

00:00:03:13 - 00:00:13:18

Zukunft Regionalbank: Experten, Einblicke, Lösungen. Der Regionalbanken Podcast von Simon-Kucher mit Steffen Ullitzka.

00:00:13:20 - 00:00:34:05

Steffen Ullitzka

Im Wertpapiergeschäft werden die Karten neu gemischt. Das Altersvorsorgedepot wirft seine Schatten voraus. Gleichzeitig bringen die Verbundpartner sowohl im blauen als auch im roten Lager neue Lösungen an den Start, um auf die veränderten Kundenbedürfnisse zu reagieren. Wie es im Wertpapiergeschäft bei Regionalbanken weitergeht? Dazu spreche ich heute mit meinem Kollegen Felix Meyer. Felix, magst du dich kurz vorstellen?

00:00:34:05 - 00:01:00:12

Felix Meyer

Ja, lieber Steffen, herzlichen Dank. Herzlichen Dank vorab noch mal für die Einladung zum heutigen Podcast. Ich freue mich natürlich auf die Zeit mit Dir und natürlich auch mit unseren Zuhörern. Vielleicht vorab zu meiner Person Felix Meyer, Direktor bei uns im Haus und im schönen Hamburger Büro. Bin aber auch gerne heute bei dir in Köln. Ich habe tatsächlich eine Zeit, eine große Zeit meiner Studienzeit hier in der schönen Stadt verbracht.

00:01:00:14 - 00:01:25:01

Felix Meyer

Inhaltlich operativ tatsächlich verantwortlich für den ganzen Bereich Wertpapiergeschäft. Das geht über Fragen von „Wie soll ich mich strategisch überhaupt neu aufstellen?“ bis hin zu „Wie soll die zukünftige Preis und Produktlandschaft aussehen?“ Aber natürlich, du hast es angesprochen, auch das Thema Altersvorsorgedepot. Also wie strukturiere ich mich dort, kann ich jetzt schon was machen, obwohl eigentlich noch kein konkretes Produkt da ist.

00:01:25:02 - 00:01:31:08

Felix Meyer

Und da freue ich mich entsprechend, genau bei diesen Themen die Fragen zu beantworten.

00:01:31:11 - 00:01:43:19

Steffen Ullitzka

Sehr schön. Fangen wir vielleicht mal mit einem Thema an und zwar habt ihr ja vor nicht allzu langer Zeit auch eine Studie gemacht zum Wertpapiergeschäft und mal analysiert, wie Kunden da auch ticken bzw wie der Markt an der Stelle tickt. Magst du da vielleicht ein paar Erkenntnisse von Teilen?

00:01:43:21 - 00:02:04:16

Felix Meyer

Natürlich sehr gerne. Vielleicht fange ich mit einer ganz wichtigen Erkenntnis an und die wird jetzt für unsere Zuhörer wenig überraschend sein, aber ganz elementar. Wir haben gesehen, eine One-Size-Fits-All Lösung funktioniert nicht mehr. Es trifft einfach nicht mehr die Kundenbedürfnisse. Und warum hebe ich das hervor an der Stelle? Ich werde gleich auch noch in das eine oder andere Detail gerne eingehen.

00:02:04:18 - 00:02:29:23

Felix Meyer

Wir sehen immer noch viele Regionalbanken tatsächlich mit genau dieser Lösung. Das heißt, wir schießen eigentlich mit einem Angebot an Kunden vorbei. Wenn ich mich wirklich nicht differenziert aufstelle und das ist einfach eine Kernbotschaft, die wir, glaube ich, hier auch gut senden sollten. Wenn ich dann noch mal auf die Details tatsächlich eingehe, hat unsere Studie gezeigt, dass wir vier große Kundentypen haben.

00:02:30:00 - 00:03:00:00

Felix Meyer

Würde da jetzt in die Methodik nicht tief eintauchen, aber haben dort über eine Clusteranalyse gearbeitet und sehen natürlich das, was medial an der Stelle auch sehr groß gemacht wird, also diesen typischen Selbstentscheiderkunden. Da ist nur wichtig diesen Selbstentscheiderkunden, den sollte man auch noch mal in zwei unterschiedliche Gruppen so ein bisschen segmentieren. Also einmal die Kunden, die

wirklich eine digitale, sage ich mal Buy-and-Hold-Strategie verfolgen und die Kunden, die wirklich selbst Entscheider sind und auch traden.

