

Freie Berufe

Neue Wege beschritten

Die Freiberufler sind eine attraktive Kundengruppe, allerdings mit hohen Anforderungen an ihr Kreditinstitut. Die Raiffeisenkasse Bruneck in Südtirol hat die Freiberufler als eigene Kundengruppe definiert und eine spezielle Vertriebskonzeption entwickelt.

Gerlinde Gatterer und Anton Schmoll

Diese neue Vertriebskonzeption bietet die Chance, die in diesem Marktsegment vorhandenen Geschäfts- und Ertragspotenziale zielgerichtet auszuschöpfen. Mit dem kontinuierlichen Ausbau des Leistungsprogramms für Freie Berufe hat die Raiffeisenkasse Bruneck neue Wege beschritten und als Pionier auf diesem Gebiet neue Maßstäbe in Südtirol gesetzt. Durch das konsequent umgesetzte Zielgruppenbanking wurde das Fundament geschaffen, um in Südtirol die Kompetenz- und Marktführerschaft unter den Banken für diese Kundengruppe zu erreichen.

Bruneck liegt im Zentrum des Pustertals in Südtirol. Mit ihren knapp 16.000 Einwohnern ist sie die fünftgrößte Stadt Südtirols. Das Marktgebiet hat etwas mehr als 30.000 Einwohner. 23.000 davon sind Kunden der Raiffeisenkasse. Der Mix aus Kulturgeschichte, ländlichem Brauchtum und vielfältigen Sportangeboten machen das Gebiet zu einer attraktiven Fremdenverkehrsregion. Neben dem Tourismus erfährt Bruneck durch die Errichtung einer Industriezone weitere wirtschaftliche Impulse. Mit etwa 11.000 Beschäftigten ist der Ballungsraum – gemessen an der Einwohnerzahl – der zweitgrößte Arbeitgeber Südtirols. Es ist daher kaum verwunderlich, dass Bruneck eine sehr hohe Bankendichte aufweist.

Die Geschäftsphilosophie

Vor einigen Jahren wurde die Marktbearbeitung in drei Hauptbereiche gegliedert:

- ein Servicecenter für die Basiskunden,

- das Private Banking für das gehobene Privatkundengeschäft und
- ein Kommerzcenter für die Firmenkunden.

Angesichts der bewegten und unsicheren Zeiten hat sich die Bank in den vergangenen Jahren intensiv mit ihrer strategischen Grundausrichtung auseinandergesetzt. Das Fundament des Handelns bildet das gemeinsam erarbeitete Leitbild, in dem auch die zentralen Wertvorstellungen verankert sind (siehe Abbildung 1).

Darauf aufbauend wurde die strategische Balanced Scorecard überarbeitet. Neben den klassischen Handlungsfeldern wurden auch neue Wege beschritten, um sich gegenüber den Mitbewerbern besser positionieren zu können. Seit 2012 werden die Grundaussagen der Geschäftsphilosophie unter dem neuen Leistungsversprechen „Mehr.Wert.Leben.“ kommuniziert. Bei allen Marktaktivitäten wird seither auf die neuen, eigentlich traditionellen Werte – Vertrauen, Verantwor-

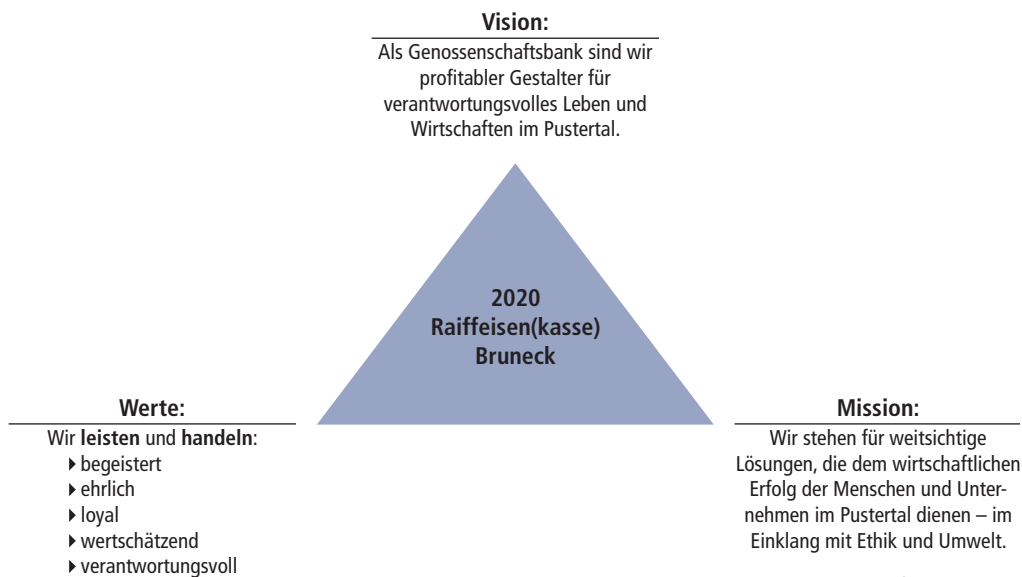
Dr. Gerlinde Gatterer ist Zielgruppenverantwortliche für Freie Berufe und Ärzte bei der Raiffeisenkasse Bruneck in Südtirol.

