



# Retailbanking im Wandel – die Zukunft des Geschäftsmodells

Euro Finance Week, Frankfurt, 15. November 2011

Franz Josef Nick,

Vorstandsvorsitzender

Targobank AG & Co. KGaA

# 1. Einführung

## Die Folgen der Finanzkrise

---



# 1. Einführung

## Verbraucherschutz durch Überregulierung?

---

### Aus der Widerrufsbelehrung (Eröffnung eines Girokontos):

#### **Widerrufsrecht**

(...) Die Frist beginnt nach Erhalt dieser Belehrung in Textform, jedoch nicht vor Vertragsabschluss und auch nicht vor Erfüllung unserer Informationspflichten aus Artikel 246 § 2 in Verbindung mit § 1 Absatz 1 Nummer 8 bis 12 und Absatz 2 Nummer 2, 4 und 8, Art. 248 § 4 Absatz 1 EGBGB. Zur Wahrung der Widerrufsfrist genügt die rechtzeitige Absendung des Widerrufs.

# 1. Einführung

## Die Folgen der Finanzkrise

Unsicherheit

Vertrauens-  
verlust

Staatliche  
Regulierung

Staatsschulden-  
und  
EURO-  
Krise

Fazit: Die Rahmenbedingungen für ein erfolgreiches Geschäftsmodell haben sich **nachhaltig** verändert.

## 2. Neue Herausforderungen für das Retailbanking

Die Aufgabe: Offen und anpassungsbereit agieren

---

### Kunde

- Zunehmendes Sicherheitsbedürfnis
- Steigender Beratungsbedarf wegen zunehmender Komplexität
- Wachsender Anspruch an Beratungsqualität

### Gesellschaft

- Steigende Bedeutung des Verbraucherschutzes
- Demografischer Wandel

### Staat

- Zunehmende Regulierung
- Mangelnde Rechtssicherheit

### Markt

- Unsicherheit im Markt
- Zunehmender Preiskampf und Margendruck

### Technologie

- Schnellere Verfügbarkeit von Informationen – Mobilität & Transparenz
- Wachsende Bedeutung des Internets
- Zunehmende Nutzung sozialer Netzwerke