00:03:00:02 - 00:03:16:03

Felix Meyer

Das sind die zwei Segmente der Selbstentscheider, die wir gesehen haben. Dann haben wir in den beratungsbedürftigen Filialkunden, den es immer noch gibt und man lässt sich da häufig auch so ein bisschen treiben, glaube ich, von der medialen Welt zu sagen, es gibt nur noch diesen Selbstentscheider. Nein, da muss man sich, glaube ich, ein bisschen von lösen.

00:03:16:05 - 00:03:46:20

Felix Meyer

Und diese Modelle haben entsprechend auch noch ihre Berechtigung für einen beratungsbedürftigen Filialkunden. Und das dürfen wir einfach, glaube ich, an der Stelle nicht vergessen. Wohingegen es dann auch natürlich die Kunden gibt, die sehr affin für Strategien sind. Also an der Stelle wirklich tief eintauchen. Das Thema Pauschalpreis Modelle auch wertschätzen, auch die Beratung dort wertschätzen. Auch da sehen wir natürlich dann, ja diese Modelle gibt es natürlich, da gehen wir sicherlich im Verlauf unseres Gesprächs auch noch drauf ein.

00:03:46:21 - 00:04:12:24

Felix Meyer

Aber möchte ich das als Bank anbieten? Wichtig ist nur, da eine bewusste Entscheidung zu treffen. Als Bank möchte ich mit diesem Kundenbedürfnis, was wir im Markt sehen, möchte ich dort ein passendes Angebot gestalten oder nicht? Und zu guter Letzt haben wir dann noch natürlich auch irgendwo die Kunden, die selber nicht im Driverseat sitzen wollen, also die am sage ich mal Wertpapiermarkt partizipieren wollen, aber die Verantwortung nicht tragen wollen.

00:04:13:02 - 00:04:37:01

Felix Meyer

Und da haben wir die klassischen Lösungen, auch der Vermögensverwaltungslösung, aber wir sehen in der Studie wirklich, dass die Kundenbedürfnisse vielfältig sind, dass gerade diese One-Size-Fits-All Lösung nicht mehr funktioniert, nicht mehr zeitgemäß ist und dass ich mir, wenn ich diese Lösung tatsächlich noch anbiete, Gedanken darüber machen sollte „Wie adressiere ich denn wirklich diese Kundenbedürfnisse?“

00:04:37:03 - 00:04:58:19

Steffen Ulitzka

Wenn ich mir das jetzt angucke, was die Banken tatsächlich bieten, wenn ich dich richtig interpretiere, heißt das also, dass quasi ich sage mal, ein Missverhältnis oder ein Mismatch vorliegt zwischen dem, was eine Bank typischerweise anbietet und das, was die Kunden tatsächlich haben wollen. Wir sehen natürlich auch über die letzten Jahre, dass gerade von Verbundsseite bei den verschiedenen Regionalbankengruppen sehr viel investiert wurde, auch in das Thema.

00:04:58:20 - 00:05:21:18

Steffen Ulitzka

Es wurden quasi neue Lösungen in den verschiedenen Bereichen geschaffen, sei es von Vermögensverwaltung, sei es aber auch bei Depotmodellen. Da kommt auch was Neues jeweils, um auch entsprechend auf den Wettbewerb durch letztendlich die Neobroker auch zu reagieren. Jetzt stellt sich natürlich auch wieder die Frage: treffe ich damit die Kundenbedürfnisse bzw auch dann die Frage „Wie schaffe ich es als Bank dann auch zu verhindern, dass da zu viel Komplexität reinkommt?“

00:05:21:23 - 00:05:33:06

Steffen Ulitzka

Wie schätzt du tatsächlich diese Entwicklung in den Verbänden da ein, was da passiert? Wie können Banken damit umgehen? Und tatsächlich auch natürlich die Fragestellung dahinter: Was ist es eigentlich? Vielleicht magst du damit vielleicht anfangen? Was passiert dort gerade?

00:05:33:07 - 00:05:57:13

Felix Meyer

Ja, natürlich, sehr gerne. Vorab muss ich einfach sagen die Verbundpartner bewegen sich dort in genau die richtige Richtung. Es werden einfach Lösungen zur Seite gestellt, weil auch natürlich dieser Trend Kundenstudie, die wir durchgeführt haben, die wird auch natürlich von den Verbundpartnern wahrgenommen und dort ist es für die Regionalbanken einfach elementar, das passende Angebot an der Seite zu haben.

