

16. Handelsblatt Jahrestagung

Privatkundengeschäft

Beratungs- und Beziehungsqualität als Schlüssel

▶ 29. und 30. März 2011, Hyatt Regency, Mainz

Retail Banking in Deutschland – Kontinuität oder Umbruch?

- Die Zukunft der Vertriebskanäle
- Die Zukunft der Erlösquellen
- Die Zukunft der Produktpalette
- Die Zukunft der Kundenansprüche

Diskutieren Sie mit Meinungsführern aus allen Säulen über die Anforderungen der Zukunft:



Roland Boekhout



Gabriele Burn



Peter Buschbeck



Dr. Stefan Friedmann



Arendt Gruben



Ralph Hientzsch



Thomas Jorberg



Carsten Jung



Reinhard Klein



Dr. Laurenz Kohlleppel



Dr. Michael Meyer



Rainer Neske



Prof. Dr. Stephan Paul



Jens Quadbeck



Herbert Walter

Roland Boekhout, Vorsitzender des Vorstandes, ING-DiBa
Gabriele Burn, Mitglied der Geschäftsleitung, Raiffeisen Schweiz
Peter Buschbeck, Mitglied des Vorstandes, HypoVereinsbank
Dr. Stefan Friedmann, Mitglied des Vorstandes, Oldenburgische Landesbank
Arendt Gruben, Vorsitzender des Vorstandes, Sparkasse Schwarzwald-Baar
Ralph Hientzsch, Geschäftsführender Gesellschafter, Consileon Frankfurt
Thomas Jorberg, Sprecher des Vorstandes, GLS Bank
Carsten Jung, Mitglied des Vorstandes, Berliner Volksbank
Reinhard Klein, Stv. Vorsitzender des Vorstandes, Haspa
Dr. Laurenz Kohlleppel, Vorsitzender des Vorstandes, Verband der Sparda-Banken
Dr. Michael Meyer, Mitglied des Vorstandes, Postbank
Rainer Neske, Mitglied des Vorstandes, Deutsche Bank
Prof. Dr. Stephan Paul, Ruhr-Universität Bochum
Jens Quadbeck, Industry Head Finance, Google Deutschland
Dr. Herbert Walter, Walter Consult



Mit freundlicher Unterstützung von:

CONSILEON
In Ihrem Sinne. An Ihrer Seite.

Konzeption und Organisation:

EUROFORUM
The Conference Company

Handelsblatt

Substanz entscheidet.

Ein Markt verändert sich

Nimmt man aktuelle Umfragen, hat das Ansehen der Finanzbranche extrem gelitten. Nur Politikern wird noch weniger vertraut als dem Bankmitarbeiter. Die Banken sind gefordert. Denn wem die Kunden langfristig das Vertrauen entziehen, der wird bei einer steigenden Zahl von wechselbereiten Kunden schon bald zu den großen Verlierern zählen.

Dementsprechend bemühen sich Banken jeglicher Couleur darum, ihre Beratungs- und Beziehungsqualität zu verbessern. Auf jeden Fall schreibt sich nahezu jeder relative Vorteile im Vergleich zur Konkurrenz auf die Fahne. Zudem zeigt die Akquisition der Postbank durch die Deutsche Bank, aber auch der Verkauf der SEB an Santander, deutlich, dass die Großen der Branche auch im traditionell schwierigen deutschen Retail-Markt gute Erfolgsaussichten erkennen.

Eins ist klar: Es bleibt spannend! Diskutieren Sie mit Meinungsführern der Branche und verschaffen Sie sich einen Einblick aus erster Hand über Säulengrenzen hinweg! Die 16. Handelsblatt Jahrestagung „Privatkundengeschäft“ bietet Ihnen dafür einen exklusiven Rahmen.

Die Referenten und das Handelsblatt freuen sich auf die Diskussion mit Ihnen.



So urteilten Teilnehmer im März 2010

- „ Interessante Anregungen für den Vertrieb, Kontrolle und Reflexion von eigenen Aktivitäten“
- „ Ausgewogene und interessante Veranstaltung in sehr angenehmer offener Atmosphäre“
- „ Sehr gute inhaltliche Veranstaltung mit guten Networking-Möglichkeiten“
- „ Interessante Plattform für das Privatkundengeschäft über Sektorgrenzen hinweg“
- „ Interessant, vielseitig und immer aktuell“
- „ Das Forum zur Diskussion der Entwicklungen im nationalen Privatkundengeschäft“

▶ Weitere Informationen finden Sie unter:
<http://vhb.handelsblatt.com/privatkundengeschaeft>

Medienpartner:

EXPERTISE
Zeitung für Beratung & Kommunikation in der Finanzwirtschaft



Dienstag, 29. März 2011

9.30–10.00

Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Tagungsunterlagen

10.00–10.15

Begrüßung und Eröffnung der 16. Handelsblatt Jahrestagung
Prof. Dr. Stephan Paul, Ruhr-Universität Bochum
Oliver Stock, Leiter Finanzzeitung, Handelsblatt

Retail-Banking im Entwicklungssprung?!