Quelle: BCG

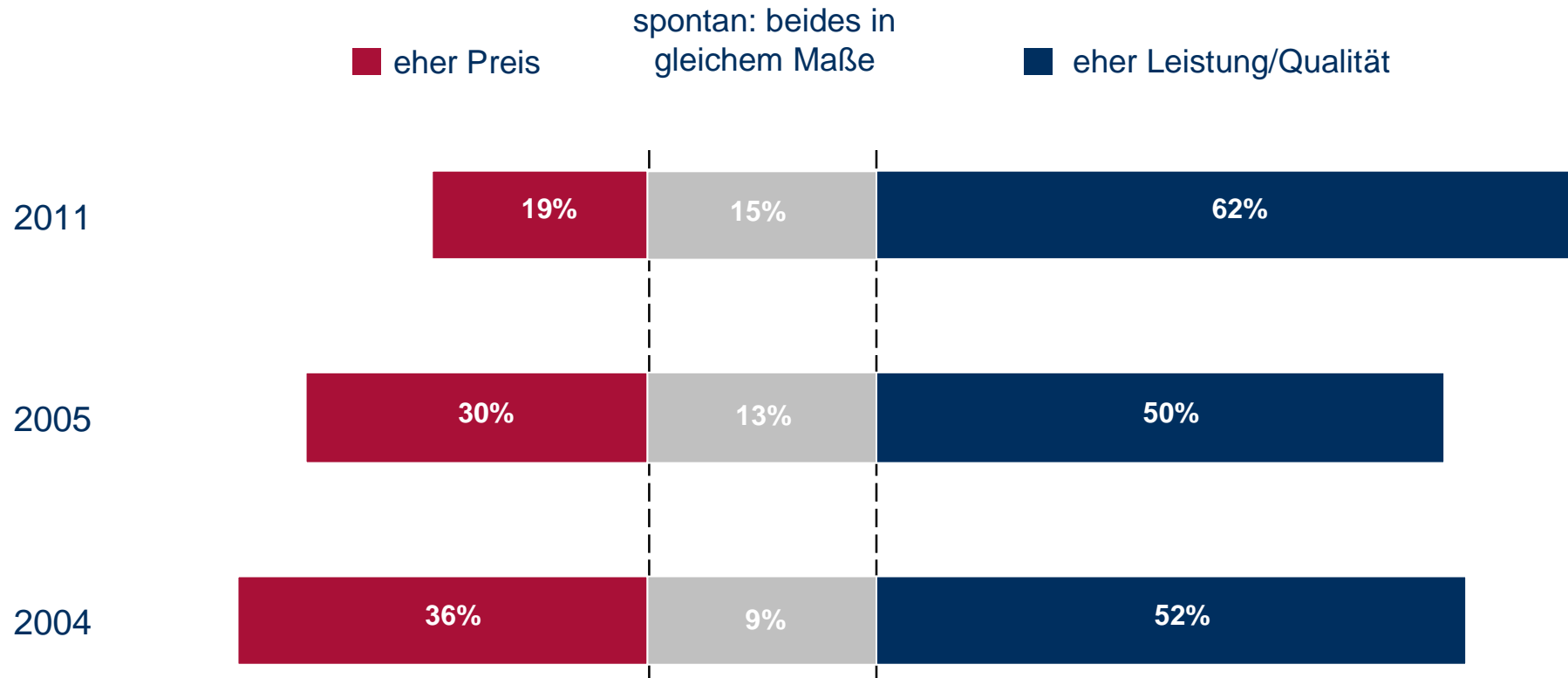
### 3. Die Zukunft des Geschäftsmodells

#### Vier Thesen

Erstens:  
Vereinfachung und Qualität schaffen Sicherheit – die erfolgreiche  
Retailbank ist einfach gut.

# 3.1. Die Zukunft des Geschäftsmodells

## Die Kunden weisen uns den Weg



Frage: „Ich würde nun gerne von Ihnen wissen, ob Sie beim Abschluss von Finanzprodukten eher auf den Preis oder die Leistungen bzw. Qualität des Finanzprodukts achten. Wie ist das bei Bankdienstleistungen (z.B. Girokonto, Depot, Kreditkarte)? Ist Ihnen da eher der Preis oder die Leistung bzw. die Qualität wichtiger?“  
Grundgesamtheit: Deutschsprachige Bevölkerung in Deutschland ab 18 Jahren

Quelle: 4. TNS Infratest Branchentreff der Finanzdienstleister  
Das Wissen von Experten für Experten AURON - München, 18.05.2011