00:05:57:13 - 00:06:21:05

Felix Meyer

Ich greife mal zwei Themen tatsächlich an der Stelle auf. Thema eins wäre, eine Lösung zu schaffen für den reinen digitalen Onlinekunden, also den reinen Kunden, der online entscheidet. Und dort gibt es ja jetzt bei den Sparkassen, die es pilotiert haben, das Thema S-NEO, was genau dieses Thema Trade Republic Onlinekunde adressiert mit einem wettbewerbsfähigen Pricing tatsächlich.

00:06:21:09 - 00:06:49:16

Felix Meyer

Da sprechen wir oft um die 1 € pro Trade und das gleiche passiert ja gleich auch mit dem Projektzuwachs im Lager der Genobanken. Und das muss ich ehrlich sagen genau der richtige Schritt, dort einfach auch ein wettbewerbsfähiges Angebot an die Rampe zu stellen. Auf der anderen Seite sehen wir beispielsweise über die DWP Bank, sage ich mal, neue Modelle, die dort den Sparkassen zur Verfügung gestellt werden.

00:06:49:18 - 00:07:17:03

Felix Meyer

Und wie kann man diese Modelle jetzt einordnen? Ich glaube, auch da, wurde erkannt, dass man den Banken, den Regionalbanken einfach, ich sage mal, wettbewerbsfähige Konditionen an die Rampe stellen muss, damit diese Konditionen auch an den Kunden weitergegeben werden müssen. Und da ist es jetzt tatsächlich so, dass durch eine Leistungseinschränkung, die total sinnvoll ist, also beispielsweise wird der Verwahrplatz oder der Handelsplatz und die Gattung, die verwahrt werden können, etwas eingeschränkt.

00:07:17:03 - 00:07:40:19

Felix Meyer

Aber wir sehen auch in der Kundenstudie, die du vorhin angesprochen hattest, sehen wir auch, dass nicht mehr jeder Kunde die exorbitanten Gattungen benötigt. Und dort ist es so Ich schränke die den Leistungshorizont ein und schaffe dadurch wettbewerbsfähige Konditionen tatsächlich, sodass ich dann auch ein attraktives, wettbewerbsfähige Modell als Regionalbank habe. Was du angesprochen hast ist aber total wichtig.

00:07:40:21 - 00:07:57:16

Felix Meyer

Jetzt gibt es diese Lösung, was ein super Schritt in die richtige Richtung ist. Jetzt stehe ich als Regionalbank dort aber und dort haben wir viele Gespräche zu sagen, jetzt habe ich hier so viele Lösungen, was mache ich denn jetzt überhaupt? Und das ist ganz, ganz wichtig. Und da kann man nur den Impuls an der Stelle senden, tatsächlich zu sagen.

00:07:57:18 - 00:08:22:13

Felix Meyer

Dort ist eine eigene Strategiefindung elementar. Also was will ich denn überhaupt? In welchen dieser vier Kundensegmente möchte ich denn überhaupt konkurrieren? Wo stecke ich Ressourcen rein? Das sind alles Fragen, die kann ich unabhängig von dem Produkt, was dahinter steht, im Vorfeld erst mal für mich als Bank beantworten. Und in meinen Augen muss ich das auch tun, weil nur so schaffe ich wirklich ein strukturiertes Angebot, wie wir sie auf dem Zahlungsverkehr auch sehen.

00:08:22:15 - 00:08:31:05

Felix Meyer

Auch das kann ich im Wertpapierbereich so aufbauen. Klare Botschaft, die Lösungen gibt es, ich muss sie aber strukturiert in meine eigene Strategie bringen.

00:08:31:07 - 00:08:49:00

Steffen Ulitzka

Jetzt sehen wir natürlich da, dass gerade bei diesen Entwicklungen auch ich meine, man merkt, da entwickelt sich so langsam auch eine Bereitschaft, ich sage mal, in den Kunden zu investieren, auch wirklich in Wachstum zu investieren. Jetzt steht man

natürlich da, so ein bisschen auf so einem schwierigen Spagat, weil ganz offen gesagt, bei den Kunden, die man im Moment hat, verdient man ja auch ganz gutes Geld.

00:08:49:03 - 00:09:06:21

Steffen Ullitzka

Also man ist ja schon da mit einer guten Bestandsmonetarisierung auch dabei, sind ja häufig so 60-70 Basispunkte, die man da auch beim Kunden verdient pro Jahr. Jetzt stellt sich natürlich die Frage okay, die klassischen neuen Angebote, die ja auch kommen, zählen ja eher oder rechnen hier eher mit einem niedrigen Ertrag, den ich da mit dem Kunden mache.