10.15–10.45

**Wachstumsmarkt Deutschland –
Das Geschäft mit den Privatkunden der Deutschen Bank**
Reiner Neske, Mitglied des Vorstandes, Deutsche Bank

10.45–11.05

**Verbraucherschutz und Kundennähe –
wichtige Erfolgsfaktoren im Privatkundengeschäft**

- Direktbanking als Alternative zu Provisionssteuerung und Honorarberatung
- Vertrauen schaffen durch Servicequalität

Roland Boekhout, CEO, ING-DiBa

11.05–11.25

Die Privatkundenstrategie der HypoVereinsbank
Peter Buschbeck, Mitglied des Vorstandes, HypoVereinsbank

11.25–11.45

**Credo, Care Calls, Vertriebsbegleiter –
Qualitätsmanagement bei der Haspa**

- Visitenkarte Service
- Standardisierung und Differenzierung in der Beratung – (k)ein Widerspruch?
- Kundenbindung durch Mehrwertbanking
- Aktiver Kundendialog

Reinhard Klein, Stv. Vorsitzender des Vorstandes, Haspa

11.45–12.30 **Gemeinsame Diskussion**

12.30–14.00 **Gemeinsames Mittagessen**

Heute schon die Zukunft gestalten!

14.00–14.20

Auf dem Weg zum Kunden – Vertriebswege im Umbruch
Ralph Hientzsch, Geschäftsführender Gesellschafter,
Consileon Frankfurt

14.20–14.40

Produkte im Retailbanking – Stabilität oder Umbruch?

- Zunehmende Auffächerung der Kundenbedürfnisse unter anderem aufgrund des Demographischen Wandels

- Bereitstellung von Produkten zur Absicherung der Grundbedürfnisse im Privatkundengeschäft. „Nicht alles für jeden, sondern das Wesentliche für die meisten“

- Berücksichtigung des technologischen Wandels – Retailbanking für die „Online-Generation“

Dr. Laurenz Kohlleppel, Vorsitzender des Vorstandes,
Verband der Sparda-Banken

14.40–15.00

Retail Banking 2011 - Evolution in progress

- Stabiler Wachstumspfad der Postbank
- Herausforderungen wirtschaftliches Umfeld, Regulierung und Vergleichbarkeit
- Differenzierung durch Service, Innovationen und Beratung

Dr. Michael Meyer, Mitglied des Vorstandes, Postbank

15.00–15.15 **Kurze Pause**

15.15–16.00

ROUND TABLES



A) Die Zukunft der Vertriebswege
Ralph Hientzsch

B) Die Zukunft der Produktwelt
Dr. Laurenz Kohlleppel

C) Die Zukunft der Beratung
Dr. Michael Meyer

16.00–16.30 **Pause mit Kaffee und Tee**

16.30–17.00 **Zusammenfassung der Ergebnisse der Round Tables
Gemeinsame Diskussion**

17.00–17.30

Abschlussvortrag des ersten Konferenztages

**Online to Branch: Paradigmenwechsel im Bankvertrieb im
Zeitalter von Mobile und Web 2.0**

- Online wird das dominante Medium:
Online muß zur „Chefsache“ gemacht werden!
 - Der Wert des Internets ist nicht nur der Online-Abschluss:
Das Internet unterstützt den Filialvertrieb (ROPO)
 - Mobiles Internet ist „The Next Big Thing“ - Smartphones und Social Media werden Online Banking nachhaltig beeinflussen
- Jens Quadbeck**, Industry Head Finance, Google Deutschland

17.30–18.00 **Abschlussdiskussion**

18.00 **Ende des ersten Konferenztages**

Zum Abschluss des ersten Tages laden wir Sie ganz herzlich zum traditionellen Get together ein. Vertiefen Sie Diskussionen des Tages und erweitern Sie Ihr persönliches Netzwerk in ungezwungener Atmosphäre.



