

Pressemeldung

Unser Rezept: Direkte Kommunikation.

RaboDirect bittet Finanzjournalisten zu Tisch.

FRANKFURT – 11. Februar 2015. Wenn Banken mit der Presse reden, dann häufig im Rahmen moderierter Pressekonferenzen oder abgestimmter Interviews, die vor Veröffentlichung von den Kommunikationsabteilungen geprüft werden. Wir bei RaboDirect finden: Offene, direkte Kommunikation sollte irgendwie anders sein. Deshalb haben wir eine renommierte Fachjournalistin und einen Finanz-Blogger zum Gespräch mit den Spitzen-Führungskräften von Rabobank und RaboDirect Deutschland in ein Frankfurter Restaurant eingeladen. Anja Kühner, Fachjournalistin des Jahres 2014, und Stefan Erlich, Gründer und Kopf des Verbraucherportals Kritische-Anleger.de, diskutierten gemeinsam mit Mark van Driel, General Manager Rabobank Deutschland, Klaus Vehns, General Manager RaboDirect Deutschland, und Sabine Reinert, verantwortlich für Marketing und PR von RaboDirect Deutschland. Ohne Skript sprachen die drei über die Zukunft der privaten Geldanlage, neue technische Möglichkeiten im Kundendialog und potenzielle Risiken bei der Nutzung von Kundendaten.

Ganz wichtig beim Blick in die Zukunft ist aus der Sicht von Bankkunden die Zinsentwicklung. Oder, wie Anja Kühner ganz direkt fragte: „Warum bietet eine Bank überhaupt noch Tagesgeldsparen an, wenn sie sich ihre Einlagen doch viel günstiger bei der Europäischen Zentralbank beschaffen kann?“ Für die Rabobank komme es nicht infrage, sich nur auf momentan günstiges Zentralbankgeld zu verlassen, erklärte Klaus Vehns. Weiterhin auf die Einlagen privater Sparer zu setzen, sei ein Gebot der Risikodiversifizierung. Und auch wenn die „Kosten“ in Form der gezahlten Zinsen für Sparguthaben vergleichsweise hoch seien, sei es trotzdem möglich, zufriedenstellend zu wirtschaften. Dazu gelte es, auf schlanke Strukturen zu setzen – und keine überzogenen Profitziele zu verfolgen. Steigende Zinsen für Privatanleger erwartet Vehns kurzfristig nicht, zunächst kann sogar ein weiteres leichtes Absinken nicht ausgeschlossen werden.

Ein Thema, das Erlich und Kühner gleichermaßen interessierte, sind die neuen technologischen Möglichkeiten für Banken – zum Beispiel in der Interaktion mit dem Kunden, etwa durch Video-Verifikation anstelle des alt bekannten Post-IDENT-Verfahrens oder ganz allgemein durch eine Finanz-App. RaboDirect hat die neuen Technologien auf dem Schirm, betrachtet sie aber nicht als Selbstzweck. „Wir schauen uns ganz genau an, was es Neues gibt, zum Beispiel auch beim mobilen Banking“, berichtete Vehns. Anbieten werde man aber nur, was wirklich dem Kunden Nutzen bringe und natürlich auch dem Sicherheitsstandard von RaboDirect entspreche. „Ich sehe es kritisch, wenn

Kunden Dienstleistungen mit der Aufgabe Ihres Datenschutzes bezahlen und z.B. mittels einer Finanz-App Dritten zu Vermarktungszwecken Einblick in alle ihre Finanzaktivitäten mit verschiedenen Konten geben. Auch Kunden sollten sich daher vor Nutzung einer Finanz-App bzw. Finanz-Software von Dritt-Anbietern genau ansehen, was mit Ihren Daten passiert.“

Auch über das Thema „Cross-Selling“ wurde bei diesem Mittagessen gesprochen. Für van Driel ist dieses Konzept nur sinnvoll, wenn es um die Kernkompetenz einer Bank geht: nämlich Finanzen. „Wenn eine Bank die Abbuchungen für die Stromrechnung anschaut und dann einen günstigeren Stromanbieter vorschlägt, ist das allerdings etwas merkwürdig. Die Bank ist schließlich kein Experte für Strompreise. Deshalb bleiben wir bei Finanzprodukten – genau wie der Schuster bei seinen Leisten bleibt!“

