



Wenn aus Ihren
Ideen Pläne werden.



FINANCE Think Tank Corporate Banking & Finance Roundtable Firmenkundenbetreuer

Kundengespräche in Corona-Zeiten – ein Erfahrungsbericht

Robert Janz - OLB
Frankfurt, 27.08.2020



„Ich habe keine Angst vor dem
Coronavirus, ich vertraue da einfach
unserem Gesundheitsminister.
Er ist ja schließlich gelernter
Bankkaufmann.“



1

Corona ändert die Kommunikation



2

Unterschiedliche Erwartungen seitens Kunde und Bank



3

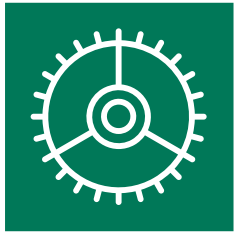
Der Firmenkundenbetreuer in schwieriger Mission



4

Quo vadis, Firmenkundenbetreuer?

Herausforderungen mit Auftreten der COVID-19 Pandemie



WECHSEL INS HOME OFFICE

- Neues Arbeitsumfeld und Vereinbarkeit von Beruf und Familie



KEINE PERSÖNLICHEN TREFFEN UND DIENSTREISEN

- Wesentliches Stilmittel zur Etablierung einer Kundenbeziehung fällt weg



NUTZUNG NEUER MEDIEN

- Plötzliche Notwendigkeit, neben den etablierten Kommunikationskanälen neue Dienste zu verwenden



TECHNISCHE INFRASTRUKTUR

- IT-Ausstattung der Banken oftmals nicht hinreichend vorbereitet - Integration läuft teilweise immer noch



RELEVANZ KOMMUNIKATIVER SKILLS STEIGT UND HOHER GRAD AN SELBSTORGANISATION IST NOTWENDIG

Der Firmenkundenbetreuer im derzeitigen „Spannungsfeld“ Kunde und Bank

KUNDEN ERWARTEN VON IHRER BANK

- Honorierung langjähriger Kundenbeziehungen
- Vertrauen - Bereitstellung von bestehenden und neuen Finanzierungsmitteln
- Flexibilität
- Unbürokratisches Handeln
- Umfassende Beratung zu Fördermitteln

ANFORDERUNGEN AN DEN BETREUER

- Enge Kommunikation mit allen Kunden
- Preisdisziplin
- Proaktives Risikomanagement / EWB-Vermeidung
- RWA-Optimierung
- Ressourcen-Management
- Neukundengewinnung?



EIN STÜCK „RAUS AUS DER VERTRIEBS-DNA - HIN ZUM RISIKOMANAGER“

BANK ERWARTET VON DEN KUNDEN

- Offene und umfassende Kommunikation
- Zeitnahe und professionell aufbereitete Informationen (bspw. inkl. Szenario-Rechnung)
- „Wir stehen zu unseren Kunden, aber“

„Anders als die Warenkreditversicherer, die extrem nervös und restriktiv reagierten, haben sich unsere Hausbanken sehr partnerschaftlich und vorbildlich verhalten.“

„Trotz angespannter Lage auch im Bankenmarkt waren die Banken zur Stelle, als wir im März plus 200 Mio. EUR zu stemmen hatten und wegen Lageraufstockung schnell Liquidität benötigten. Die Form der Kommunikation war - bedingt durch die räumliche Entfernung zu den Banken - schon immer wesentlich durch Telefonate und E-Mails geprägt und hat sich durch Corona damit nicht wesentlich verändert. Die Gespräche waren geprägt von ehrlichem Interesse zum privaten und beruflichen Umgang mit Corona sowie einer bemerkenswerten Unterstützungsbereitschaft und Entscheidungsfreude.“

„Während der außergewöhnlichen Zeit stehen wir mit unseren Partnern transparent im Austausch.“

„Offenheit ist sowohl in guten, wie auch in schlechten Zeiten die Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit zwischen Unternehmen und Bank.“

„Die Kommunikation mit den Banken und unserem Konzern hat sich weitgehend auf das wesentliche Geschäft konzentriert, dies dadurch bedingt, dass wir kontinuierlich über den Coronastand informiert haben und die Institute erkannt haben, dass die möglichen Einschränkungen durch das Virus in unserem Geschäftsmodell deutlich geringer sind als beispielsweise im Einzelhandel.“

„Wie immer – wir stellen keine Veränderungen fest.“

*„Zur Beschreibung der Bankenkommunikation während der Corona-Zeit reicht eigentlich ein Wort: **Schwierig**. Hintergrund ist eine schon vor dieser Zeit verbreitete Skepsis zur Zukunftsfähigkeit der deutschen Stahlindustrie (die wir allerdings nur begrenzt nachvollziehen können). Dazu kommen die bekannten Regularien (EK), denen Banken unterworfen sind, die gemeinsam mit der allgemeinen Unsicherheit selbst relativ keinen Engagements große Hürden gegenüberstellen.“*