## 3.1. Die Zukunft des Geschäftsmodells

### Unser Qualitätsthema

---



### 3. Die Zukunft des Geschäftsmodells

#### Vier Thesen

---

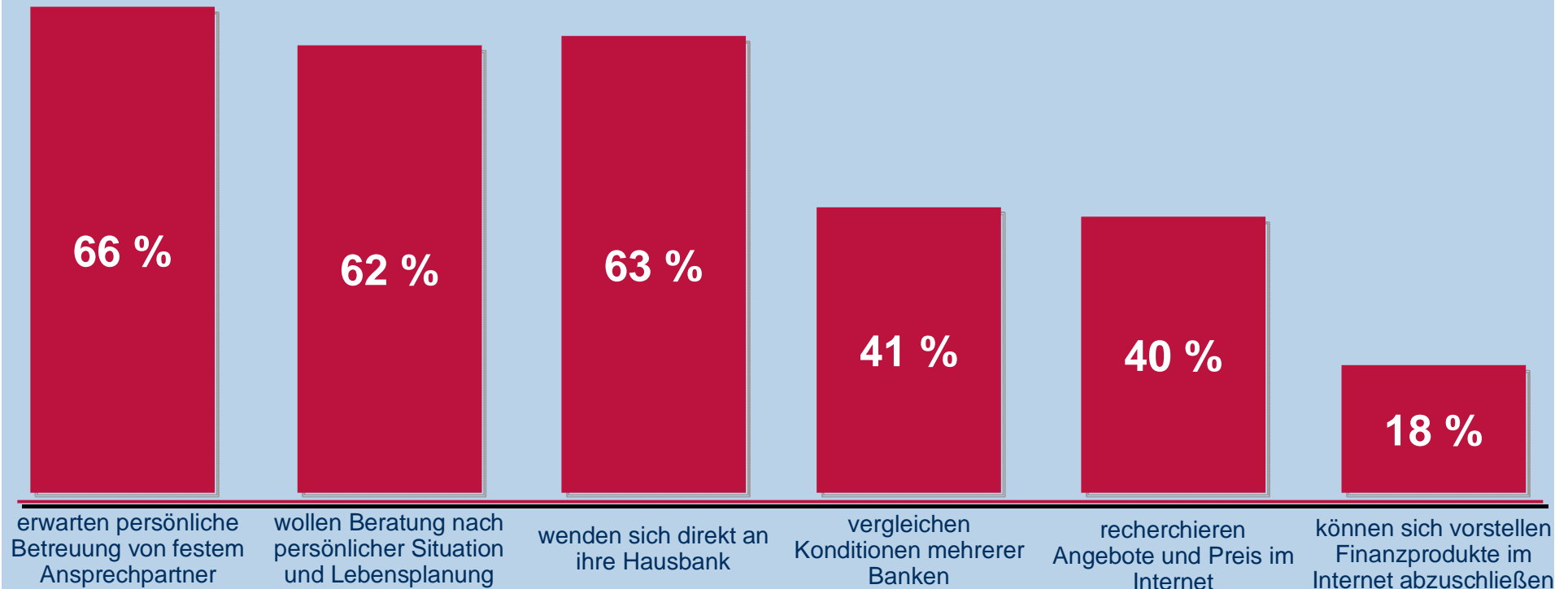


Zweitens:  
Kompetenz schafft Vertrauen –  
die Kunden lassen sich durch Beratungsleistung überzeugen.

## 3.2. Die Zukunft des Geschäftsmodells

### Persönliche Beratung ist ein Erfolgskriterium

Privatkunden in Deutschland...



Quelle: TNS Trendindikator 2010

## 3.2. Die Zukunft des Geschäftsmodells

### Unabhängige, geprüfte und transparente Beratung

#### Flexible Geldanlage für Vermögen



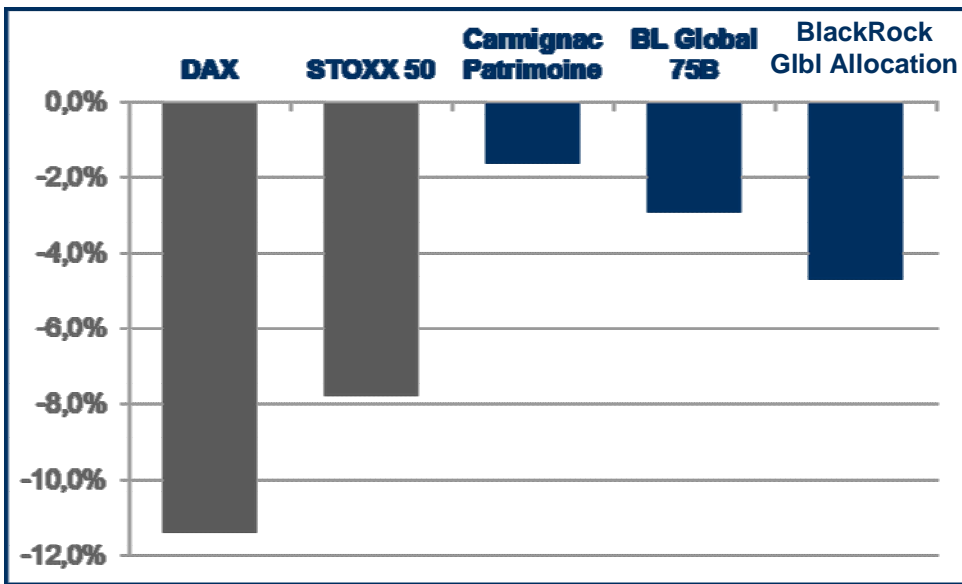
- Wir nehmen uns Zeit für den Kunden  
Unsere Filialmitarbeiter verbringen bis zu 70 Prozent der Arbeitszeit mit Kundenberatung
- Unabhängige, objektive Fondsauswahl  
in Zusammenarbeit mit dem renommierten externen Fondsanalyse-Institut FERI
- Geprüfte Finanzplanung  
Optimale Beratung mit der geprüften Finanzplanung der TARGOBANK. So finden wir die für Sie richtige Geldanlage
- Incentivierung für Kundenzufriedenheit und Qualität
- Produktinformations-Blätter und Risiko-Ampel für Investment-Produkte