Egal, wohin die Reise in technologischer Hinsicht in den nächsten Jahren geht: Die Menschen entscheiden schon heute am liebsten alles selbst – auch über ihre Finanzen und Geldanlagen. Gleichzeitig hat die Zahl der Anbieter von Spar- und Finanzprodukten enorm zugenommen. Nicht nur deshalb müssen Bankprodukte so leicht verständlich sein wie möglich. In van Driels Augen gilt das nicht nur für Sparprodukte, wie sie auch RaboDirect anbietet, sondern beispielsweise auch für Anlageprodukte: „Wenn Menschen immer stärker in die Verantwortung genommen werden, sich selbst um ihre Altersvorsorge zu kümmern, dann muss man es ihnen einfach machen, damit es funktioniert!“ Ärgerlich sei es, wenn manche Banken und Berater die Kompliziertheit ganz bewusst schüren, ergänzt Vehns: „Immer noch dient die vermeintliche Kompliziertheit der Materie als Rechtfertigung für hohe Margen im Beratungsgeschäft. Ehrlicher ist es, einfache, transparente Produkte anzubieten, die jederman versteht. So halten wir es auch bei RaboDirect.“

Gleichzeitig, da waren sich alle am Tisch einig, ist es wichtig, den Menschen Basis-Finanzwissen zu vermitteln – und damit kann man gar nicht früh genug anfangen. Genau hier setzt beispielsweise das Projekt *Schulschwein* an, das RaboDirect deutschlandweit unterstützt: „Dabei lernen Schulkinder mit einem Sparschwein, das Fächer für Sparen, Ausgeben, Investieren und gute Taten hat, anschaulich und ganz konkret den Umgang mit Geld“, erklärte Sabine Reinert. „Gerade in Zeiten, in denen Geldverkehr zunehmend virtuell abgewickelt wird, ist das essenziell.“

Fazit des Tischgesprächs zur Mittagszeit: Es war ein spannender Austausch, der viele gute Ideen zum Vorschein gebracht hat, die die Bank verfolgen und daraufhin prüfen wird, ob und wie sie umgesetzt werden können. Fest steht bereits jetzt: RaboDirect wird auch künftig einfache und direkte Finanzkommunikation betreiben und den Kunden beim selbstbestimmten Sparen unterstützen. Außerdem setzt die Bank in den nächsten Jahren auf neue

Technologien und digitale Kommunikationswege – alles mit dem Ziel, in Zeiten des Niedrigzins attraktive und handliche Finanzprodukte für jeden anbieten zu können.

Über RaboDirect Deutschland

RaboDirect Deutschland ist ein Geschäftsbereich der deutschen Zweigniederlassung der Coöperatieve Centrale Raiffeisen-Boerenleenbank B.A., einer holländischen Bankgruppe mit Sitz in Frankfurt am Main.

Das Direktbankgeschäft wurde im Juni 2012 als neuer Geschäftsbereich der Zweigniederlassung Frankfurt errichtet. Im Firmenkundengeschäft ist die deutsche Zweigniederlassung der 1898 als Genossenschaftsbank gegründeten Rabobank Gruppe bereits seit 1984 als Spezialist für Finanzierungen im Agrar- und Nahrungsmittelsektor tätig. Die Rabobank Gruppe ist einer der größten Finanzdienstleister der Niederlande. Inzwischen ist die Bank in 40 Ländern mit über 10 Millionen Kunden und 55.000 Mitarbeitern vertreten und verfügt über Einlagen von mehr als 300 Milliarden Euro (Stand Oktober 2014). Weitere Informationen im Internet unter www.rabodirect.de und unter www.rabobank.com.

Pressekontakt

RaboDirect Deutschland

Pressestelle

Jana Stelz

c/o A&B One Kommunikationsagentur

tel. (069) 920 10 168

fax (01805) 22 32 85

pressestelle@rabodirect.de