00:09:06:22 - 00:09:20:10

Steffen Ullitzka

Wie kriege ich denn diesen Spagat gelöst? Wie schaffe ich das eigentlich, mich dann dort aufzustellen, dass ich da weiterhin mich weiterentwickeln kann? Bzw. wird sich vielleicht auch das Wertpapiergeschäft von seiner Rolle auch verändern? Was ich oder wie ich damit eigentlich dann das Geld verdiene?

00:09:20:14 - 00:09:43:16

Felix Meyer

Ja, absolut. Das ist glaube ich ein Kernaspekt, den du ansprichst. Und da müssen wir vorab sage ich mal uns bewusst machen, wo kommen denn Regionalbanken überhaupt her? Ja, du hast es angesprochen. Wir kommen tatsächlich von einem stabilen Ist-Ertrag und möchten jetzt wieder auf ein Wachstum kommen. Und das ist halt ganz ganz wichtig, aber auch eine gewisse Hürde, die du ansprichst.

00:09:43:22 - 00:10:09:10

Felix Meyer

Also viele Banken, ich möchte nicht sagen, haben Angst davor, aber haben, sehen die Herausforderungen wirklich zu sagen, mein Wertpapiergeschäft läuft doch okay gerade, aber wenn ich das mal auf die nächsten zwei drei Jahre mir anschau, dann ist es schon so, dass ich gerade ein Wachstum im Markt habe. Das Altersvorsorge Depot kommt jetzt

noch und dass ich dort auch ein klares Commitment für mich treffen muss, möchte ich an diesem Wachstum partizipieren?

00:10:09:12 - 00:10:32:18

Felix Meyer

Was dort eine wichtige Botschaft ist, es schließt sich nicht aus stabile Ist-Erträge zu haben, aber trotzdem am Wachstum zu partizipieren. Ja, und wenn wir uns das Ganze anschauen, muss ich aber meine Hausaufgaben machen, glaube ich. Ich muss mir wirklich vorher fundiert überlegen, Was ist denn meine Strategie, Wo möchte ich hin? Wie möchte ich den Wachstumspfad beschreiten?

00:10:32:20 - 00:10:52:10

Felix Meyer

Und an der Stelle ist es ganz wichtig, erst mal eine Wachstumsplattform aus meiner Sicht zu bauen. Eine Wachstumsplattform, wo jeder Kunde sich wiederfindet. Das heißt, ich muss mich klar an den Kundenbedürfnissen orientieren, wenn ich das möchte. Und ja, jetzt sind natürlich auch Banken da, die sagen Lieber Herr Meyer, wie verdiene ich denn jetzt zukünftig mit dem reinen Onlineentscheider der nur ETFs hat noch Geld?

00:10:52:10 - 00:11:14:08

Felix Meyer

Das muss man klar durchdenken. Dort wieder das Stichwort so ein bisschen vom Ende her denken. Also was möchte ich mit dem Kunden machen? Ich habe die Instrumente über beispielsweise ein S-Neo, um diesen Kunden erst mal einzusammeln oder bei der Bank auch zu halten. Dann muss ich mir aber schon einen klaren Plan machen, wenn ich diese Wachstumsplattform habe

00:11:14:09 - 00:11:35:12

Felix Meyer

Und jetzt komme ich zum Zweiten wichtigen Thema: Wie schaffe ich es, diesen Kunden mittel bis langfristig auch in eine Monetarisierung zu bekommen? Und das ist das zweite, ganz wichtige Puzzlestück, das Thema Marktbearbeitung. Ich kann eine sehr

wichtige, gute Wachstumsplattform haben. Wenn ich die Marktbearbeitung nicht durchdacht habe, dann wird das nicht funktionieren, den Kunden in eine Monetarisierung zu bekommen.

00:11:35:13 - 00:12:10:24

Felix Meyer

Und im Worst Case lege ich dort pro Kunde drauf in diesem Depot Modell. Deswegen klarer Impuls, Wachstumsplattform schaffen mit einer fundierten Strategie und dann wirklich in die Marktbearbeitung zu gehen und sich zu überlegen was möchte ich mit den Kunden, wo möchte ich konkurrieren? Und wir sehen ganz viel auch nachgewiesenermaßen in Projekten, wenn ich diese zwei Puzzlestücke miteinander verzahne, vereine, dann ist es durchaus möglich, auch da ich sage mal, die Ist-Bestände zu halten, während ich die Tür zur Welt von Morgen öffne.

00:12:11:03 - 00:12:30:23

Felix Meyer

Also während ich schon, sage ich mal, mich auf den Wachstumspfad begeben und meine Ist-Bestände erhalte. Und das sind in meinen Augen die zwei wichtigen Botschaften, die man dort mitsendet. Wachstumsplattformen schaffen, klare Marktbearbeitung, durchdenken vom Ende her, Wo möchte ich mit meinen Kunden denn überhaupt hin?

