

„Wir müssen unsere Stärken stärken“

Interview mit Oliver Klink



Noch hat Oliver Klink den frischen Blick eines von außen Kommenden auf die Taunus Sparkasse. Mit seiner Erfahrung aus der Allianz-Bank erlebt er die viel zitierte Nähe der Sparkassen zu ihren Kunden als die tatsächliche Stärke im Wettbewerb. Im Private Banking wird den Sparkassen seiner Meinung nach noch zu wenig Kompetenz zugesprochen. Die Taunus Sparkasse hat in diesem Geschäft bereits seit 14 Jahren Erfahrung. Die Verzahnung mit dem Firmenkundengeschäft könnte aber noch verbessert werden. Red.

krise und die striktere Regulierung des Marktes führen zu einer zunehmenden Verunsicherung der Kunden. Aber wir haben unter anderem durch Schulungen und Workshops darauf reagiert und deshalb sind unsere Mitarbeiter immer noch Berater aus Überzeugung.

dämpft, weil sich die makroökonomischen Daten deutlich eingetrübt haben und wir einige Risiken in der Bilanz konservativer als bislang bewerten. Damit wir für die veränderten wirtschaftlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen gut gerüstet sind, haben wir eine Reihe von Themen aufgenommen, die unsere Wachstumskräfte stärken werden.

bm Können Sie schon einen Ausblick auf Ihre Geschäftszahlen 2012 geben?

Es ist noch zu früh, über konkrete Zahlen zu sprechen. Aber soviel vorweg: Schon bei der Vorlage der letzten Bilanz im Frühjahr 2012 haben wir die Erwartungen ge-

Unser Ziel ist klar definiert: Wir wollen gemeinsam sicherstellen, dass wir für unsere Kunden auch in Zukunft ein solider und nachhaltig profitabler Partner an ihrer Seite sein werden. Ich habe neulich auf einer internen Veranstaltung gesagt: Wir müssen unsere Stärken stärken. Denn der Wettbewerb um Kunden wird sicher einen Gang zulegen.

bm Wie ist das Jahr 2012 für die Taunus Sparkasse gelaufen?

Operativ blicken wir auf ein insgesamt sehr zufriedenstellendes Jahr zurück. Das hat zwei Gründe: Als Traditionshaus in einer der einkommens- und wachstumsstärksten Regionen Europas haben wir uns immer zu unserer Verantwortung für die Region bekannt und solide unser Kerngeschäft betrieben. Der Lohn dafür ist, dass wir in diesen, für Geldinstitute nicht immer einfachen Zeiten, unsere Kunden als Menschen erleben, die das mit Vertrauen honorieren.

Selbstverständlich stehen auch wir vor Herausforderungen. Die Folgen der Finanz-



Oliver Klink, Vorsitzender des Vorstands, Taunus Sparkasse, Bad Homburg.

bm Wie erleben Sie nach rund einem halben Jahr die Taunus Sparkasse? Wo liegen ihre Besonderheiten, Stärken und Schwächen?

Besonderheit und Stärke ist das Team und dessen Nähe zu den Kunden. Es ist einfach etwas anderes, wenn man die Menschen, die man berät, oder umgekehrt den Menschen, der einen beraten hat, am Wochenende in der Stadt, auf dem Weihnachtsmarkt oder vor der Schule trifft. Daraus entsteht eine besondere Verantwortung, sich richtig zu verhalten. Dazu fühlen wir uns unseren Kunden – die uns ja zuweilen seit Generationen ihr Geld anvertrauen –

verpflichtet. Die Taunus Sparkasse ist der wichtigste Finanzierer des Mittelstandes, der Handwerker und der Gewerbetreibenden in der Region. Sie will sich aber künftig auch als erster Ansprechpartner für das Privatkundengeschäft etablieren.

bm Welche Erfahrungen aus der Allianz-Bank können Sie einbringen? Was lässt sich auf die Taunus Sparkasse übertragen?

Nicht übermäßig viel. Im Gegenteil. Die Bindung der Kunden zur Taunus Sparkasse, aber auch der Mitarbeiter zu den Kunden ist bei der Sparkasse deutlich größer. Dass wir Filialen und Mitarbeiter „um die Ecke“ haben, ist unverändert einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren.

„Wir haben die Chance, die Taunus Sparkasse als Alternative zu den im Private Banking etablierten Banken zu empfehlen.“

bm Welche Vor- und Nachteile bietet das Geschäftsgebiet mit einem der einkommensstärksten Kreise der Bundesrepublik, aber im Dunstkreis von Frankfurt mit der dortigen Wettbewerbskonzentration?

Nachteile kann ich nicht erkennen. Der scharfe Wettbewerb ist eher eine dauernde Herausforderung, die anspornt. Einige Wettbewerber ziehen sich sogar angesichts der höheren Eigenkapitalanforderungen aus dem Geschäft in der Fläche bereits zurück oder geben ganze Geschäftsbereiche auf. Das wird uns so nicht passieren.

bm Wird einer Sparkasse typischerweise die Kompetenz für die Betreuung vermögender Kunden zugesprochen?

