München	München	DSGV	17.222.102	14.225.047	4.402.420	12.152.510	2.824	121
6	Sparkasse Hildesheim	Hildesheim	DSGV	14.188.076	11.328.181	2.977.204	10.662.813	1.625	111
7	Mittelrheinregionale Sparkasse in Proben	Proben	DSGV	12.240.357	10.031.001	4.636.198	5.637.917	1.598	138
8	Cooperationale Sparkasse Zwickau	Zwickau	DSGV	12.348.508	8.728.034	3.719.705	5.822.726	1.623	138
9	Die Sparkasse Bremen AG	Bremen	DSGV	11.831.281	7.852.200	3.588.761	5.081.081	1.423	87
10	Sparkasse Pforzheim Zwickau	Zwickau	DSGV	12.348.508	8.728.034	3.719.705	5.822.726	1.623	138
11	KreisSparkasse							1.774	142
12	Sparkasse							1.585	88
13	Sparkasse							2.026	88
14	Sparkasse Nürnberg	Nürnberg	DSGV	11.022.818	8.806.110	3.918.178	4.236.266	2.026	110
15	Sparkasse Aachen	Aachen	DSGV	10.866.376	7.999.811	2.918.862	7.762.533	1.860	108
16	KreisSparkasse Lüneburg	Lüneburg	DSGV	10.597.353	7.662.021	1.929.863	5.427.459	1.613	111
17	Sparkasse Dillingen	Dillingen	DSGV	10.597.353	7.662.021	1.929.863	5.427.459	1.613	111
18	Sparkasse Maastricht	Maastricht	DSGV	10.597.353	7.662.021	1.929.863	5.427.459	1.613	111
19	LandesSparkasse							1.526	114
20	Stadt- und KreisSparkasse							1.637	112
21	KreisSparkasse Esslingen/Albstadt	Esslingen	DSGV	8.533.973	6.745.644	2.551.000	5.104.854	1.946	107
22	KreisSparkasse Heilbronn	Heilbronn	DSGV	8.425.884	6.970.591	1.957.894	6.282.916	1.626	87
23	Sparkasse Ansbach	Ansbach	DSGV	8.425.884	6.970.591	1.957.894	6.282.916	1.626	87
24	Sparkasse Esslingen	Esslingen	DSGV	8.425.884	6.970.591	1.957.894	6.282.916	1.626	87
25	Sparkasse Kempten	Kempten	DSGV	8.425.884	6.970.591	1.957.894	6.282.916	1.626	87
26	KreisSparkasse Augsburg	Augsburg	DSGV	7.801.195	6.872.046	2.316.000	5.182.190	1.328	79
27	Sparkasse Kitzingen	Kitzingen	DSGV	7.801.195	6.872.046	2.316.000	5.182.190	1.328	79
28	Sparkasse Weismannstetten	Weismannstetten	DSGV	7.801.195	6.872.046	2.316.000	5.182.190	1.328	79
29	Sparkasse Heilbronn	Heilbronn	DSGV	7.801.195	6.872.046	2.316.000	5.182.190	1.328	79
30	Sparkasse Kitzingen	Kitzingen	DSGV	7.801.195	6.872.046	2.316.000	5.182.190	1.328	79
31	StadtSparkasse Ulm	Ulm	DSGV	7.290.621	5.506.188	1.904.572	5.688.431	1.513	104
32	Sparkasse Paderborn-Centum	Paderborn	DSGV	6.884.976	5.081.572	2.041.000	5.108.274	1.446	102
33	Sparkasse Bochum	Bochum	DSGV	6.822.420	5.074.520	2.523.500	4.604.115	1.640	115
34	Sparkasse Bielefeld	Bielefeld	DSGV	6.201.710	4.865.314	1.624.564	3.044.750	1.248	80
35	Sparkasse Bielefeld	Bielefeld	DSGV	6.201.710	4.865.314	1.624.564	3.044.750	1.248	80
36	West-Ostsee Sparkasse	Sterlinberg	DSGV	6.247.789	4.160.901	1.225.281	4.586.584	1.186	85
37	Sparkasse Ostvorpommern	Sterlinberg	DSGV	6.136.532	4.790.889	826.192	4.793.325	1.222	92
38	Sparkasse Ulm	Ulm	DSGV	5.521.894	4.279.485	1.841.889	3.752.027	1.568	76
39	Sparkasse Vord. Neckarregion	Reichartshausen	DSGV	5.501.896	4.428.874	1.631.962	4.222.887	1.334	78
40	Sparkasse Freiburg-Nördlicher Breisgau	Freiburg im Breisgau	DSGV	5.889.986	4.341.247	1.472.321	4.470.568	1.107	64
41	Sparkasse Heilbronn	Heilbronn	DSGV	5.762.083	4.081.302	1.517.713	5.009.816	1.148	83
42	StadtSparkasse Augsburg	Augsburg	DSGV	5.729.425	4.433.081	795.848	4.256.311	1.188	87