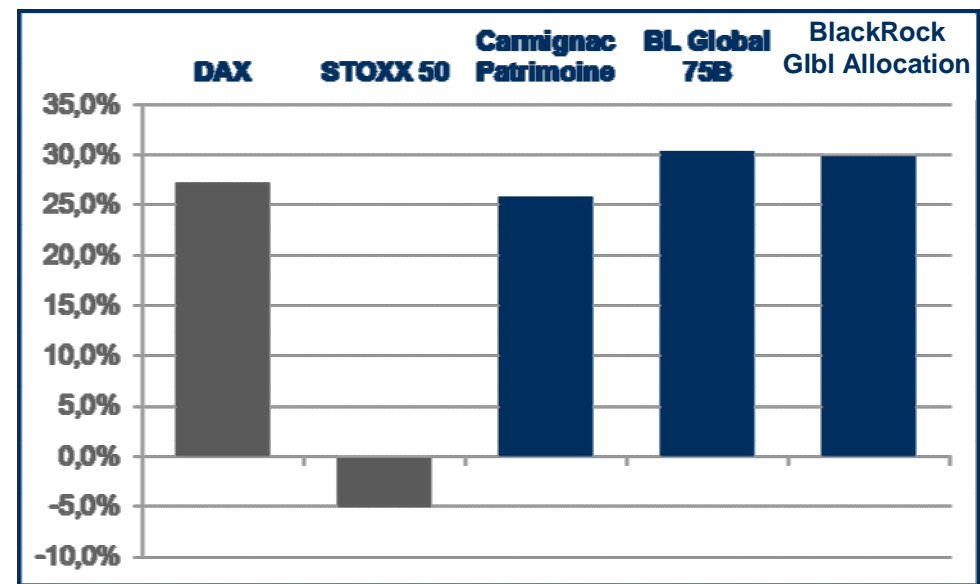
## 3.2. Die Zukunft des Geschäftsmodells

### Erfolgreiche Anlageberatung mit Vermögensmanagement-Fonds

3 Monate (Stichtag: 30.10.2011)



3 Jahre (Stichtag: 30.10.2011)



#### Alle Wertpapiere sowie Managed Solutions werden von externen Experten geprüft:

- Die unabhängigen Rating-Agenturen bewerten und empfehlen Fonds und strukturierte Produkte.
- Nur diese Produkte werden aktiv angeboten.