E-Mail: gerlinde.gatterer@raiffeisen.it

Prof. Dr. Anton Schmoll ist Konsulent der Erste Bank AG sowie Lektor an der Fachhochschule für Bank- und Finanzwirtschaft Wien und Dozent an der ADG.

E-Mail: anton.schmoll@aon.at

Abb. 1: Leitbild der Raiffeisenkasse Bruneck



tung, Ehrlichkeit, Wertschätzung, Begeisterung – Bezug genommen.

Mit diesen hier nur stichwortartig skizzierten Maßnahmen ist es der Bank gelungen, sich im Pustertal als innovativer, verlässlicher und kompetenter Partner zu profilieren und ein unverwechselbares Image aufzubauen.

Die Freiberufler-Strategie

Im Institut existieren schon seit Jahren spezielle Vertriebsstrategien für die Firmenkunden, die Servicekunden und die gehobenen Privatkunden. Für das Marktsegment „Freie Berufe“ fehlten aber derartige strategische Ansätze. Auch die Vertriebsorganisation war bisher nicht auf die besonderen Belange dieser Kundengruppe ausgerichtet. Jahrelang wurden Freiberufler gleichsam als „Anhängsel“ im Kundentamm mitgeführt.

Das Geschäft mit den Freiberuflern wurde oft vernachlässigt. Es fehlten ein klares Betreuungskonzept sowie eine konsequente Vertriebsstrategie. Dies führte in letzter Konsequenz dazu, dass vorhandene Geschäftspotenziale

nicht oder viel zu wenig ausgeschöpft wurden.

Generell ist das Freiberuflersegment für Banken eine attraktive Zielgruppe mit hohem Wachstumspotenzial. Aufgrund der demografischen Entwicklung sowie durch die ständig steigende Nachfrage nach Dienstleistungen sind auch die wirtschaftlichen Zukunftsaussichten für Freiberufler meist gut. Mit einer gezielten Betreuung lassen sich daher in diesem Marktsegment überdurchschnittliche Deckungsbeiträge erzielen.

So war es auch für die Raiffeisenkasse Bruneck an der Zeit, sich mit einer eigenständigen Vertriebsstrategie für dieses Segment auseinanderzusetzen. Mit externer Unterstützung wurden im Frühjahr 2012 in einem eigenen Projektteam die strategischen Grundlagen erarbeitet. Von Anfang an ging es dabei um praxisorientierte Vorschläge.

Nach eingehenden Analysen und intensiven Diskussionen wurde schließlich die Entscheidung getroffen, eine zielgruppenspezifische Vertriebskonzeption für diese Kundengruppe zu

entwickeln und eine eigene Betreuungseinheit aufzubauen.

Das strategische Kernziel der neuen Vertriebskonzeption besteht darin, die Raiffeisenkasse Bruneck als den Ansprechpartner und als den Spezialisten im Freiberuflermarkt im Pustertal zu positionieren. Das soll schließlich zu einer signifikanten Geschäftsausweitung bei den Bestandskunden führen und den Weg für eine erfolgreiche Neukundengewinnung öffnen (siehe Abbildung 2 auf Seite 52).

Um all diese Ziele zu erreichen, bedarf es einer systematischen und konsequenten Vorgehensweise bei der schrittweisen Umsetzung des neuen Betreuungskonzepts. Dabei sind die Handlungsfelder zur nachhaltigen Optimierung der Freien-Berufe-Betreuung zahlreich und zudem eng verzahnt. Die Herausforderung bestand somit darin, die für die Bank relevanten Ansatzstellen und Handlungsfelder zu identifizieren und vernetzt zu betrachten. Das Ergebnis war ein umfassendes Gesamtkonzept im Sinne einer Projektlandkarte (siehe Abbildung 3 auf Seite 54).