00:12:31:02 - 00:12:58:18

Steffen Ulitzka

Jetzt hast du mit dem Punkt Marktbearbeitung und das möchte ich glaube ich noch mal unterstreichen, einen wichtigen Punkt angesprochen, weil tatsächlich zeichnet sich ja daraus ab, dass ich mir überlegen muss, wie sieht quasi eine Upselling-Strategie aus? Es ist nicht mehr so, dass ich einfach nur versuche, einen Kunden überhaupt erst mal ins Wertpapiergeschäft reinzukriegen, sondern auch ihn dort innerhalb des Wertpapiergeschäftes systematisch und das ist der entscheidende Punkt, systematisch auch zu entwickeln und mir zu überlegen, was ist auch das Thema, wo ich dann zum Schluss mit Geld dran verdienen kann.

00:12:58:19 - 00:13:29:22

Steffen Ulitzka

Weil klar, spielt natürlich auch immer beim Thema Geld drin verdienen das Thema Preis-Leistungsverhältnis eine Rolle. Ich muss mir also jetzt überlegen, wie baue ich auch Schritt für Schritt bei dem Kunden mein Leistungsversprechen aus, dass ich dann auch begründen kann, warum ich letztendlich mehr Geld dafür verlange. Das heißt, auch da ist sicherlich dieses Thema einfach wichtig, dass ich mir überlege und da gibt es dann ja, wie gesagt, das Spektrum, du hast es vorhin schon erwähnt, dass ich dann auch vielleicht Pauschalpreismodelle oder ähnliches habe, was ja auch dann genau in diese Richtung geht, dass ich sage okay, ich muss jetzt den Kunden vielleicht mit einem günstigen Angebot erst mal einfangen und da zählt vielleicht auch, kommen wir gleich

00:13:29:22 - 00:14:00:12

Steffen Ulitzka

noch mal drauf, das Altersvorsorge Depot dazu, was ich vielleicht als Notwendigkeit erstmal brauche, um den Kunden überhaupt erst mal mitzunehmen. Dann brauche ich aber einen klaren Plan. Was sage ich denn dem Kunden, warum der jetzt noch mal andere Lösungen haben sollte, welchen Mehrwert die dann stiften? Und für den Mehrwert, den ich stifte, kann ich wiederum Geld verlangen. Also das ist dieses Wechselspiel, das muss einem, glaube ich, klar sein, weil ganz offen gesagt, ich sage mal, so viele Banken gerade in dem Thema scheitern salopp gesagt am 3:00 Nachts-est, weil wenn man nicht 3:00 nachts Mitarbeiter anruft, warum sollte denn jetzt der Kunde das Wertpapiergeschäft bei mir machen?

00:14:00:13 - 00:14:18:01

Steffen Ulitzka

Dann fängt häufig das große Stammeln an und dann kommt nicht die passende Antwort. Ich glaube, da muss man sich einfach wirklich überlegen, was ist denn auch in Zukunft noch der wirkliche Mehrwert, den man tatsächlich stiftet? Wo hilft man denn dem Kunden mit dabei? Welche Perspektiven bringt man rein den der Kunde nutzen kann, damit eben nicht die Antwort ist, ja ChatGPT hat mir empfohlen

00:14:18:01 - 00:14:27:06

Steffen Ulitzka

mach halt ein MSCI World Sparplan und dann mache ich halt genau das. Von daher deswegen, da ist glaube ich auch wichtig, sich als Bank nochmal zu überlegen, dieser strategische Aspekt, was ist denn meine Leistung, die ich auch da biete?

00:14:27:07 - 00:14:49:04

Felix Meyer

Absolut richtig. Ich würde einfach an unsere Zuhörer noch mal den Impuls senden. Vielleicht sind ja Zuhörer, Zuhörerinnen dabei, die das Thema S-NEO schon eingeführt haben. Fragen Sie sich jetzt in dem Moment selber gegebenenfalls mal S-NEO mit pilotiert, jetzt mit eingeführt? Was ist denn Ihre Strategie, jetzt den Kunden in eine Monetarisierung zu bekommen?

00:14:49:06 - 00:15:09:07

Steffen Ulitzka

Ich glaube, das ist an dem Punkt ein ganz, ganz wichtiger, ganz wichtiger Stellhebel. Jetzt ist natürlich ein weiteres Thema auch die Frage, Wie kriege ich den Kunden jetzt eben genau rein? Überhaupt erst mal ins Wertpapiergeschäft, Wie soll der denn anfangen? Und wir sehen natürlich auch, dass gerade wenn man sich das Wertpapiergeschäft anschaut, wir schlicht und ergreifend eine relativ geringe Durchdringung auch bei Regionalenbanken haben.