Prof. Dr. Stephan Paul



Oliver Stock



Reiner Neske



Roland Boekhout



Peter Buschbeck



Reinhard Klein



Ralph Hientzsch



Dr. Laurenz Kohlleppel



Dr. Michael Meyer



Jens Quadbeck

Mittwoch, 30. März 2011

9.00–9.30

Begrüßung und Eröffnung des zweiten Konferenztages
Zusammenfassung des ersten Tages
Prof. Dr. Stephan Paul

Rendite versus Nachhaltige Kundenbeziehungen – unvereinbarer Widerspruch?

9.30–10.00

Nachhaltiges Bankgeschäft: menschlich, zukunftsweisend, ökonomisch

- Geld ist für die Menschen da: Bedürfnisse der Menschen stehen im Mittelpunkt
- Das Nachhaltigkeitsverständnis der GLS Bank
- Transparenz bei der Mittelverwendung

Thomas Jorberg, Sprecher des Vorstandes, GLS Bank

10.00–10.30

Langfristige Kundenpartnerschaften und hohe Kundenzufriedenheit als Erfolgsfaktor

- Strategie und Erfolgsfaktoren der Raiffeisen Gruppe
- Stringente Zielgruppenansprache bei Nutzung aller Vertriebskanäle
- Nächste Schritte und Vision 2015

Gabriele Burn, Mitglied der Geschäftsleitung, Raiffeisen Schweiz

10.30–11.00 Pause mit Kaffee und Tee

11.00–11.30

Auf dem Weg zur Kundenbank

- Evolution der Marktbearbeitungsstrategie: Von der Ordnungsbank (1980/90er Jahre) über die Vertriebsbank (2000er) zur Kundenbank
- Rollenwechsel des Kunden: Vom passiven Produktnehmer zum aktiven Partner und Berater
- Stärkung der Mitarbeiter-Eigenverantwortlichkeit: Mögliche Umkehrung der Führungspyramide

Dr. Stefan Friedmann, Mitglied des Vorstandes, Oldenburgische Landesbank

11.30–12.15

Social Banking, Bank-Kunde-Partnerschaft, Kundenbank – Alter Wein in neuen Schläuchen, Nische oder wirklicher Paradigmenwechsel?

DISKUSSION 

12.15–13.45 Gemeinsames Mittagessen

Erlösquellen der Zukunft

13.45–14.15

Erträge der Zukunft unter anspruchsvollen Rahmenbedingungen sichern

- Motivation der Mitarbeiter steigern
- Vertriebskultur weiter entwickeln

Arendt Gruben, Vorsitzender des Vorstandes, Sparkasse Schwarzwald-Baar

14.15–14.45

Social Media und die Auswirkungen auf eine Volksbank im Ballungsraum

- Beratungsqualität
- Filialnetz

Carsten Jung, Mitglied des Vorstandes, Berliner Volksbank

14.45–15.15

Womit verdient die Bank der Zukunft ihr Geld?

- Was will der Kunde?
- Wofür wird der Kunde zahlen?
- Welche Prozesse muss die Bank entwickeln?

Dr. Herbert Walter, Walter Consult

15.15–15.30 Abschlussdiskussion

15.30 Ende der 16. Handelsblatt Jahrestagung

Info-Telefon: +49 (0)2 11.96 86–34 62

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?
Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt



Oliver Wichert

Leiter Finance,
EUROFORUM
E-Mail: oliver.wichert@euroforum.com

Organisation



Mandy Lange

Senior-Konferenz-Koordinatorin,
EUROFORUM
E-Mail: mandy.lange@euroforum.com

Marketing



Isabelle Petermann

Senior-Marketing-Managerin,
EUROFORUM
E-Mail: isabelle.petermann@euroforum.com



Thomas Jorberg



Gabriele Burn



Dr. Stefan Friedmann



Arendt Gruben



Carsten Jung



Dr. Herbert Walter

Sponsoring & Ausstellungen

Haupt-Sponsor

CONSILEON

In Ihrem Sinne. An Ihrer Seite.

Consileon ist ein international ausgerichtetes Consultingunternehmen mit Büros in Düsseldorf, Frankfurt, Karlsruhe, Wolfsburg, Kiew und Stettin. Mit Strategie-, Prozess- und IT-Beratung helfen wir mit unserem internationalen und interdisziplinären Team bei der Lösung anspruchsvoller Managementaufgaben – von der Positionierung am Markt über die Entwicklung von Vertriebskonzepten bis zur konkreten Umsetzung. Erfolgreiche Projekte bei renommierten Klienten unterstreichen unsere Analyse- und Branchenkompetenz.