Die Zielgruppe

Für eine zielgerichtete Marktbe-
arbeitung ist es notwendig, in-
nerhalb der Freien Berufe eine
weitere Feinsegmentierung vor-
zunehmen. Freiberufler können
in fünf Berufsgruppen eingeteilt
werden: Heilberufe (Ärzte, Apo-
theker etc.), rechtsberatende Be-
rufe (Notare, Anwälte etc.),
steuer- und wirtschaftsberatende
Berufe (Steuerberater etc.), tech-
nische und naturwissenschaft-
liche Berufe (Architekt etc.) und
Kulturberufe (Journalist etc.).

Aufgrund von Potenzialana-
lysen wurden Prioritäten bei den
Berufsgruppen festgelegt. Den
Schwerpunkt des Betreuungscen-
ters in der Raiffeisenkasse Brun-
eck legte man auf jene Berufe,
die in Kammern organisiert sind.
Im Sinne einer ganzheitlichen Be-
ratung werden die Freiberufler
mit ihren Familienangehörigen
oder Freiberufler, die in Praxen
gemeinschaftlich tätig sind, zu ei-
nem Betreuungsverbund zusam-
mengefasst.

Im Vergleich mit Privatkun-
den verfügen die Angehörigen
der Freien Berufe meist über ein
überdurchschnittliches Einkom-
men. Aufgrund ihrer ge-
sellschaftlichen Sonderstellung
wünschen sie sich auch eine be-
sondere Zuwendung und Be-
treuung. Sie haben vergleichs-
weise hohe Ansprüche an Kredi-
tinstitute und erwarten daher
von ihrem Betreuer einen per-
sönlichen, über standardisierte
Angebote hinausgehenden Ser-
vice, da sie sich als „VIP“ fühlen
und als solche – auch schon wäh-
rend ihrer Ausbildung – behan-
delt werden wollen.

Konkret erwarten sich Ange-
hörige der Freien Berufe eine An-
sprechperson, die nicht nur über
hohes Fachwissen (Kompetenz),
sondern auch über fundierte
Kenntnisse ihres Berufsstandes

verfügt. Die gewünschte aktive
Betreuung zielt auf aktive Infor-
mationsweitergabe sowie die per-
sönliche Ansprache ab. Die Wün-
sche nach Transparenz bei der
Preisgestaltung sowie Flexibilität
bei der Erfüllung der Kunden-
wünsche runden dieses Bild ab.
So wie bei den kleinen Gewerbe-
kunden sind bei den selbständi-
gen Freiberuflern berufliche und
private Bedürfnisse untrennbar
miteinander verflochten. Diese
Bedürfnisstruktur verlangt eine
besonders fundierte und umfas-
sende Betreuung.

Vertriebsorganisation

Die Bezeichnung „Freie-Berufe-
Betreuer“ ist bewusst gewählt:
Der Freiberufler kann zwar von
mehreren beraten, aber nur von
einer Person betreut werden.

Durch die namentliche Zuord-
nung einer bestimmten Anzahl
von Freiberuflern zu einem Be-
treuer kann dieser Forderung am
besten entsprochen werden. Für
diese Kunden ist er der zentrale
Ansprechpartner für alle Fragen
des Bankgeschäfts und bietet so-
mit Betreuung aus einer Hand.
Im Durchschnitt werden von ein-
em Freie-Berufe-Betreuer der
Raiffeisenkasse Bruneck 150 bis
180 Wirtschaftsverbände be-
treut.

Die wichtigsten und wirkungs-
vollsten Profilierungschancen am
Markt laufen über den Kunden-
betreuer. Er steht daher im Zen-
trum der Geschäftsbeziehung.
Dies bedingt ein vielfältiges Auf-
gabenprofil. Einerseits soll er All-
rounder beim Banking-Know-
how sein. Andererseits muss er