00:15:09:10 - 00:15:29:09

Steffen Ulitzka

Das ist mal ein bisschen mehr, mal ein bisschen weniger. Aber gerade wenn ich das mit anderen Produktbereichen vergleiche, Stichwort Girokonto, Marktanteil am Girokonto, Marktanteile im Depot, die sind dann doch häufig sehr unterschiedlich. Wenngleich wir aber sehen, wenn man jetzt mal die Kunden befragt, wie viele Kunden denn entweder schon Wertpapiergeschäft haben oder offen dafür sind, dass die Quote da deutlich deutlich höher ist.

00:15:29:13 - 00:15:41:03

Steffen Ulitzka

Jetzt ist natürlich die Frage, Wie schaffe ich es denn auch, vielleicht genau das Konto als Plattform zu nutzen, um den Kunden ins Wertpapiergeschäft reinzukriegen? Bzw geht das überhaupt? Was wäre da deine Perspektive drauf?

00:15:41:04 - 00:16:01:07

Felix Meyer

Ja, das ist ein super Punkt Steffen ,tatsächlich. Also wir müssen ja sagen, dass wir als Regionalbanken tatsächlich die Pull-Position so ein bisschen im Kontobereich auch haben. Und da ist eine Verzahnung natürlich total sinnvoll. Ich glaube, dieses Thema, wenn wir uns mal in die Kundenperspektive versetzen, ist immer noch alles aus einer Hand, hat schon einen Wert, tatsächlich immer noch für den Kunden.

00:16:01:13 - 00:16:26:24

Felix Meyer

Also wenn ich jetzt beispielsweise das Depotmodell und das Konto an einem Ort habe, dann finde ich das als Kunde, wenn ich jetzt mich in die Kundenperspektive versetze, erst mal positiv. Ich möchte aber klar dazu sagen, dafür müssen die Hausaufgaben gemacht sein. Das heißt, ich sehe das als Kunde nur als positiv an, wenn das Depotmodell in seiner Preisleistungswahrnehmung vergleichbar ist mit einem anderen Modell eines anderen Wettbewerbers.

00:16:27:03 - 00:16:47:09

Felix Meyer

Das heißt, ich glaube, dieses Thema alles aus einer Hand Verzahnung wird nicht funktionieren, wenn ich immer noch mit einem Depotmodell arbeite, was aus der Zeit raus ist. Nichtsdestotrotz, wenn ich meine Hausaufgaben gemacht habe, also wenn ich ein wettbewerbsfähiges Depotmodell habe, dann wird am Ende der Kunde sich dafür entscheiden, bei einer Verzahnung alles aus einer Hand zu nehmen.

00:16:47:09 - 00:17:03:07

Felix Meyer

Und deswegen, strategisch halte ich dieses Thema für extrem wertvoll, extrem sinnvoll. Ich möchte aber dazu sagen dafür müssen die Hausaufgaben gemacht sein. Was meine

ich damit? Hausaufgaben, wie gesagt, im Sinne von es muss ein innovatives, attraktives Depotmodell Angebot geben.

00:17:03:09 - 00:17:22:01

Steffen Ullitzka

Das kann ich nur unterschreiben. Und ich glaube, wir werden auch in Zukunft sehen, dass diese Bereiche immer mehr miteinander verwachsen und zusammengehen. Also ich will jetzt nicht sozusagen zu sehr auf die Neospiele abstellen, aber wir haben ja auch von nicht allzu langer Zeit eine große Neobanken Studie gemacht und analysiert, was da eigentlich passiert. Da sieht man zum Beispiel, dass dort gerade immer mehr auch dieser Punkt kommt,

00:17:22:01 - 00:17:45:05

Steffen Ullitzka

ich baue letztendlich für den Kunden, ich sage mal Leistungsbündel, die Themen wie Konto, wie Wertpapiergeschäft, wie Passivzinsen, wie Dispo werden letztendlich alles in ein großes Paket geschnürt mit natürlich für den Kunden den Vorteil das es relativ komfortabel ist und ich gleichzeitig auch das, klassische Thema des Pricings, ich nutze quasi Bündeleffekte, nutze unterschiedliche Zahlungsbereitschaft, mach zum Schluss ein gutes Gesamtpaket daraus.

