

# Erfolgsstrategien im Firmenkundengeschäft

- ▶ Erfolgreiche Ertragsgenerierung – Gehobene Firmenkunden im Fokus
- ▶ Innovative Pricingstrategien
- ▶ Betreuungskonzeptionen und Standardisierungsansätze
- ▶ Zukunftsanalyse von Unternehmen für die Kreditentscheidung
- ▶ Wertorientierte Vertriebssteuerung

## Profitieren Sie von der Erfahrung unserer Referenten:

▶ Jutta Averbek-Schiwon, **Commerzbank** ▶ Alexandra Böhne, **DIHK – Deutscher Industrie- und Handelskammertag** ▶ Dr. Thorsten Freiberger, **Landesbank Berlin** ▶ Alexandra Hasse, **Hamburger Sparkasse** ▶ Thomas Jakoby, **National-Bank** ▶ Dr. Ulrich Kirchhoff, **Helaba Landesbank Hessen-Thüringen** ▶ Dr. Peter Klenk, **Prof. Homburg & Partner** ▶ Georg Lixenfeld, **Kreissparkasse Köln** ▶ Prof. Dr. Bernd Nolte, **4P Consulting** ▶ Andreas Pohle, **TNS Infratest Finanzforschung** ▶ Karl-Heinz Rawert, **Volksbank Paderborn-Höxter-Detmold** ▶ Prof. Dr. Dr. h.c. Clemens Renker, **University of Applied Sciences Zittau/Görlitz** ▶ Dr. Andreas Steininger, **Deutsche Postbank**



## Vorsitz und fachliche Leitung:

Prof. Dr. Diethard B. Simmert,  
ISM – International School of Management

# Das Firmenkundengeschäft unter Margendruck

Es war still geworden um das Geschäft mit Firmenkunden. Als Folge der Finanzkrise besinnen sich jedoch viele Banken in Deutschland wieder stärker auf klassische Geschäftsfelder und positionieren sich in diesem Segment neu. Dieser neu entbrannte Wettbewerb insbesondere um mittelständische Firmenkunden führt – verstärkt durch wirtschaftskrisenbedingt steigende Risikokosten – zu sehr spürbarem Margendruck. Die Ergebnisse im Firmenkundengeschäft werden auf absehbare Zeit erheblich unter Druck bleiben. Vor allem aber sind jetzt Antworten und Optionen gefragt, um unter sich stark verändernden Rahmenbedingungen die Zukunft des Firmenkundengeschäfts erfolgreich zu gestalten.

## Der Mittelstand im Blickpunkt

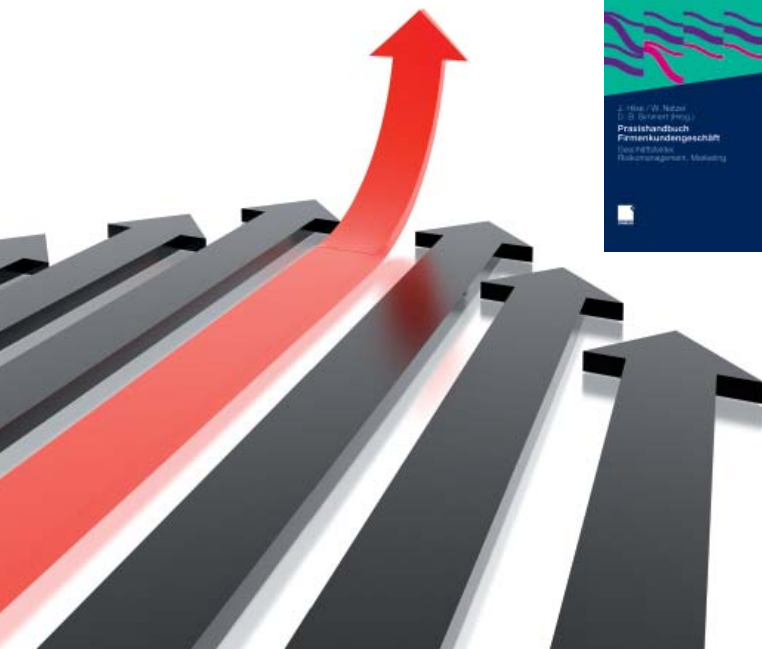
Insbesondere rückt der deutsche Mittelstand wieder ins Zentrum des Interesses, der von allen Seiten stark umworben wird. Diese Marktsituation stellt neue Herausforderungen an die Banken und erfordert innovative Vertriebs- und Finanzierungsstrategien sowie eine Neustrukturierung des Geschäftsfeldes. Die Kreditinstitute befinden sich hierbei im Spannungsfeld zwischen Kostensenkungs- und Rationalisierungsmaßnahmen auf der einen Seite und gestiegenen Ansprüchen und veränderten Bedürfnissen auf der anderen Seite.