„Es werden keine zusätzlichen Informationen angefragt, im Einzelfall wird nach langfristiger Liquiditätsplanung gefragt (so früher bisher nicht). Klares Statement der Hauptbanken, dass sie zu uns stehen. Ein Kreditversicherer hat ohne erkennbare Motivation die Avallinien kürzen und gleichzeitig die Konditionen verschlechtern wollen.“

Vielfältige Herausforderungen – auf die richtige Balance kommt es an



Übereinbringen unterschiedlicher Erwartungshaltungen

- Persönlicher Kontakt fehlt, um schwierige Botschaften zu vermitteln

Unsicherheit hinsichtlich Risikobereitschaft der Banken

- Auswirkungen der Pandemie noch nicht absehbar (Insolvenzen / Neugeschäftsstopp)

Rahmenbedingungen des Kundenbedarfs und Bankanspruchs in Bewegung

- Neue Erkenntnisse auf beiden Seiten führen zu veränderten Parametern

Schwierige und ungewohnte Preisverhandlungen

- Margendruck im Wettbewerb anhaltend hoch bei steigenden Rentabilitätsanforderungen

Verantwortung der Banken für ihre Firmenkundenbetreuer

- Art der Zielvereinbarung noch zeitgemäß? Anpassungen des Rüstzeugs (Skill-Set und technische Infrastruktur)

Mitarbeiterkommunikation

- Findet ein tatsächlicher Austausch von Informationen statt?

Welche Kompetenzen zeichnen den Firmenkundenbetreuer gerade in Corona-Zeiten aus?

1

Langjährige Berufserfahrung

2

Guter Zugang zum Top Management

3

Intaktes internes Netzwerk und Umsetzungsvermögen im eigenen Haus / Standing

4

Ruhe & Gelassenheit

5

Fachliche Qualifikation

6

Klarheit, Integrität und Konsequenz wichtiger denn je – kein Rumeiern



7

Fähigkeit, Ressourcen- und Zeitengpässe zu managen

>

IN CORONA-ZEITEN IST DER FKB MEHR DENN JE DAS ENTSCHIEDENDE BINDEGLIED ZWISCHEN KUNDE UND BANK. ER LEGT MIT SEINEM HANDELN HEUTE DIE BASIS FÜR DIE QUALITÄT DER ZUSAMMENARBEIT MIT SEINEN KUNDEN IN DER POST-CORONA-ZEIT, POSITIV WIE NEGATIV. SEINE ROLLE SEHE ICH GRUNDSÄTZLICH GESTÄRKT – AUCH WENN ES SICH AKTUELL MANCHMAL NICHT SO ANFÜHLT.

Meine Sicht auf die weitere Entwicklung



Fragen

- Wohin entwickelt sich die Rolle des Firmenkundenbetreuers?
- Verändert die COVID-19 Pandemie nachhaltig das Aufgaben- und Verantwortungsgebiet?
- Welche Rolle spielt in diesem Zusammenhang die zunehmende bzw. beschleunigte Digitalisierung auf Kundenseite?



Antworten

- Profan: In jeder Krise liegt ein Chance
- Gute Banken mit guten Leuten können jetzt gute Kunden gewinnen
- Firmenkundenbetreuer können beweisen, ob sie in der Krise „ihren Job“ machen (lösungsorientierte Teamarbeit)



Auf welche Eigenschaften des Betreuers schaue ich

- Geerdet, aber dennoch selbstbewusst
- Reflektiert und kompromissbereit
- Ausgeprägte risiko-analytische Fähigkeiten
- Wahrung der Preisdisziplin und Verhandlungsgeschick
- Konsequentes Handeln



UND AM ENDE DER KRISE SOLLTE DER FKB SEINE POSITION IM FIRMENKUNDENGESCHÄFT DER BANK GESTÄRKT HABEN - **GOOD LUCK !**



ZUM GUTEN SCHLUSS:

„Gestern kamen zwei Leute mit Mundschutz in die Bank. Gott sei Dank war das nur ein Überfall und wir haben uns alle schnell beruhigt.“

Sprechen Sie mich gerne an



Robert Janz

Leiter Corporate Banking
Nordrhein-Westfalen
Oldenburgische Landesbank AG

Königsallee 106
40215 Düsseldorf
www.olb.de

+49 171 2249592

+49 211 13075-39

robert.janz@olb.de