- Finanzkonzept primär als Instrument der Bedarfsgenerierung positioniert
- Wertschöpfung für den Kunden durch S-Finanzkonzept ist sekundär
- Shared Value als Zielstellung

3. Harmonisierung Rahmenbedingungen und Beratungsverhalten

RAHMENBEDINGUNGEN

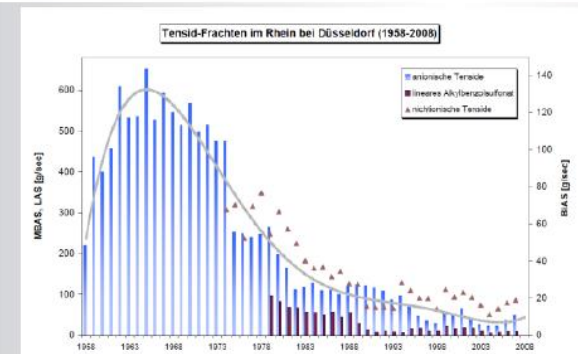
1. Verhaltensgrundsätze
2. Steuerungsmechanismen
3. Beratungskompetenz
4. Vertriebsinstrumente
5. Qualitätskontrolle

BERATUNGSVERHALTEN

6. Transparente Beratung
7. Bedarfsgerechter Abschluss
8. Verständliche Beratung
9. Beratungsdokumentation
10. Nachbetreuung



Exkurs: Unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung in anderen Industrien – Beispiel Chemie



Dramatic reduction of surfactant load in the Rhine at Düsseldorf from 1958 - 2008

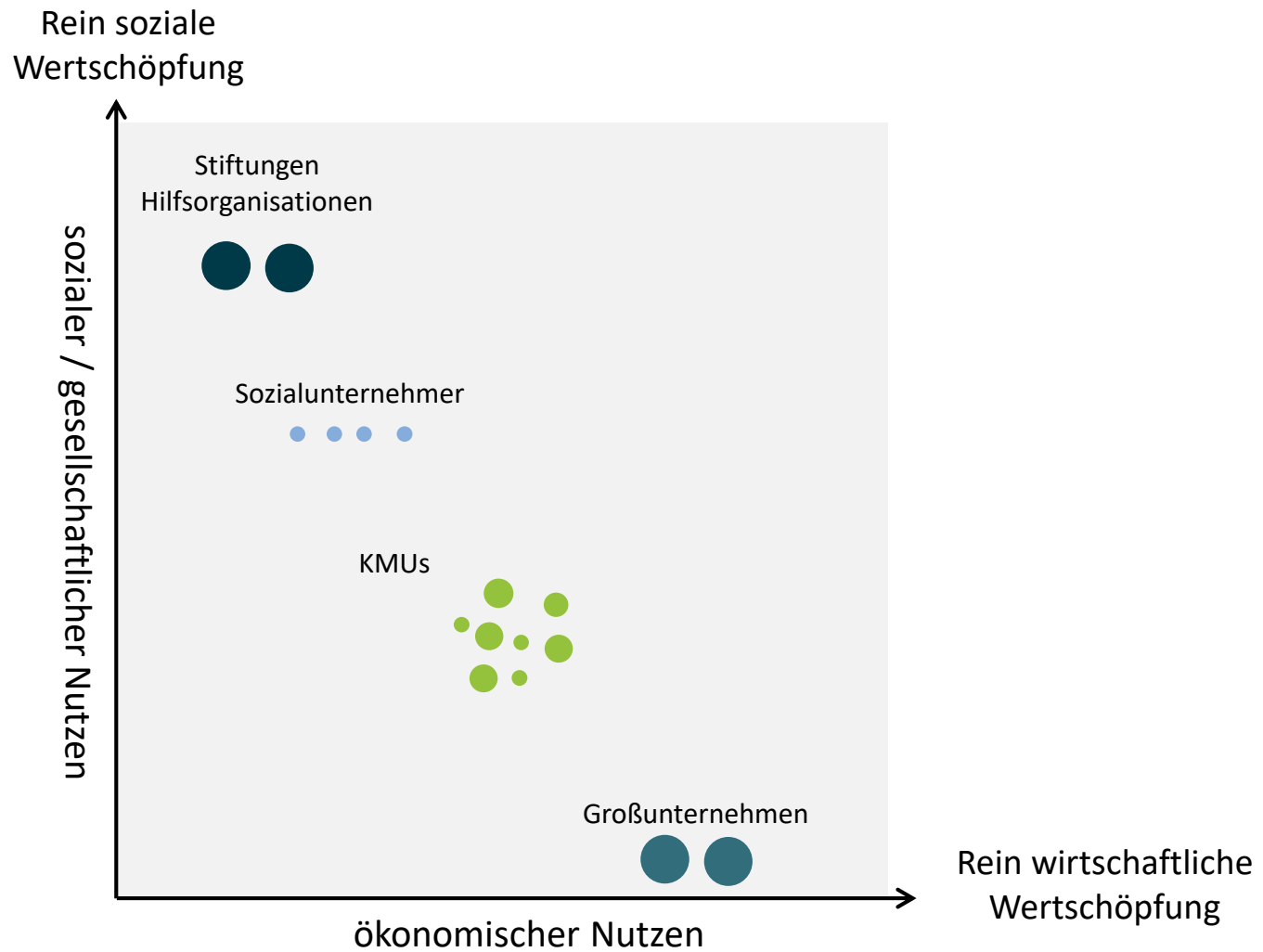
Kaufentscheidungen früher:

- Packungsgröße
- Waschpulvermenge
- Schaumentwicklung
- ...

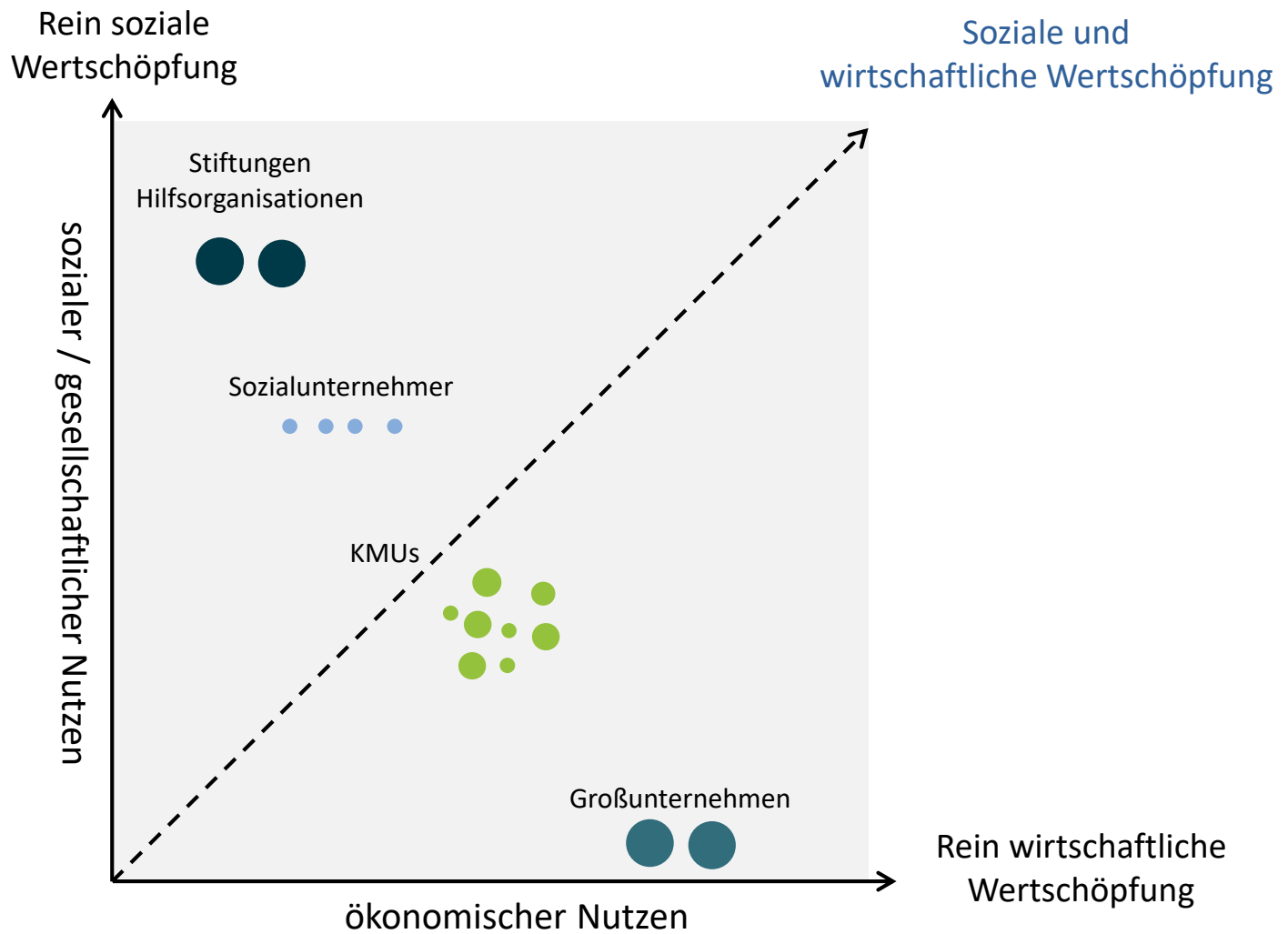
Kaufentscheidungen heute:

- Konzentrate
- Öko-Label
- Online Tutorials
- ...

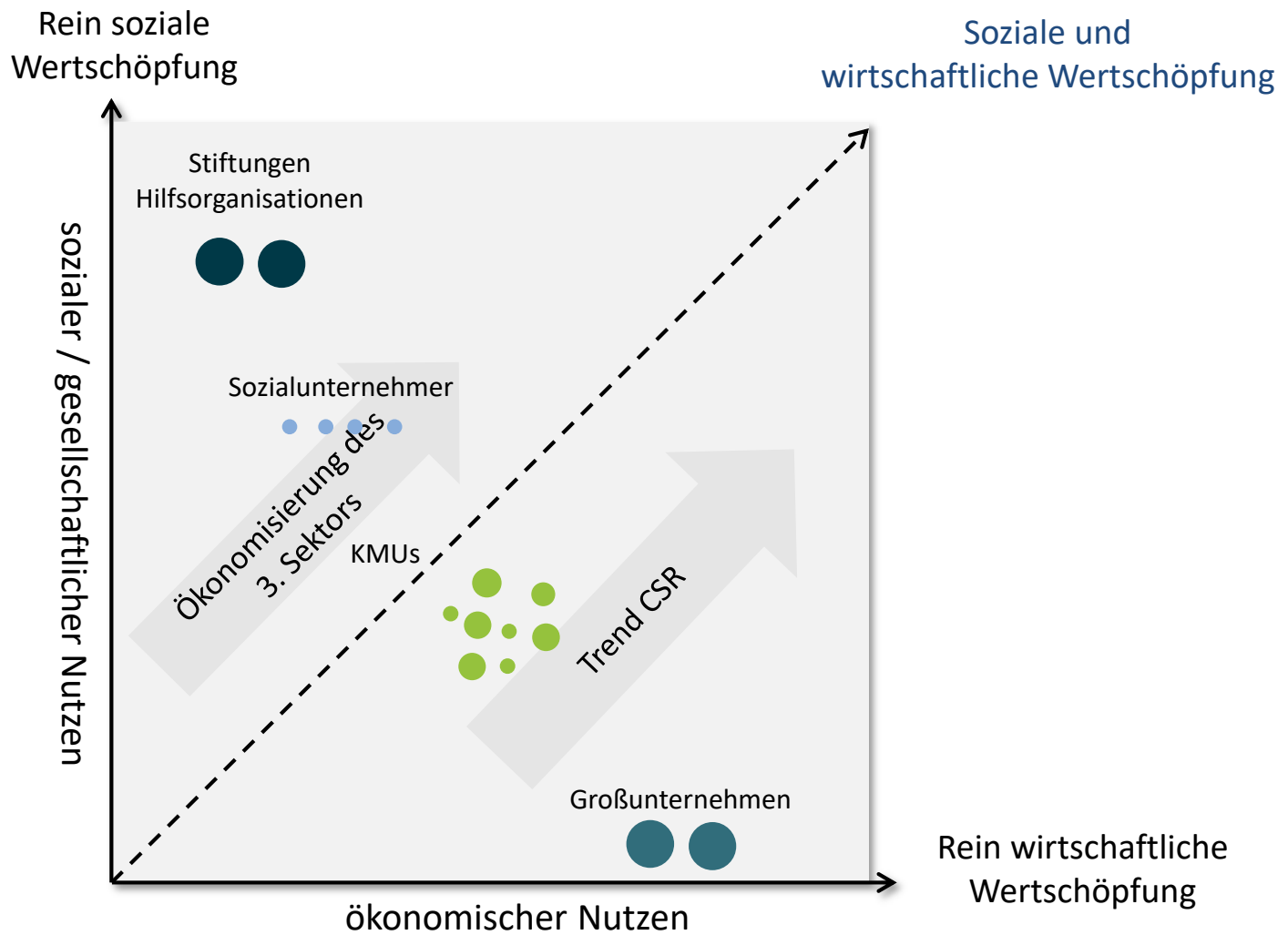
Exkurs: Vom Shareholder Value zum Shared Value



