



VICTOR-AWARDS 2012

Exzellenz-Strategien für Regionalbanken

Ende September verlieh das Beratungsunternehmen emotion banking erneut seine „victor“-Trophäen an Regionalbanken. In diesem Prämierungsjahr dominierten Raiffeisenbanken den Wettbewerb wie selten zuvor.

➤ Barbara Aigner / Christian Rauscher

Zum neunten Mal ehrte die Beratungsgesellschaft emotion banking, ansässig in Baden bei Wien, Regionalbanken mit exzellenten Strategien mit der Auszeichnung „victor“. Da lag es nahe, die nachmittägliche Konferenz sowie die glamouröse abendliche Gala unter das Motto einer berühmten „Neunten“ – „Freude, schöner Götterfunken“ – zu stellen und ihren Erschaffer Ludwig van Beethoven Pate stehen zu lassen.

Grundlage für die Vergabe der Trophäen ist das Abschneiden der Banken im Analysetool victor, das von emotion banking ent-

wickelt wurde. Das Tool gibt jeder Bank ein 360-Grad-Feedback, indem es Meinungen bei den zentralen Stakeholder-Gruppen – Führungskräften, Mitarbeitern und Kunden – einholt. Der wesentliche Unterschied zu einer reinen Marktforschung liegt darin, dass victor eine Vielzahl an aufschlussreichen Relationen ausweist, indem es die Sichtweisen der Stakeholder-Gruppen gegenübergestellt und dadurch so genannte Gaps aufgezeigt. Somit kann die jeweilige Bank heterogene Bereiche identifizieren und entsprechende Maßnahmen zur Beseitigung der Gaps ergreifen.

BANK DES JAHRES 2012: RAIFFEISENBANK REGION RIED I. I.

„And the winner is ...“: Die Bank des Jahres 2012 heißt Raiffeisenbank Region Ried im Innkreis. Sie erzielte mit satten 2.000 Zählern von 2.500 möglichen (rund 80 %) die höchste Punktzahl in diesem Auswertungsjahr. Dies bedeutete den Gesamtsieg für das Institut, das in allen Segmenten überzeugte – in vier von fünf Kategorien konnten die Rieder sogar mehr als 390 Punkte erreichen und bewiesen damit, dass sie auf einem starken Weg in die Zukunft sind. Auch in der Kategorie „Kun-

de“ räumte das oberösterreichische Institut mit sensationellen Werten die Trophäe ab. Sein Beratungswert, also der kumulierte Wert für Beratungsqualität und -häufigkeit, liegt bei sagenhaften 83 %, 81 % der Kunden haben zumindest einmal jährlich ein ausführliches Beratungsgespräch.

Mit einer ähnlichen Konsequenz verfolgt die Raiffeisenkasse Bruneck ihre Strategie. Mit über 400 Punkten lebt diese Bank eine klare strategische Ausrichtung, die bei 100 % der Mitarbeiter und Führungskräfte voll inhaltlich angekommen ist. Das spürt auch der Kunde, der mit dieser Bank Attribute wie lokal verwurzelt, freundlich, persönlich und kompetent verbindet. Folgerichtig nahm das Team der Raiffeisenbank Bruneck den „Strategie“-victor mit nach Hause.

VOLKSBANK MITTWEIDA: TOP IN DER KATEGORIE „FÜHRUNG“

Die Volksbank Mittweida verteidigte bei den victor-Awards die Ehre der deutschen Banken. In der Kategorie „Führung“ übertrifft das Institut in allen Unterpunkten die Benchmark. Dass in der Volksbank Mittweida echte Leader am Werk sind, bescheinigen auch die Mitarbeiter. „Jedes gute Orchester hat einen noch besseren Dirigenten! Deshalb braucht jede Bank eine gute Führung“, charakterisierte Jurymitglied Professor Roland van Gisteren die im Herzen Sachsens ansässige Bank.