SCOPE GROUP 

### 3. Die Zukunft des Geschäftsmodells

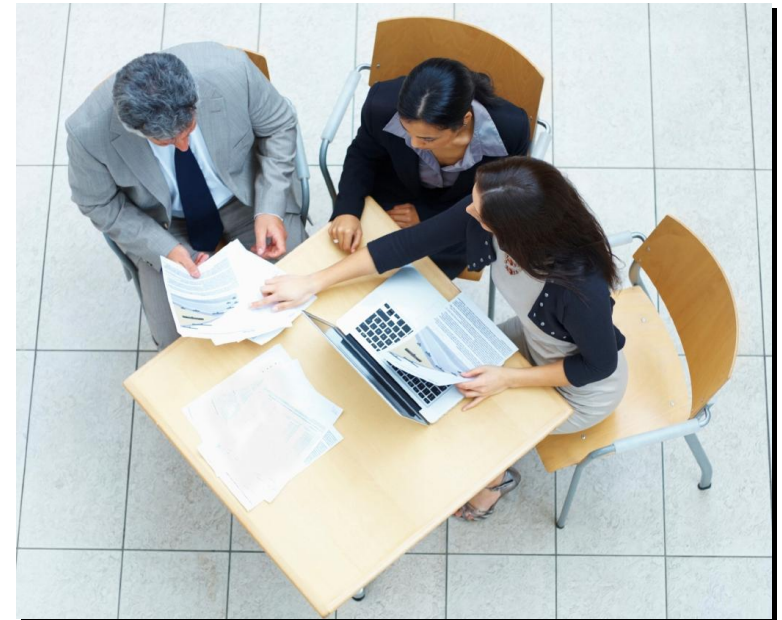
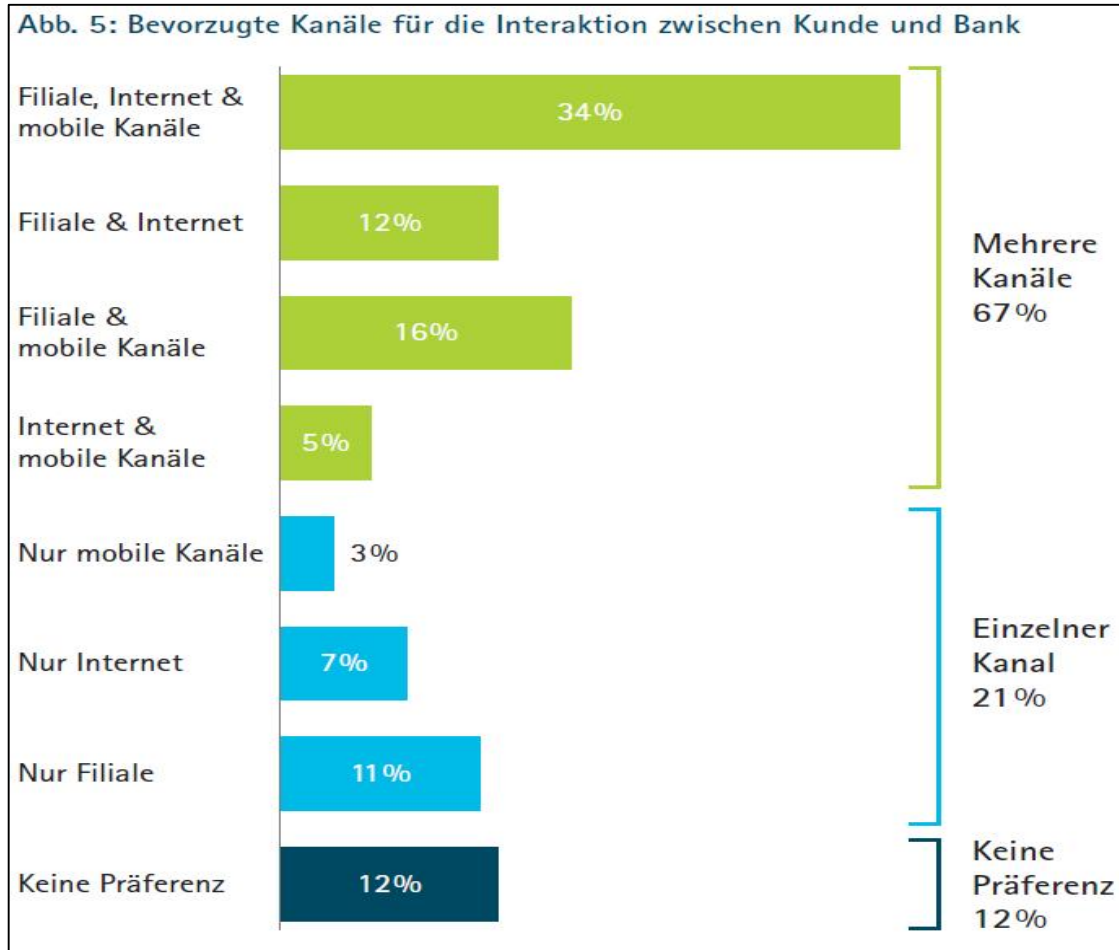
#### Vier Thesen

---

Drittens:  
Gleichzeitig kundengerecht und kosteneffizient arbeiten –  
die Retailbank der Zukunft setzt auf den Multikanalvertrieb.

