

14. Handelsblatt Jahrestagung

Privatkundengeschäft.

Die Renaissance des Retail Bankings | Strategien – Produkte – Konditionen

Ihre Experten:



Willibald Cernko,
Head of Retail Division Deutschland/
Österreich, **UniCredit**



Thomas Jorberg,
Sprecher des Vorstandes,
GLS Bank



Dr. Michael Meyer,
Mitglied des Vorstandes,
Deutsche Postbank



Kai-Christian Claus,
Geschäftsführer,
Innovalue Management Partner



Dr. Achim Kassow,
Mitglied des Vorstandes,
Commerzbank



Rainer Neske,
Mitglied des
Group Executive Committee,
Deutsche Bank



Achim Feige,
Executive Brand Consultant,
Brand:Trust



Reinhard Klein,
Mitglied des Vorstandes,
Hamburger Sparkasse



Franz-Josef Nick,
Vorsitzender des Vorstandes,
Citibank Deutschland



Bernd M. Fieseler,
Geschäftsführendes Mitglied
des Vorstandes, **DSGV**



Jano Koslowski,
Director,
Deloitte Consulting



Irina Ringel,
Head of Risk- & -Capital Analysis/
Reporting, **SEB**



Theophil Graband,
Vorsitzender des Vorstandes,
TeamBank



Dr. Matthias Metz,
Vorsitzender des Vorstandes,
Schwäbisch Hall



Hans-Josef Schmitz,
Geschäftsführer,
**Sparkassen-Institut für
Marketing & Kundenbindung**

Fachliche Leitung:



Prof. Dr. Jürgen Moormann,
Frankfurt School of
Finance & Management

Attraktives und profitables Privatkundengeschäft!!

Das wünschen sich alle Banken mehr denn je...

Denn eines hat die Finanzkrise auf erschreckende Art und Weise deutlich gemacht: Banken ohne nachhaltig wettbewerbsfähiges Geschäftsmodell werden nicht überleben! Die Branche wird abspecken, wird weniger Geld verdienen und nur noch überschaubare Risiken eingehen (können und dürfen). Eine Welle zusätzlicher Regulierung wird kommen, der Privatkunde als stabiler Lieferant bescheidener Erträge wird wieder mehr im Mittelpunkt stehen.

Als Folge ist ein härter werdender Wettbewerb zu erwarten. Der Retailmarkt in Deutschland bietet dabei großes Potenzial. Auch wenn profitables Wachstum nicht einfach zu erreichen ist, scheint der Markt im Privatkundengeschäft noch lange nicht ausgeschöpft.

Erfahren Sie auf dieser 14. Handelsblatt Jahrestagung, wie die Erfolgsstrategien der Marktteilnehmer aussehen. Hören Sie, wie Wachstum erzielt werden kann und welche Strukturen die Meinungsführer zukünftig erwarten. Commerzbank/Dresdner Bank, Deutsche Bank/Postbank und der Einstieg der Credit Mutuel bei der Citibank lassen erahnen, dass sich der Markt verändern wird.

Weitere zentrale Fragen lauten:

- Wie kann das Vertrauen der Anleger zurück gewonnen werden?
- Welche Produkte werden zukünftig nachgefragt?
- Siegt die Beratungsqualität endlich wieder über den Preis?
- Was kommt nach dem Zertifikate-Boom?
- Wie kommt die Bank zum Kunden?

Der Schlüssel zur Kundenbindung liegt neben dem Service in der flexiblen Ausgestaltung von Beratung und Produkten. Informieren Sie sich auch dieses Mal wieder über die aktuellen nationalen und internationalen Herausforderungen im Retailbanking. Diskutieren Sie mit den Branchenführern! Die Handelsblatt Jahrestagung „Privatkundengeschäft“ bietet dafür traditionell einen erstklassigen Rahmen.

Info-Telefon: 02 11.96 86–34 37

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



Konzeption und Inhalt
Oliver Wichert
(Fachgruppenleiter Banken/Versicherungen)
EUROFORUM



Organisation
Sonja Marek
(Konferenz-Koordinatorin)
EUROFORUM
E-Mail: sonja.marek@informa.com

Wen treffen Sie auf diesem Branchentreff?