Für meinen Geschmack noch zu wenig – wir erleben aber mehr und mehr Kunden und auch qualifizierte Kollegen, die ernst-

haft über einen Wechsel in die Sparkassengruppe nachdenken oder einen solchen Wechsel sogar bereits vollzogen haben.

bm Hat das gehobene Privatkundengeschäft für die Taunus Sparkasse aufgrund der Einkommenssituation im Geschäftsgebiet eine größere Bedeutung als für andere Sparkassen?

Ich würde nicht größere Bedeutung sagen, sondern sehe diese Situation als große Chance an, die Taunus Sparkasse deutlich prägnanter zu positionieren und als

echte Alternative zu den im Private Banking bisher etablierten Banken zu empfehlen.

bm Ist das Private Banking noch das attraktive, weil margenstarke Geschäft früherer Jahre?

Auf die Marge zu schießen oder eindimensional den Produktabschluss anzustreben entspricht nicht unserer Philosophie. Das Private Banking, mit den Themen langfristige Finanz- und Vermögensanlage, stellt besondere Herausforderungen an ein Geldinstitut, weil man hier oft vor komplexen Fragestellungen steht. Deshalb ist es nicht nur finanziell, sondern auch intellektuell ein interessantes Geschäftsfeld.

„Die Finanzkrise hat eine gewisse reinigende Kraft entwickelt.“

bm Wie haben sich die Anforderungen der Kunden im Private Banking verändert – durch die Finanzkrise, aber auch durch Generationenwechsel?

Dem Kunden ist nach den Erfahrungen mit der Finanzkrise vor allem eines wichtig: Er will einen solide wirtschaftenden Partner

an seiner Seite und langfristige, vertrauensvolle Zusammenarbeit. Er will einen Namen und ein Gesicht, einen Ansprechpartner, den er kennt und dem er vertraut.

bm Ist man im Private Banking heute mehr auf Kooperationspartner angewiesen als noch vor einigen Jahren?

Nein. Die Anzahl unserer Kooperationspartner ist auch nach fast vierzehn Jahren, die die Taunus Sparkasse nun in diesem Geschäftssegment unterwegs ist, konstant geblieben. Wir haben Partner gefunden, die verlässlich sind, eine hervorragende Expertise aufweisen und so denken wie wir.

bm In der Finanzkrise sind viele Vermögende ärmer geworden. Welche Auswirkungen hat das auf das Geschäft?

Eine neue Risikoadjustierung im Markt. Wer jemals geglaubt hat oder Glauben machte, dass exorbitante Renditen ohne jedes Risiko möglich sind, wurde eines Besseren belehrt. Insofern hat die Finanzkrise eine gewisse reinigende Kraft entwickelt. Die Taunus Sparkasse konzentriert sich stets auf ihre Kernkompetenz und überlässt das große Casino den anderen. Unsere Kunden schenken uns oftmals schon seit Generationen ihr Vertrauen, weil wir stets ein grundsolider Partner sind. Ein Partner, der langfristiges Denken nicht als modernen Slogan nutzt, nur weil es gerade dem Zeitgeist entspricht.

bm Wie haben sich die Preismodelle verändert?

Unsere Preismodelle haben seit Jahren in etwa das gleiche Niveau. Dass wir uns auf einen Preiskampf einlassen, wird uns

nicht passieren. Unser Ziel ist es, flächendeckend den Vorzug vor anderen Instituten zu erhalten, weil wir die umfassende, persönliche Betreuung bieten.

bm **Haben Stiftungen beziehungsweise das Stiftungsmanagement an Bedeutung verloren? Wie stellen Sie sich dabei auf das Niedrigzinsumfeld ein?**

Es kommt darauf an, wie attraktiv man das Stiftungsmanagement betreibt. Seit 2010 bieten wir in Zusammenarbeit mit der Deutschen Stiftungstreuhand die Möglichkeit, unter dem Dach unserer Stiftergemeinschaft – schon mit einem Kapitaleinsatz von 25 000 Euro – eine eigenen Namensstiftung mit frei wählbarem Stiftungszweck zu gründen. Damit wird den Kunden die Möglichkeit gegeben, sich für das Gemeinwohl in der Region zu engagieren. Aufgrund der Tatsache, dass in der Gemeinschaft zahlreiche Stiftungen gemanagt werden und sich damit das Gesamtvolumen wesentlich größer ist, profitieren die Stiftungen von einer günstigeren Kostenstruktur und kreativeren Gestaltungsoptionen.

bm **Wie sortieren Sie Retailgeschäft und Private Banking – im Hinblick auf Segmentierungskriterien, aber auch organisatorisch, um Reibungsverluste zu vermeiden? Und wie verzahnen Sie Private Banking und Firmenkundengeschäft?**

Wir definieren unsere Betreuung am Wunsch und am Bedarf des Kunden. Und damit sind wir bisher sehr gut gefahren. Bei der Verzahnung von Private Banking und Firmenkundengeschäft sehe ich noch Entwicklungspotenzial. Im Firmenkundengeschäft sind wir sehr stark, im Private Banking auch. Bislang wird den Firmenkunden der Sparkasse aber noch zu selten unser Know-how im Private Banking angeboten. Das meine ich zum Beispiel, wenn ich sage: Wir müssen unsere Stärken stärken. ■■■