**Erhalten Sie auf unserer EUROFORUM-Konferenz neue und innovative Impulse für Ihr Firmenkundengeschäft und bereiten Sie sich auf kommende Herausforderungen vor!**

- ▶ Diskutieren Sie aktuelle Trends im Firmenkundengeschäft und lernen Sie neue Strategien anhand von Praxisbeispielen kennen!
- ▶ Erfahren Sie, wie Sie Ihre Kundengruppen erfolgreich segmentieren und Potenziale erkennen!
- ▶ Nutzen Sie die Erfahrung unserer Referenten und optimieren Sie die Vertriebssteuerung und die Vertriebsprozesse!
- ▶ Lernen Sie, wie Sie ein erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement aufbauen und mit bestehenden Kunden einen Wertzuwachs generieren!
- ▶ Profitieren Sie von der Fachkompetenz unserer Experten und holen Sie sich neue Anregungen für das Firmenkundengeschäft!



Als Teilnehmer erhalten Sie exklusiv das aktuelle „**Praxishandbuch Firmenkundengeschäft**“ von J. Hilse/W. Netzel/D. B. Simmert



Donnerstag, 29. April 2010

9.00–9.30  
Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.30–9.45  
**Begrüßung und Eröffnung der Konferenz durch EUROFORUM und den Vorsitzenden**

Prof. Dr. Diethard B. Simmert,  
ISM – International School of Management

## Finanzierungsstrategien im Firmenkundengeschäft

9.45–10.30  
**Stark für den Aufschwung – Wie steht es um die Mittelstandsfinanzierung?**

- ▶ Konjunktureller Verlauf
- ▶ Entwicklung der Finanzierungsbedingungen für den Mittelstand
- ▶ Problemfelder bei der Mittelstandsfinanzierung
- ▶ Lösungsansätze

Alexandra Böhne, Leiterin des Referats Unternehmensfinanzierung,  
DIHK – Deutscher Industrie- und Handelskammertag e.V.

10.30–11.15  
**Die deutsche Kreditlandschaft aus Sicht einer mittelständischen Bank**

- ▶ Kredit als Ankerprodukt – Vergangenheit oder Zukunft?
- ▶ Kreditklemme – Ein unverstandenes Phänomen
- ▶ Firmenkundengeschäft = Kreditgeschäft

Karl-Heinz Rawert, Mitglied des Vorstandes,  
Volksbank Paderborn-Höxter-Detmold

11.15–11.30 Fragen und Diskussion  
11.30–12.00 Pause mit Kaffee und Tee

## Vertriebsstrategien im Firmenkundengeschäft

12.00–12.45  
**Ertragsquelle Firmenkunden – Gehobene Firmenkunden im Fokus**

- ▶ Marktübersicht
- ▶ Potenzialerkennung
- ▶ Markterschließung

Dr. Ulrich Kirchhoff, Leiter Verbundbank,  
Helaba Landesbank Hessen-Thüringen

12.45–13.30  
**Zukunftsanalyse von Unternehmen – Die Commerzbank geht neue Wege**

- ▶ Parameter der Ratingfindung von Unternehmen
- ▶ Einbeziehung der Zukunftsfähigkeit von Unternehmen in die Kreditentscheidung
- ▶ Kreditentscheidungsstrategien

Jutta Averbek-Schiwon, Bereichsleiterin Vertriebsmanagement,  
Segment Mittelstandsbank, Commerzbank AG

13.30–13.45 Fragen und Diskussion  
13.45–14.45 Gemeinsames Mittagessen

## Erfolgreiches Kundenbeziehungsmanagement

14.45–15.30  
**Beratungsqualität und Kundenbeziehungsmanagement im mittelständischen Firmenkundengeschäft**

- ▶ Innovative Ansätze in der Vertriebssteuerung
- ▶ Qualitätssicherung im Beratungsprozess
- ▶ Umfassende Kundenkommunikation – Partnerschaftliche Ansätze