### 3.3. Die Zukunft des Geschäftsmodells

## Die Kunden setzen auf verschiedene Kanäle

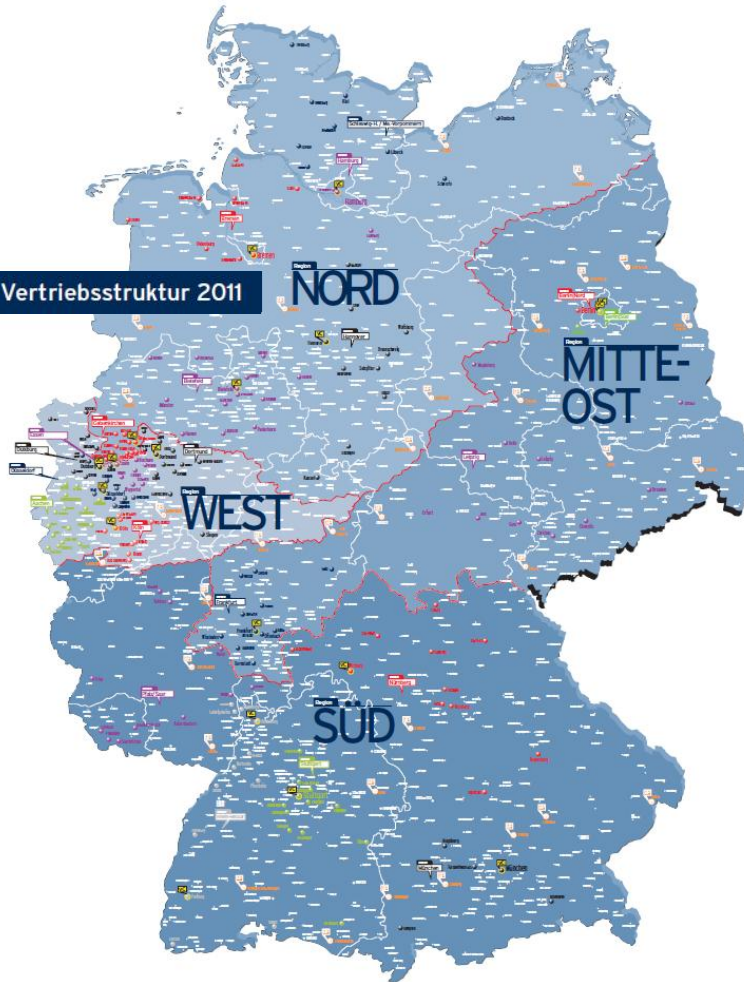


Quelle: Accenture Studie Juni 2011

## 3.3. Die Zukunft des Geschäftsmodells

### Die Vorteile einer Filialbank und einer Direktbank kombinieren

TARGOBANK Vertriebsstruktur 2011



- Investitionen in Internetauftritt
- Ausbau des Filialnetzes:  
10 Neueröffnungen 2012
- Optimierung des Serviceangebots im Call Center

- 281 Filialen in 203 Städten
- 18 Vermögenscenter
- 33 Beratungspunkte
- 221 mobile Berater
- 674 Geldautomaten
- 614 Serviceautomaten
- 470 Händlerkooperationen
- Jeden Tag 24 Stunden:  
Call Center und Internet