**Mitglieder des Vorstandes und der Geschäftsleitung,
Leiter und leitende Mitarbeiter der Abteilungen:**

- Retail Banking/Privatkundengeschäft
- Marketing/Kommunikation
- Vertrieb
- Produktmanagement
- Human Resources
- EDV/Organisation

aus Großbanken, Sparkassen, Genossenschaftsbanken, Auslandsbanken, Landesbanken, Hypothekenbanken und privaten Instituten.

Dienstag, 10. März 2009

9.00–9.30

Empfang mit Kaffee und Tee
Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30–9.45

Begrüßung und Eröffnung der 14. Handelsblatt Jahrestagung „Privatkundengeschäft“
Prof. Dr. Jürgen Moormann, Frankfurt School of Finance & Management

Die Zukunft des Privatkundengeschäfts – Von Platzhirschen, Newcomern und Innovativen

9.45–10.30

Wachstumsstrategien im Retailbanking

- Vertrauen als Erfolgsfaktor
- Internationalisierung als Wettbewerbsvorteil

Rainer Neske, Mitglied des Group Executive Committee, Deutsche Bank

10.30–11.15

Perspektiven im Privatkundengeschäft

- Strategische Herausforderungen
- Geschäftsmodell als Erfolgsfaktor
- Positionierung für die Zukunft

Franz-Josef Nick, Vorsitzender des Vorstandes, Citibank Deutschland

11.15–11.30

Diskussion

11.30–12.00

Zeit für Diskussion bei Kaffee und Tee

12.00–12.30

Gute Beratung zahlt sich aus – Kundenzufriedenheit und Kundenorientierung als zentrale Leistungskriterien in der Retailstrategie der UniCredit Group

Willibald Cernko, Head of Retail Division Deutschland/Österreich, UniCredit

12.30–13.00

Finanzmarkt im Wandel – Strategische Optionen im Retailbanking

Theophil Graband, Vorsitzender des Vorstandes, TeamBank

13.00–13.15

Diskussion

13.15–14.45

Gemeinsames Mittagessen



Prof. Dr. Jürgen
Moormann



Rainer Neske



Franz-Josef Nick



Willibald Cernko



Theophil Graband

In der Krise gibt es keine Gewinner! Oder doch?

14.45–15.15

Wohnungsbaufinanzierung und stabilitätsorientierte Rolle des Bausparens

Grundsatzreferat zur Entwicklung des deutschen Bausparsystems in Europa

Dr. Matthias Metz, Vorsitzender des Vorstandes, Schwäbisch Hall

15.15–15.45

Erfolgreiches Kostenmanagement in der Rezession

- Was sind die Auswirkungen auf die GuV?
- Welche Stellhebel & Potenziale bestehen?
- Welche Maßnahmen sind geeignet?

Kai-Christian Claus, Geschäftsführer, Innovalue Management Partner

15.45–16.00

Diskussion

16.00–16.30

Zeit für Diskussion bei Kaffee und Tee

16.30–17.00

Kartenstrategien der Sparkassen-Finanzgruppe

Bernd M. Fieseler, Geschäftsführendes Mitglied des Vorstandes, DSGV

17.00–17.30

Erfolgstreiber des Retailbankings

- Konzentration auf Kernprodukte
- Stammkunden als attraktives Kundensegment
- Vernetzung der Vertriebskanäle

Dr. Michael Meyer, Mitglied des Vorstandes, Deutsche Postbank

17.30–18.00

Abschluss-Diskussion des ersten Konferenztages und Zusammenfassung der Ergebnisse durch den Moderator

18.00 Ende des ersten Konferenztages

Das Handelsblatt und Informa laden Sie herzlich zum traditionellen Umtrunk und Imbiss im Hyatt Mainz ein. Diskutieren Sie mit Referenten und Kollegen in entspannter Atmosphäre weiter und lassen Sie den Tag noch einmal Revue passieren.



Dr. Matthias Metz



Kai-Christian Claus



Bernd M. Fieseler



Dr. Michael Meyer

Mittwoch, 11. März 2009

8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00–9.30

Eröffnung des zweiten Konferenztages

Prof. Dr. Jürgen Moormann

Marktumfeld – Wer treibt wen?