Georg Lixenfeld, Direktor Vertriebsmanagement Firmenkunden,  
Kreissparkasse Köln

15.30–16.15  
**Mit dem Hausbankprinzip auf Erfolgskurs – Ein Praxisbericht der National-Bank**

- ▶ Nachhaltigkeit und Verlässlichkeit als Erfolgsfaktor in den Kundenbeziehungen
- ▶ Positive Risikowirkung in der Krise

Thomas Jakoby, Geschäftsbereichsleiter Firmenkunden und  
Generalbevollmächtigter, National-Bank AG

16.15–16.30 Fragen und Diskussion  
16.30–17.00 Pause mit Kaffee und Tee

17.00–17.45  
**Vertrieboptimierung im Geschäftskundensegment – Ein Bericht der Deutschen Postbank**

- ▶ Segmentierung und Angebotsdifferenzierung im Konzern
- ▶ Betreuungskonzeption und Standardisierungsansätze
- ▶ Optimierung der Zusammenarbeit zwischen Vertrieb und Betrieb

Dr. Andreas Steininger, Director Business Customers,  
Deutsche Postbank AG

17.45–18.30  
**Innovationen von Geschäftsmodellen im Firmenkundengeschäft – Auf die stimmige Konfiguration kommt es an**

- ▶ Produkt-Markt-Kombination
- ▶ Ertragsmechanik
- ▶ Wertschöpfungsketten
- ▶ Anpassung der Unternehmenskultur

Prof. Dr. Dr. h.c. Clemens Renker,  
University of Applied Sciences Zittau/Görlitz

18.30–18.45 Abschlussdiskussion und Zusammenfassung des ersten  
Konferenztages durch den Vorsitzenden  
18.45 Ende des ersten Konferenztages

Im Anschluss an den ersten Konferenztage findet ein Get Together statt, zu dem Sie herzlich eingeladen sind. Nutzen Sie die Gelegenheit zu vertiefenden Gesprächen mit Referenten und Teilnehmern.

Freitag, 30. April 2010

8.30–9.00

Empfang mit Kaffee und Tee

9.00–9.15

**Eröffnung des zweiten Konferenztages**

Prof. Dr. Diethard B. Simmert

9.15–10.00

**Der Firmenkundenberater von morgen – Kreditverkäufer, Risikoverhinderer oder ganzheitlicher Berater?**

- ▶ Anforderungen an einen modernen FK-Berater
- ▶ Status quo und Handlungsbedarf
- ▶ Ausblick

Prof. Dr. Bernd Nolte, CEO, 4P Consulting GmbH

## Preismanagement im Firmenkundengeschäft

10.00–10.45

**Wertorientierte Vertriebssteuerung im Firmenkundengeschäft**

- ▶ Einsatz von Fokuskundensystematiken
- ▶ Notwendigkeit der systemischen Integration in CRM-Systeme
- ▶ Steuerungssystematik
- ▶ Strukturierte Gespräche
- ▶ Pricing und Kundenloyalität

Dr. Thorsten Freiberger, Bereichsleiter Geschäftsfeldstab Firmenkunden, Landesbank Berlin AG

10.45–11.00 Fragen und Diskussion

11.00–11.30 Pause mit Kaffee und Tee

11.30–12.15

**Intelligente Pricing-Strategien im Firmenkundengeschäft**

- ▶ Kernelemente einer Pricing-Strategie
- ▶ Preismanagement als Prozess: Preisfindung, -durchsetzung und -controlling
- ▶ Gezielte Tool-Unterstützung
- ▶ Förderung einer Preisdurchsetzungskultur

Alexandra Hasse, Abteilungsleiterin Strategie und Produktmanagement Zentrales Management Firmenkunden, Hamburger Sparkasse

Dr. Peter Klenk, Partner, Leiter des Kompetenzzentrums Financial Services Prof. Homburg & Partner

12.15–13.00

**Der Firmenkunde im Fokus der Preis- und Produktgestaltung**

- ▶ Bedürfnisse und Bedarfswelder der Firmenkunden
- ▶ Kundenbindung und Wechselverhalten
- ▶ Preiswahrnehmung und Ermittlung von Preisbereitschaften
- ▶ Kundennutzenorientiertes Pricing

Andreas Pohle, Prokurist, TNS Infratest Finanzforschung

13.00–13.15 Abschlussdiskussion und Zusammenfassung der Konferenz durch den Vorsitzenden

13.15–14.15 Gemeinsames Mittagessen

14.15 Ende der Konferenz

## DIE KONFERENZ RICHTET SICH AN:

Führungskräfte aus Großbanken, Auslandsbanken, Investment Banken sowie Sparkassen und Genossenschaftsbanken.