### 3. Die Zukunft des Geschäftsmodells

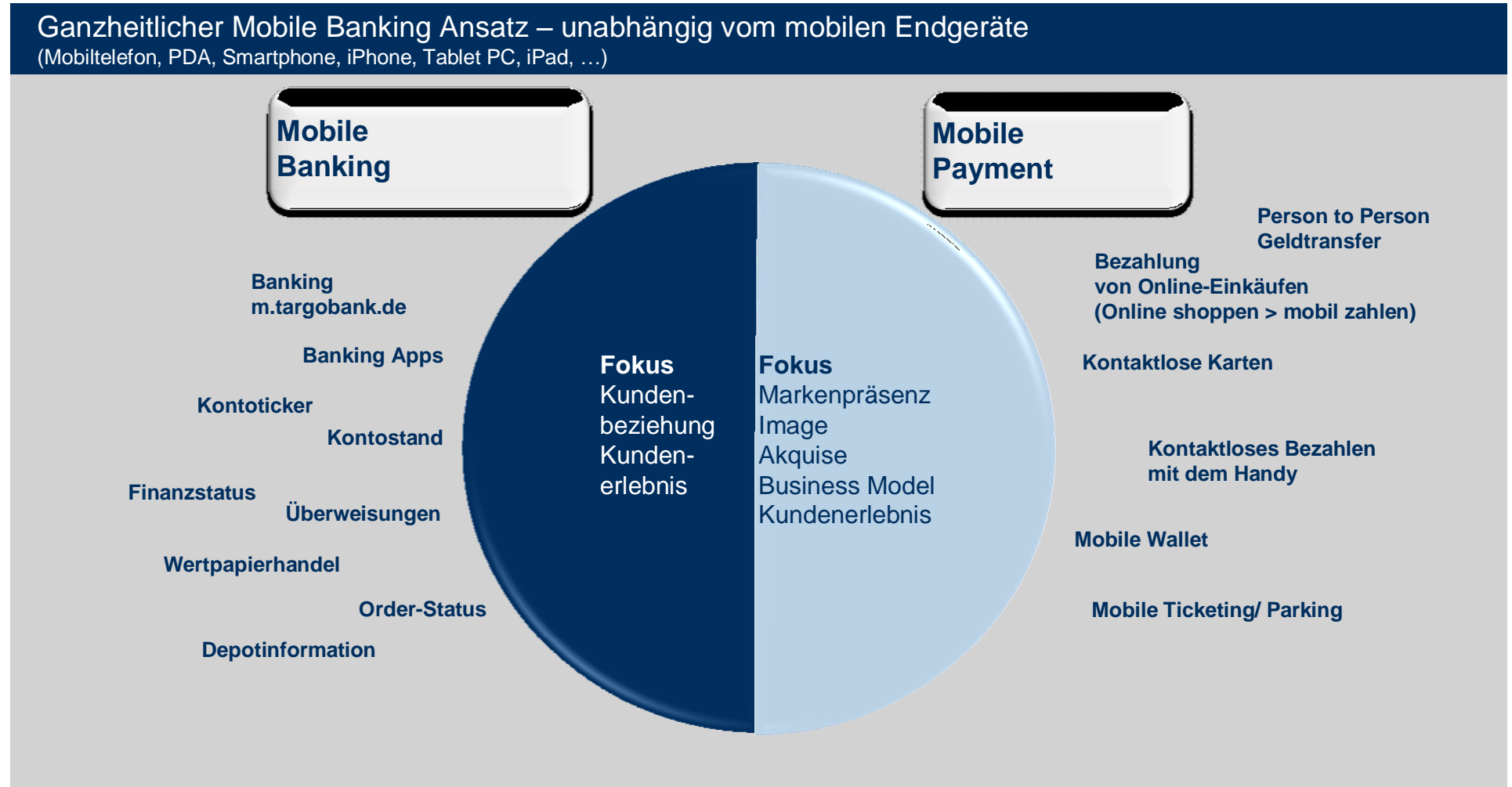
#### Vier Thesen

---

Viertens:  
Technologie zahlt sich aus –  
wer innovative Trends rechtzeitig erkennt,  
gewinnt Kunden und verdient Geld damit.

# 3.4. Die Zukunft des Geschäftsmodells

## Beispiel Mobile Banking und Mobile Payment



## 3.4. Die Zukunft des Geschäftsmodells

Stärkung der Kernkompetenz und neue Preismodelle

---

Kernkompetenz stärken: Autofinanzierung



Pricing Modelle

TARGO  BANK

Preis- und Leistungsverzeichnis

## 4. Schlussfolgerung

### Vier Aufgaben für das Geschäftsmodell mit Zukunft

---

#### Erfolgreiches Retailbanking

1

##### **Einfaches Banking**

*Bankgeschäfte für die Kunden vereinfachen: transparente Produkte, klare Sprache und weniger Papier*

2

##### **Qualität**

*Den Kunden ein einheitliches und hochwertiges Beratungs- und Serviceerlebnis bieten*

3

##### **Service**

*Schlanke, effiziente Prozesse etablieren und für unsere Kunden da sein – wann und wo sie es wünschen*

4

##### **Innovation und Geschäftsfelderweiterung**

*Bereit sein, neue Wege zu gehen – im Sinne unserer Kunden*

# Retailbanking im Wandel

Euro Finance Week 2011

---

Vielen Dank  
für Ihre Aufmerksamkeit!