00:17:45:06 - 00:18:03:16

Steffen Ullitzka

Ich glaube, das ist auch ein Trend, wo Regionalbanken sich ein bisschen davon verabschieden müssen, immer zu sehr in Silos zu denken und zu sagen ich habe das Silo-Girokonto, ich habe das Silo-Wertpapiergeschäft und das wirklich den Kunden an sich ins Zentrum zu stellen und zu sagen den möchte ich jetzt ganzheitlich bedienen. Und wenn ich das noch mit monetären Anreizen verbinde, desto besser.

00:18:03:20 - 00:18:12:19

Steffen Ullitzka

Das sieht man auch im Telekommunikationsmarkt, auch da, wenn ich dann das eine Produkt habe, dann ist es viel günstiger für mich, das andere zu wählen. Und das sind, glaube ich so Effekte, wo es sich schon entwickeln wird.

00:18:13:00 - 00:18:34:05

Felix Meyer

Wenn ich da noch einmal darauf eingehen kann. Da hast du total recht, Steffen. Und zwar sehen wir das als Impuls noch einmal auch dieses Thema. Ich schaffe ein Angebot für den reinen Digitalkunden. Möchte ich ein gut verzinstes Einlagenprodukt daneben stellen? Also ist es wirklich nur das Depotgeschäft? Das geht ja genau in die Richtung, die du angesprochen hast.

00:18:34:05 - 00:18:58:23

Felix Meyer

Und wir haben auch da eine Studie jetzt in diesem Jahr durchgeführt, was denn die Hauptgründe tatsächlich auch sind, warum ein Kunde Kunde bei der Republik ist. Und gar nicht mal so überraschenderweise kam dort raus, dass bei 41 % das Hauptmotiv tatsächlich auch die Einlagenverzinsung ist. Das zeigt uns einfach, ich brauche neben einem Super-, sage ich mal, Wertpapierangebot aber auch noch dieses Thema Einlagen.

00:18:59:00 - 00:19:11:15

Felix Meyer

Und das geht ja genau auf das Thema ein, was du angesprochen hast. Nicht in Silos zu denken, sondern ich muss es verzahnt sehen und der Kunde möchte es aktuell auch verzahnt dann sehen, wenn die Angebote dann auch passend sind.

00:19:11:17 - 00:19:31:11

Steffen Ulitzka

Sehr schön. Werfen wir noch mal so ein klein bisschen den Blick nach vorne. Ich habe ja ganz am Anfang mal gesagt, das Altersvorsorgedepot wirft seine Schatten voraus. Und ich glaube, man darf nicht unterschätzen, wie groß die Wirkung da durchaus sein werden, weil wir sind ja international auch unterwegs als Firma, kennen also

verschiedenste Länder, wo vielleicht auch Sachen schon ein bisschen weiter sind als in Deutschland.

00:19:31:11 - 00:19:55:18

Steffen Ullitzka

Und wenn man da den Blick nach Schweden wirft, da ist ja dieses Thema Vorsorge in dem Kontext oder das Modell, wie es jetzt ja auch in Deutschland kommen wird, durchaus schon deutlich länger am Start. Und da sieht man einfach, dass auch die Durchdringung der Menschen, die tatsächlich Wertpapiere halten, genau aus dem Grund viel, viel größer ist, viel stärker das Ganze durchdrungen ist und man halt einfach auch damit natürlich merkt, dass es für die Menschen viel natürlicher ist, dieses Thema zu haben.

00:19:55:19 - 00:20:16:16

Steffen Ullitzka

Und wenn wir jetzt natürlich in Deutschland und da spielt sicherlich mit rein, dass der Staat auch gerade wenn es eine staatliche Lösung dafür gibt, einen Kunden oder den Menschen insgesamt eine gewisse Sicherheit gibt, das Thema dann auch mal anzunehmen, dass das dem Ganzen schon mal einen sehr großen Boost geben kann. Umso wichtiger dann natürlich auch Wie schaffe ich es denn als Regionalbank, dass ich auch meinen Teil des Kuchens ab kriege und nicht auf einmal

00:20:16:17 - 00:20:21:20

Steffen Ullitzka

so nach dem Motto die Schnellen fressen die Langsamen der wenn er zum Schluss in die Röhre schaut, weil ich zu spät reagiert habe.

00:20:21:21 - 00:20:45:16

Felix Meyer

Ja, ich würde das Thema tatsächlich mal recht platt beschreiben als Brandbeschleuniger. Brandbeschleuniger für sowohl Chancen als auch Herausforderungen. Was meine ich damit? Du hast zwei wichtige Aspekte angesprochen. Ich versetze mich auch hier wieder in die Kundenlage. Und als sage ich

mal Kunde oder Betroffener, muss ich das Thema überhaupt verstehen. Jetzt kommt was Neues. Was ist das überhaupt?