Angesprochen sind insbesondere:

- ▶ Mitglieder aus Vorstand und Geschäftsführung
- ▶ Leitende Mitarbeiter aus den Bereichen:
  - Firmenkundengeschäft/Corporate Banking
  - Firmenkunden-Marketing und Vertrieb
  - Kredit/Kreditmanagement
  - Structured Finance
  - Organisation
  - Auslandsgeschäft

Weiterhin wenden wir uns an interessierte Unternehmensberater, Wirtschaftsprüfer, Steuerberater, Rechtsanwälte, Rating-Agenturen und Führungskräfte von Finanzdienstleistungsunternehmen.

## Infoline: 02 11/96 86-34 68

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?

Wir helfen Ihnen gerne weiter.

Konzeption und Inhalt:

**Andreas Fenneker** (Senior-Konferenz-Manager Banken)

Organisation:

**Julia Hörnes** (Senior-Konferenz-Koordinatorin)

**E-Mail: [julia.hoernes@euroforum.com](mailto:julia.hoernes@euroforum.com)**

## 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:

**Violetta Lakwa** (Sales-Managerin)

**Telefon: 02 11/96 86-37 32**

**Fax: 02 11/96 86-47 32**

**E-Mail: [violetta.lakwa@euroforum.com](mailto:violetta.lakwa@euroforum.com)**

## IT'S ALL ABOUT LEADS

# informa

business communication

Sie möchten systematisch neue Zielgruppen erschließen? Wir erstellen individuell auf Sie abgestimmte Konzepte der Lead-Generierung und Kundengewinnung aus Elementen wie Business-Events, Webcasts oder Produktpräsentationen. Bitte nehmen Sie für weitere Informationen Kontakt mit uns auf.

**Jens Oliver Mayer** (Geschäftsführer)

**Telefon: 02 11/96 86-37 60**

**Fax: 02 11/96 86-47 60**

**E-Mail: [jens.mayer@informa.com](mailto:jens.mayer@informa.com)**

**Internet: [www.abc-informa.com](http://www.abc-informa.com)**

[Kenn-Nummer]

# Erfolgsstrategien im Firmenkundengeschäft

29. und 30. April 2010, Hyatt Regency Mainz

Malakoff-Terrasse 1, 55116 Mainz, Telefon: 06131/731-234

Bitte ausfüllen und faxen an: 02 11/96 86-40 40

Ja, ich nehme am 29. und 30. April 2010 in Mainz teil [P1104100M012]

zum Preis von € 1.899,- p.P. zzgl. MwSt.

[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]

[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]

Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen** zum Preis von € 399,- zzgl. MwSt.

[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]

Ich interessiere mich für **Ausstellungs- und Sponsoringmöglichkeiten**.

Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.

[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86-33 33.]

Name
Position/Abteilung
E-Mail
Firma
Ansprechpartner im Sekretariat
Anschrift
Telefon
Fax

Die EUROFORUM Deutschland SE darf mich über verschiedenste Angebote von sich, Konzern- und Partnerunternehmen wie folgt zu Werbezwecken informieren:

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

Datum, Unterschrift

Rechnung an (Name)
Abteilung
Anschrift

Wer entscheidet über Ihre Teilnahme?  Ich selbst oder  Name: \_\_\_\_\_ Position: \_\_\_\_\_

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort:  bis 20  21-50  51-100  101-250  251-500  501-1000  1001-5000  über 5000

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken pro Person zzgl. MwSt. 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.** Die EUROFORUM Deutschland SE verwendet 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 EUROFORUM Deutschland SE, Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf widersprechen.

**ZIMMERRESERVIERUNG.** Im Tagungshotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. **Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM-Veranstaltung“ vor.**

**IHR 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 „Bellpepper“ 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.

## Anmeldung und Information

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40  
 telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-34 68 [Julia Hörnes]  
 Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00  
 schriftlich: EUROFORUM Deutschland SE  
 Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

per E-Mail: anmeldung@euroforum.com  
 info@euroforum.com  
 im Internet: www.euroforum.de/p1104100