Zu unseren Kunden zählen:

- Banken und Versicherungen
- Asset Manager und Capital Markets
- Automobilhersteller und Zulieferer
- Handel und Touristik
- Medizintechnik
- Software- und Systemhäuser

In Ihrem Sinne. An Ihrer Seite. Nach diesem Grundsatz entwickeln wir seit 2001 maßgeschneiderte, nachhaltig wertschöpfende Problemlösungen.

Consileon Frankfurt GmbH

Königsbacherstraße 15-21
60528 Frankfurt am Main
www.consileon.com

Ansprechpartner: Ralph Hientzsch
Geschäftsführender Gesellschafter
Mobil: +49 (0)173.654.0128
E-Mail: ralph.hientzsch@consileon.de

Sponsoring und Ausstellungen

Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:

Violetta Lakwa



Sales-Managerin, EUROFORUM
Telefon: +49 (0)2 11.96 86 – 37 32
Fax: +49 (0)2 11.96 86 – 47 32
E-Mail: violetta.lakwa@euroforum.com

(Kenn-Nummer)

16. Handelsblatt Jahrestagung

Privatkundengeschäft

29. und 30. März 2011, Hyatt Regency Mainz

Malakoff-Terrasse 1, 55116 Mainz, Telefon: +49 (0)6131.731 - 234

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11.96 86-40 40

- Ja, ich nehme teil** am 29. und 30. März 2011 in Mainz (P1200408M012)
zum Preis von € 2.099,- zzgl. MwSt. p. P.
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]
[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen**
zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt. ZU. [Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Ich möchte als Dankeschön für meine Teilnahme
das Handelsblatt kostenlos für zwei Monate erhalten.
- Ich möchte meine Adresse wie angegeben korrigieren lassen.
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 0211.9686-3333.]

Name, Vorname	
Position/Abteilung	
Telefon	Fax
E-Mail	Geb.-Datum (TTMMJJJJ)

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich,
Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:
Zusendung per E-Mail: Ja Nein per Fax: Ja Nein

Firma
Anschrift
Branche
Ansprechpartner im Sekretariat

Datum, Unterschrift

Bitte ausfüllen, falls die Rechnungsanschrift von der Kundenanschrift abweicht:

Name
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme? Ich selbst oder Name: _____

Position: _____

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort: bis 20 21-50 51-100 101-250 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Teilnahmebedingungen. Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen, Pausengetränken und Abendessen pro Person zzgl. MwSt. ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

Datenschutzinformation. Die EUROFORUM Deutschland SE verwenden die im Rahmen der Bestellung und Nutzung unseres Angebotes erhobenen Daten in den geltenden rechtlichen Grenzen zum Zweck der Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen postalisch Informationen über weitere Angebote von uns sowie unseren Partner- oder Konzernunternehmen wie der Handelsblatt GmbH zukommen zu lassen. Wenn Sie unser Kunde sind, informieren wir Sie außerdem in den geltenden rechtlichen Grenzen per E-Mail über unsere Angebote, die den vorher von Ihnen genutzten Leistungen ähnlich sind. Soweit im Rahmen der Verwendung der Daten eine Übermittlung in Länder ohne angemessenes Datenschutzniveau erfolgt, schaffen wir ausreichende Garantien zum Schutz der Daten. Außerdem verwenden wir Ihre Daten, soweit Sie uns hierfür eine Einwilligung erteilt haben. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder der Ansprache per E-Mail oder Telefax jederzeit gegenüber der EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf.

Zimmerreservierung. Im Tagungshotel steht ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Reservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort Handelsblatt-/EUROFORUM-Konferenz vor. Änderungen vorbehalten.

Ihr Tagungshotel.

Am Abend des ersten Tages lädt Sie das **Hyatt Regency Mainz** herzlich zu einem Umtrunk ein.



Wir über uns. Handelsblatt Veranstaltungen vermitteln Ihnen in hochkarätigen Konferenzen und Seminaren wichtige Wirtschaftsinformationen zu aktuellen Themen. Wir bieten damit Führungskräften aus Wirtschaft und Industrie Foren für Know-how-Transfer und Meinungsaustausch. Mit der Planung und Organisation der Veranstaltungen haben wir die Euroforum Deutschland SE beauftragt.

Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11.96 86-40 40

telefonisch: +49 (0)2 11.96 86-34 62
[Mandy Lange]

Zentrale: +49 (0)2 11.96 86-30 00

schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: anmeldhb@euroforum.com

im Internet: <http://vhb.handelsblatt.com/privatkundengeschaeft>