Davon sind auch die Mitarbeiter in der Raiffeisenbank Defereggental überzeugt, denn dort wird tatsächlich gelebt, was anderswo nur ein Lippenbekenntnis ist, nämlich „Mitarbeiter sind das wichtigste Kapital“. Die Mitarbeiter fühlen sich sicher sowie anerkannt und haben die Möglichkeit, sich in ihren Aufgaben zu verwirklichen. Das tun die Angestellten auch nach außen hin kund, was der Bank die „Mitarbeiter“-Auszeichnung sicherte.

Nicht weniger wichtig als die Mitarbeiter einer Bank sind freilich die Kunden. Beson-

7 DIE GEWINNER BEIM VICTOR-AWARD 2012

Bank des Jahres 2012	Raiffeisenbank Region Ried im Innkreis (Österreich)
Kategorie Strategie	Raiffeisenkasse Bruneck (Italien)
Kategorie Führung	Volksbank Mittweida (Deutschland)
Kategorie Mitarbeiter	Raiffeisenbank Defereggental (Österreich)
Kategorie Kunde	Raiffeisenbank Region Ried im Innkreis (Österreich)
Kategorie Firmenkunde	Bankhaus Schelhammer & Schattera (Österreich)
Kategorie Unternehmenskultur	Raiffeisenbank Wels Süd (Österreich)
Kategorie Dynamik	Raiffeisenbank Eberndorf (Österreich)
Kategorie Innovation	Raiffeisenbank Bludenz (Österreich)

Quelle: emotion banking

ders gut geht es den Firmenkunden des Bankhauses Schelhammer & Schattera. 40 % der Firmenkunden erklärten, dass sie das Bankhaus in jüngerer Zeit begeistert habe. Für 86 % ist das Institut die erste Anlaufstelle bei offenen Fragen, auch die Zufriedenheit mit der Qualität der Beratung ist überdurchschnittlich hoch. Das Bankhaus besticht insbesondere durch sein ethisch ausgerichtetes Produktangebot.

Um eine ethische Ausrichtung geht es auch in der Kategorie „Unternehmenskultur“. Inspiration, Mitgestalten, schnelle Entscheidungen und Innovationsfreude sind die Umschreibungen, die die Kultur der siegenden Raiffeisenbank Wels Süd trefflich kennzeichnen. Die Werte und Normen des Instituts sind gleichermaßen bekannt wie akzeptiert und gelebt. 92 % der Mitarbeiter erleben ein stark ausgeprägtes soziales Klima, also ein förderliches Miteinander zwischen Kollegen, aber auch mit den Führungskräften.

TRÄGE? NICHT DIE RAIFFEISENBANK EBERNDORF!

Die Bankenbranche wird allzu oft als traditionelle und träge Branche bezeichnet. Diesem Klischee widerspricht jedenfalls das Bild des Siegers in der Kategorie „Dynamik“: die Raiffeisenbank Eberndorf. Das Institut hat

sein Ergebnis aus der victor-Analyse bei den vergangenen beiden Auswertungen konsequent zum Vorjahreswert verbessert, und zwar in allen Kategorien.

Wie sich Dynamik durch Innovation erzeugen lässt, hat die Raiffeisenbank Bludenz in den vergangenen Jahren immer wieder eindrucksvoll bewiesen und sie wurde auch 2012 dafür mit einem „victor“ in dieser Kategorie belohnt. Die Krönung der Erfolgsgeschichte dieses Hauses ist nun die innovative bauliche Umsetzung seiner Strategie – von einem ansprechenden Café inklusive Backshop über einen Lounge-Wohlfühlbereich mit Sitzinseln sowie Beratungszimmern mit identitätsstiftenden Sujets bis hin zu einem eigenen Wohncenter.

FAZIT

Gewinnersegment bei den victor-Awards 2012 waren eindeutig die Raiffeisenbanken. 2013 gibt es aber für Banken aller Sektoren wieder die Chance, eine der Trophäen abzustauben, wenn es erneut heißt „Und der victor geht an ...!“

AUTOREN: Dr. Barbara Aigner und Dr. Christian Rauscher sind Gründer und Geschäftsführer des Beratungshauses emotion banking in Baden bei Wien.

SURFTIPPS: www.bankdesjahres.com, www.emotion-banking.com