Abb. 2: Nutzen der neuen Vertriebskonzeption

Der Nutzen für den Freiberufler
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Der Freiberufler hat eine Bezugsperson für sämtliche Bankgeschäfte („Betreuung aus einer Hand“). ▶ Durch Konzentration der Betreuer auf eine Kundengruppe steht dem Freiberufler ein Ansprechpartner gegenüber, der sich „in seine Welt“ hineinversetzen kann („Partner auf Augenhöhe“). ▶ Durch ein auf die Bedürfnisse der Kundengruppe zugeschnittenes Betreuungskonzept wird eine individuelle Beratung über alle Bedarfsfelder sichergestellt. („ganzheitliche Beratung“). ▶ Durch Zusatzleistungen wird für den Kunden ein über das reine Bankgeschäft hinausgehender Mehrwert geboten („mehr als Bank“).
Der Nutzen für die Bank
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Intensivere Ausschöpfung der Geschäftspotenziale durch zielgruppenspezifisches Know-how (Ertragssteigerung) ▶ Schaffung klarer Verantwortungsbereiche in der Bank (Volumens-, Ertrags- und Risikoverantwortung) ▶ Produktivitätssteigerung durch planbare und systematische Vorgehensweise („Lernkurveneffekt“) ▶ Eine professionelle Freie-Berufe-Betreuung schafft Profilierungsmöglichkeiten und damit Wettbewerbsvorteile am Markt (Neukundengewinnung)
Der Nutzen für den Freie-Berufe-Betreuer
<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aufwertung der Funktion, da der Freie-Berufe-Betreuer sehr abwechslungsreiche und überaus anspruchsvolle Aufgaben übertragen bekommt ▶ Profilierung als kompetenter Gesprächspartner ▶ Verbesserte Aus- und Weiterbildung erhöhen branchenspezifisches Know-how ▶ Aufbau einer Empfehlungskompetenz als Folge qualitativ hochstehender Beratung („Mund-zu-Mund-Propaganda“).

die Branche seines Kunden kennen und ein spezifisches Verständnis für das Umfeld dieser Zielgruppe entwickeln. Diesem Anspruch wird am besten ein Mitarbeiter gerecht, der das Bankgeschäft in all seinen Facetten kennt. So verfügten die zum Start des Freie-Berufe-Teams rekrutierten Betreuer über langjährige Bankerfahrung. Selbstständiges und eigenverantwortliches Arbeiten mit einer kundenorientierten Ausrichtung gehören unabdingbar dazu.

Dabei ist die permanente Weiterbildung ein Muss. Aus diesem Grund wird im Freie-Berufe-Team eine Art Wissensdatenbank entwickelt, um für bestimmte Berufsgruppen branchenspezifische Informationen zu sammeln, die derzeit in der Raiffeisenorganisation in Südtirol noch nicht vorhanden sind. Durch diese Maßnahmen soll die Basis geschaffen werden, um auf die Erwartungen und Bedürfnisse der Freiberufler kundenorientiert eingehen zu können und Verkaufspotenziale rechtzeitig zu erkennen. Um dem erhöhten Beratungsbedarf der Freiberufler in qualitativer Hinsicht Rechnung zu tragen, werden vom Betreuer bei Bedarf entsprechende Spezialisten (etwa für Leasing, Versicherungen oder Altersvorsorge) herangezogen.

Angesichts der vorhandenen Personalressourcen und der Tatsache, dass nur wenige Mitarbeiter über das für eine professionelle Freie-Berufe-Betreuung erforderliche Know-how verfügen, erschien es sinnvoll, die Betreuung der Freiberufler zu zentralisieren und das Betreuungszentrum am Hauptsitz in Bruneck zu errichten.

Durch diese zentrale Lösung ist auch die notwendige Kapazitätsauslastung durch eine ent-

Raiffeisenkasse Bruneck

Bilanzsumme	1,055 Mrd. Euro
Kunden	23.000
Kundenkredite	650 Mio. Euro
Kundeneinlagen	968 Mio. Euro
Mitarbeiter	135
Filialen	10

Zahlen zum 31.12.2013

sprechende Kundenanzahl besser gewährleistet als bei einer dezentralen Variante. Zudem ist aus Marketingsicht die Vermarktung eines eigenständigen Freie-Berufe-Centers besser machbar. Viele Gründe sprachen dafür, das neue Team im Bereich „Private Banking“ anzusiedeln und dem Bereichsleiter Private Banking direkt zu unterstellen.

Ein sensibler Prozess

Da die Freiberufler bisher in verschiedenen Vertriebsseinheiten betreut wurden, musste es zu Kundenüberleitungen kommen. Dies sind immer heikle Prozesse. Sie sind jedoch für die erfolgreiche Umsetzung der neuen Vertriebskonzeption wesentlich. Dabei müssen auch emotionale Aspekte berücksichtigt werden.