Exkurs: Vom Shareholder Value zum Shared Value



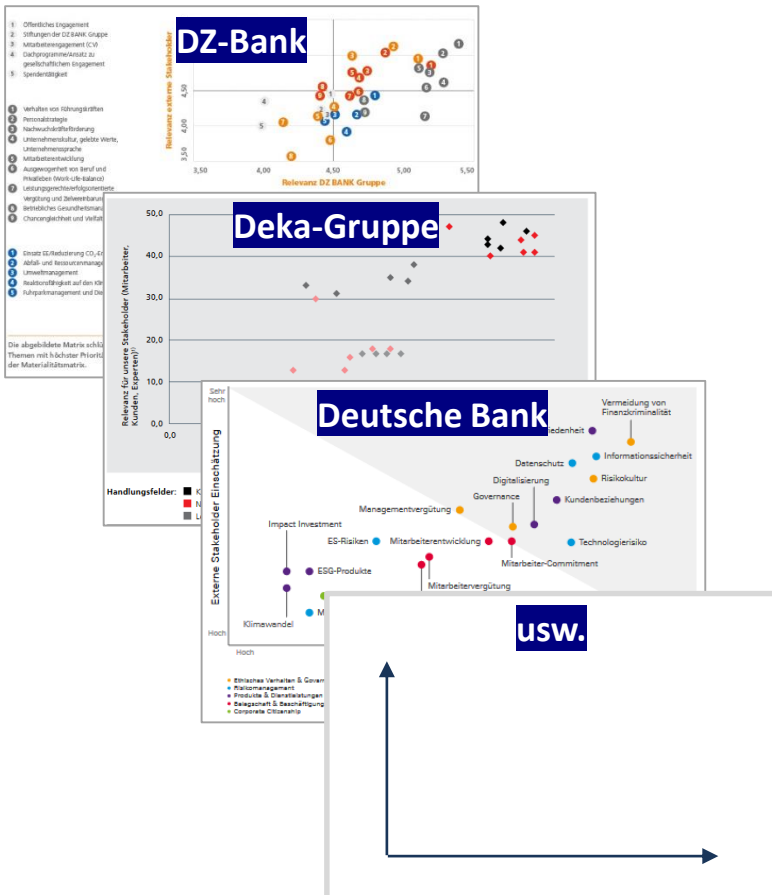
Exkurs: Vom Shareholder Value zum Shared Value



4. Schärfung des Shared Value-Profiles

Wesentlichkeitsmatrizen Banken

Auswertungsergebnisse



Top-Themen:

- Kundenbeziehungen, Verbraucherschutz
- Informationssicherheit
- Compliance, nachh. Unternehmensführung
- Personal (insb. Nachwuchs, Kultur)

Mittelfeld-Themen:

- Ethische/nachhaltige Produkte
- Umweltmanagement
- Diversity

➤ **Wesentliche Handlungsfelder unternehmerischer Verantwortung im Gegensatz zu CR-Vorreitern zu stark nach innen gerichtet**