9.30–10.15

Wege zum Wachstum

Dr. Achim Kassow, Mitglied des Vorstandes, Commerzbank

10.15–11.00

Differenzierungsstrategien der Haspa im Privatkundengeschäft

- Aktuelle Herausforderungen für die Beratungs- und Produktqualität
- Zielgruppenspezifische Differenzierungsansätze
- Wie aus Kunden Fans werden

Reinhard Klein, Mitglied des Vorstandes, Hamburger Sparkasse

11.00–11.15

Diskussion

11.15–11.45

Zeit für Diskussion bei Kaffee und Tee

11.45–12.15

Sinnvoll Geld anlegen – sozial, ökologisch, ökonomisch

- Das Geschäftsmodell einer wertorientierten Bankarbeit
- Wege aus der Finanzmarktkrise: Ordnungspolitischer Vorrang für die Finanzierung der Realwirtschaft
- Transparenz und Wertekommunikation statt ruinöser Konditionswettbewerb – Das Vertriebskonzept der GLS Bank

Thomas Jorberg, Sprecher des Vorstandes, GLS Bank



Dr. Achim Kassow



Reinhard Klein



Thomas Jorberg

Kunden, Qualität und Konditionen

12.15–12.45

Zukunft der Bankmarken: Erfolgsmodelle nach der Krise

- Was kommt nach der Krise? Vier mögliche Zukunftsszenarien und welche Spielregeln für Banken darin gelten
- Was sich bei Bankmarken und ihrer Führung ändern muss, um wirklich jenseits von Zinsen und Konditionen begehrt zu werden
- Was Sie von easyCredit, quirin bank, bank now und dem Privat Banking der Credit Suisse lernen können
- 10 konkrete Tipps wie Sie kurzfristig und wirksam Ihre Marke für mehr Verkaufserfolg nutzen können

Achim Feige, Executive Brand Consultant, Brand:Trust

12.45–13.15

Diskussion

13.15–14.30

Gemeinsames Mittagessen

14.30–15.15

Giropreis-Strategie – Mehr als eine Konditionenfrage

- Das Marktumfeld aus Sicht der Sparkassen
- Qualitätsstrategie vs. Preiswettbewerb
- Kundenwert als Basis für Preisgestaltung
- Umsetzungsbeispiel einer Groß-Sparkasse

Hans-Josef Schmitz, Geschäftsführer, Sparkassen-Institut für Marketing & Kundenbindung

15.15–16.00

Vertriebssteuerungsansätze im Privatkunden-Geschäft mit Fokus auf eine wertorientierte Risikosteuerung

- Vertriebssteuerung als ganzheitliches Modell; strategischer Rahmen, organisatorisches Konzept und Umsetzungselemente
- Praxisbericht: Vertriebssteuerung und Risikomanagement – Der Weg zum ganzheitlichen Modell

Irina Ringel, Head of Risk- & -Capital Analysis/Reporting, SEB

Jano Koslowski, Director, Deloitte Consulting

16.00

Abschluss-Diskussion

16.15 Ende der 14. Handelsblatt Jahrestagung



Hans-Josef Schmitz



Irina Ringel



Jano Koslowski



Achim Feige

Sponsoring und Ausstellung

Der Förderer



- Spezialisiert auf die Beratung von Banken und Versicherungen
- Konzentration auf Beratungsthemen mit hoher strategischer Bedeutung für das Top-Management
 - Unternehmensstrategie
 - Vertriebsmanagement
 - Effizienzsteigerungsprogramme
 - Organisationsentwicklung
 - Controlling
 - Pre und Post Merger Support
 - Restrukturierung
- Erstklassige Referenzen von bedeutenden Banken und Versicherungen
- Hohe Seniorität der in unseren Projekten eingesetzten Berater
- Höchste Qualitätsansprüche an unsere Mitarbeiter
- Permanente Weiterentwicklung unseres Methoden- und Branchen-Know-hows

INNOVALUE MANAGEMENT PARTNER GMBH

Heimhuder Straße 69
20148 Hamburg
www.innovalue.de

Ansprechpartner: Kai-Christian Claus
Telefon: 040 . 41 30 36 – 0
Telefax: 040 . 41 30 36 – 79
E-Mail: claus@innovalue.de

Als Aussteller hat bereits zugesagt

Deloitte.

Deloitte ist eine der führenden Prüfungs- und Beratungsgesellschaften in Deutschland. Das breite Leistungsspektrum umfasst Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance-Beratung. Unter der Financial Services Industry (FSI) bündelt Deloitte das banken- und finanzdienstleistungsspezifische Know-how. Spezialisierte Mitarbeiter gewährleisten nicht nur umfassendes Verständnis des Finanzdienstleistungssektors, sondern ebenfalls herausragende Kenntnisse der aufsichtsrechtlichen Rahmenbedingungen.