00:20:45:16 - 00:21:08:19

Felix Meyer

Welche Angebote gibt es? Aber es gibt mir auch eine gewisse Sicherheit, weil, wenn der Staat in seiner, sage ich mal, Reform der Altersvorsorge so ein Thema mit aufmacht, dann wird dieses Thema für viele Menschen einfach deutlich greifbarer und mit deutlich mehr Sicherheit versehen werden. Das heißt, auch ich stoße natürlich auf fruchtbaren Boden irgendwo bei den Kunden. Was meinte ich mit Chancen und Herausforderungen?

00:21:08:19 - 00:21:38:12

Felix Meyer

Die große Chance ist natürlich, dass ich darüber wachsen kann, genau diese Kunden anzusprechen, zu wachsen. Die Herausforderung ist aber auch, es wird sicherlich ein Angebot mit, wie du angesprochen hast, ungefähr null fünf vielleicht geben. Und als Regionalbank habe ich natürlich auch gewisse Riester-Bestände als Beispiel. Da muss ich auch gucken passgenau welche Kundengruppen möchte ich fencen so ein bisschen, wo möchte ich auch mein Ist-Bestand halten und in welchen Kundengruppen möchte ich wachsen.

00:21:38:13 - 00:21:59:13

Felix Meyer

An der Stelle ein ganz wichtiger Punkt, du hattest genannt, wir sind klar auf dem Standpunkt die Schnellen werden die Langsam fressen. Und da will ich den Impuls auch an unsere Zuhörerinnen und Zuhörer noch mal geben, zu sagen, wir sprechen viele Banken darüber, ja, aber das Produkt ist ja noch nicht final raus. Wir warten jetzt noch. Aber schauen Sie sich da einfach noch mal im Markt um.

00:21:59:15 - 00:22:24:14

Felix Meyer

Die Wettbewerber haben Wartelisten als Beispiel, haben Altersvorsorgerechner. Das heißt, diese gesamte Marktbearbeitung wird jetzt schon durchgeführt, wird gemacht.

Und ich sage mal, das Rennen um die Kunden ist schon voll im Gange und da muss man eine bewusste Entscheidung treffen, möchte man daran teilhaben oder nicht? An der Stelle, ich kann nur empfehlen machen sich Gedanken darüber, wie möchten Sie das Thema strategisch bei sich platzieren?

00:22:24:14 - 00:22:28:21

Felix Meyer

Wie möchten Sie es aufbauen? Denn dort steckt ein ganz, ganz großes Potenzial.

00:22:28:23 - 00:22:42:18

Steffen Ulitzka

Jetzt hast du schon auch gerade noch mal wichtige Punkte angesprochen, die für unsere Zuhörerinnen und Zuhörer wichtig sein könnten. Vielleicht um das Ganze noch mal abzubilden und zusammenzufassen, was so aus deiner Sicht die drei wichtigsten Aspekte, die man mitnehmen sollte aus unserem Gespräch.

00:22:42:19 - 00:23:12:24

Felix Meyer

Ja, ich glaube, der wichtigste erste Aspekt ist, haben Sie keine Angst oder keine Sorge davor, dass Sie Ist-Bestände irgendwo opfern oder ins Feuer stellen. Und auch der Gedanke Was passiert denn jetzt mit den Verbundlösungen in 1 bis 2 Jahren? Auch der sollte nicht an erster Stelle stehen. Denn ich glaube, der Kunde, der heute nicht gewonnen oder gegebenenfalls realistischer verloren wird an Neobrokern, der ist viel, viel schwieriger oder kostenintensiver zurückzuholen in zwei bis drei Jahren.

00:23:13:01 - 00:23:31:24

Felix Meyer

Das wäre Punkt eins. Punkt zwei wäre, richten Sie Ihre Produktlandschaft klar an den Kundenbedürfnissen aus. One-Size-Fits-All funktioniert nicht. Und Botschaft drei, im Altersvorsorgedepot steckt ein Riesenpotenzial. Machen Sie sich darüber schon jetzt Gedanken und nicht erst im kommenden Jahr.

00:23:32:00 - 00:23:33:03

Steffen Ulitzka

Felix, vielen Dank für das Gespräch.

00:23:33:04 - 00:23:34:14

Felix Meyer

Sehr gerne. Vielen Dank. Steffen.