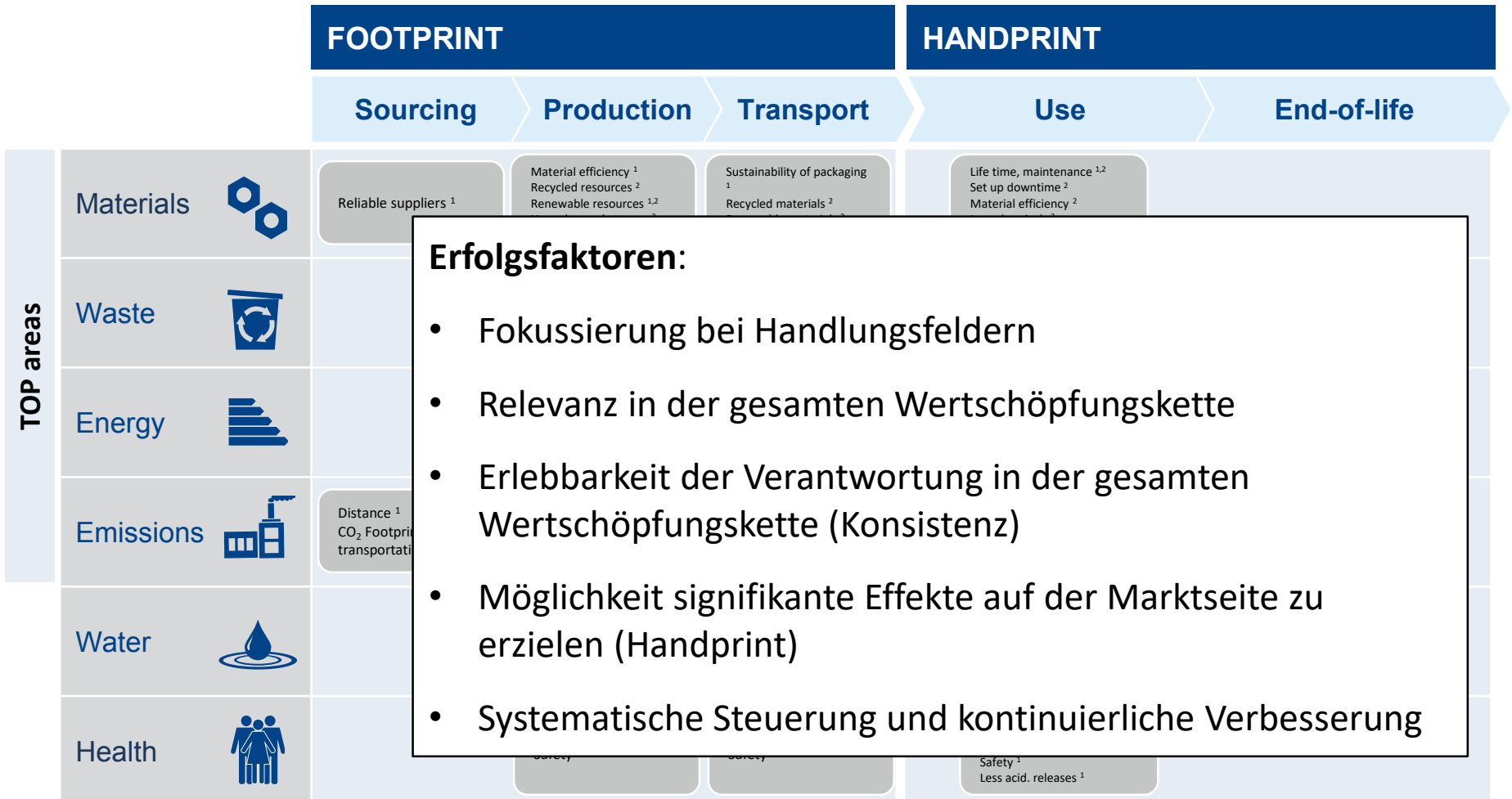
Exkurs: Corporate Responsibility Index

Die drei am häufigsten genannten CR-Ziele von Unternehmen:

CR-Champions	Finanzdienstleister
1. Reduktion der Kosten (z. B. durch Ressourceneffizienz)	1. Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit
2. Entwicklung neuer Produkte / Dienstleistungen	2. Verbesserung der Beziehungen zu den Kunden
3. Verbesserung der Beziehungen zu Kunden	3. Verbesserung des Unternehmens- und Markenimages

5. Entwicklung nachhaltiger Wertschöpfungsketten

Beispiel Industrie:



Banken auf dem Weg zu Shared Value, Vertrauen und Stolz!



1. Entwicklung Kundenberatung zum Wertschöpfungsfaktor
2. Einsatz Beratungsinstrumente primär zum Kundenzweck
3. Harmonisierung Rahmenbedingungen und Beraterverhalten
4. Schärfung des Shared Value-Profiles
5. Entwicklung nachhaltiger Wertschöpfungsketten

Vielen Dank und viel Erfolg!