Deloitte Consulting GmbH

Schwannstraße 6
40467 Düsseldorf
www.deloitte.com/de

Ansprechpartner: Jano Koslowski
Telefon: 02 11 . 87 72 – 31 27
Telefax: 02 11 . 87 72 11 – 31 27
E-Mail: jkoslowski@deloitte.de

Sponsoring und Ausstellungen

Im Rahmen der Veranstaltung besteht die Möglichkeit, dem exklusiven Teilnehmerkreis Ihr Unternehmen und Ihre Produkte oder Dienstleistungen zu präsentieren. Ihre Fragen zu Sponsoring- und Ausstellungsmöglichkeiten sowie zur Zielgruppe beantwortet Ihnen gerne:



Viola Voss (Sales-Managerin)

EUROFORUM

Telefon: 02 11 . 96 86 – 37 28

Telefax: 02 11 . 96 86 – 47 28

E-Mail: viola.voss@informa.com

[Kenn-Nummer]

14. Handelsblatt Jahrestagung

Privatkundengeschäft.

Die Renaissance des Retail Bankings
Strategien – Produkte – Konditionen

10. und 11. März 2009, Hyatt Regency Mainz

So melden Sie sich an:

telefonisch +49 (0)2 11.96 86-34 37 [Sonja Marek]
Zentrale +49 (0)2 11.96 86-30 00
per Telefax +49 (0)2 11.96 86-40 40
E-Mail anmeldhb@euroforum.com
schriftlich EUROFORUM, Informa Deutschland SE
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

Termin und Ort **10. und 11. März 2009**
Hyatt Regency Mainz
Malakoff-Terrasse 1, 55116 Mainz
Telefon: +49 (0)61 31.731-234

Tagungshotel.

Großzügige und moderne Architektur sowie der Rheinblick kennzeichnen das elegante Geschäfts- und Konferenzhotel mit seinen 268 Zimmern und Suiten und acht Tagungsräumen. Die kulinarischen Wünsche werden im Restaurant „Bellepepper“ mit seiner offenen Showküche sowie in der M-Lounge und der Sommerterrasse erfüllt. Am Abend des ersten Veranstaltungstages 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 EUROFORUM, einen Geschäftsbereich der Informa Deutschland SE, beauftragt.

www.handelsblatt.com/privatkundengeschaeft

Teilnahmebedingungen.

Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken beträgt € 1.999,- zzgl. MwSt. pro Person und 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.

Das Handelsblatt und EUROFORUM, ein Geschäftsbereich der Informa 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 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 Informa Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

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.**

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

Oliver Wichert (Fachgruppenleiter Banken/Versicherungen)

Sonja Marek (Konferenz-Koordinatorin)

Telefon: +49 (0)2 11.96 86-34 37

- Ja**, ich nehme/wir nehmen teil am 10. und 11. März 2009 in Mainz zum Preis von € 1.999,- zzgl. MwSt. p.P. [P1200216M012]
- Ich möchte als Dankeschön für meine Teilnahme **das Handelsblatt kostenlos für zwei Monate erhalten.**
- Ich kann nicht teilnehmen und bestelle die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt. [P1200216M700] [lieferbar etwa 2 Wochen nach der Veranstaltung]
- Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten.**
- Bitte korrigieren Sie meine Adresse wie angegeben. Wir nehmen Ihre **Adressänderung** auch gerne telefonisch auf: +49(0)2 11.96 86-33 33

Name (1)
Position
Abteilung
E-Mail

Die Informa Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich und Konzernunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:

Zusendung **per E-Mail:** Ja Nein **per Fax:** Ja Nein

Name (2)
Position
Abteilung
E-Mail

Die Informa Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich und Konzernunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:

Zusendung **per E-Mail:** Ja Nein **per Fax:** Ja Nein

Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift

Telefon Telefax

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort

- bis 20 21-50 51-100 101-250
 251-500 501-1000 1001-5000 über 5000

Rechnung an

Name
Abteilung
Anschrift

Datum Unterschrift

Bitte per Telefax an Sonja Marek: +49(0)2 11.96 86-40 40