Aufgrund dieser Überlegungen wurde ein eigenes Überleitungskonzept entwickelt, das vier Elemente umfasste:

- durchgängige Kommunikation des Freie-Berufe-Vertriebskonzepts in der Gesamtbank,
- Erstellung einer detaillierten Segmentierungsliste, die die abgebenden Betreuer auf Richtigkeit überprüften,
- Abstimmungs- und Übergabegespräche mit Weitergabe individueller Kundeninformationen und
- Art der Überleitung (potenzialstarke und wichtige Kunden im

persönlichen Gespräch; schriftliche Benachrichtigung bei allen anderen Kunden).

Dabei entscheidend: Dem Freiberufler muss der Nutzen des neuen Betreuungskonzepts klar vermittelt werden. Dem Kunden ist meist nicht einsichtig, warum er sich nach vielen Jahren an ein neues Gesicht gewöhnen soll.

Aus organisatorischer Sicht hat es sich bewährt, einen Prioritätenkatalog sowie einen verbindlichen Zeitplan für die Kundenübergaben zu erstellen.

Dabei wurde sowohl die Personalsituation in den abgebenden Vertriebsbereichen als auch jene im neuen Freie-Berufe-Team berücksichtigt. Gleichzeitig wurde auch fixiert, in welchem Zeitraum die Mitarbeiter im Freie-Berufe-Team ihre bisherigen Privatkunden abgeben mussten.

Das Betreuungskonzept

Ziel der kundenorientierten Betreuungstrategie der Raiffeisenkasse Bruneck war es daher von Anfang an, die Freiberufler ganzheitlich zu betreuen und zu beraten. Im Mittelpunkt dieses Ansatzes stehen die Ziele und Wünsche der Kunden.

Die ganzheitliche Kundenbetreuung stellt eine aktive, bedürfnisorientierte und auf die spezifische Situation des Freiberuflers abgestimmte Vorgehensweise dar. Es wird für den Kunden nach einer Gesamtlösung gesucht. Dazu gehört es, alle finanziellen Bedarfsfelder des Kunden abzudecken, die beruflichen und private Dimension gleichzeitig zu erfassen und den Kunden streng nach Lebensphasen zu betreuen.

Basis der ganzheitlichen Betreuung sind die Lebens- und Erwerbsphasen sowie die damit

Abb. 3: Projekt-Landkarte zur „Freiberufler-Vertriebskonzeption“

Vertriebs-system	strategische Grundlagen ▶ Analyse der bestehenden Kundenstruktur ▶ Erhebung des Marktpotenzials ▶ Verteilung der FB auf Berufsgruppen ▶ regionale Verteilung ▶ wichtige Wettbewerber	Zielgruppen ▶ Definition der Kundengruppe ▶ Feinsegmentierung ▶ Festlegung der Kernzielgruppen ▶ Kundenerwartungen ▶ Kundenpotenziale	Produkte und Services ▶ Adaptierung der bestehenden Produktpalette ▶ Leuchtturmprodukte ▶ Existenzgründungsberatung ▶ branchenspezifische Beratungsleistungen
Vertriebs-organisation	Freiberufler-Betreuer ▶ Aufgabenkatalog ▶ Anforderungsprofil ▶ Zeitprofil ▶ Betreuerspanne ▶ Aus- und Weiterbildung ▶ Wissensdatenbank	Betreuungsorganisation ▶ Zusammensetzung des Freiberufler-Teams ▶ organisatorische Ansiedelung ▶ Co-Betreuung ▶ Kundenüberleitungskonzept	Vertriebsmanagement ▶ Zielvereinbarungen ▶ Aktivitätensteuerung ▶ Vertriebscontrolling ▶ Leistungsanreize ▶ Coaching ▶ Erfahrungsaustausch
Vertriebs-prozess	Betreuungskonzept ▶ Betreuungsstandards ▶ Betreuungsintensitäten ▶ Betreuungsformen ▶ Betreuungsanlässe	Beratungs- und Verkaufsprozess ▶ strukturierte Phasenfolge ▶ Definition der Gesprächstypen ▶ strukturierte Beratungshilfen ▶ Akquisitionskonzept	Vertriebsunterstützung ▶ Werbekonzept ▶ Öffentlichkeitsarbeit ▶ Imagebroschüre ▶ Produktfolder ▶ Internetauftritt

verbundenen finanziellen Kernbedürfnisse. Hier unterscheidet das Betreuungskonzept für die Freien Berufe vier Phasen: die Vorlaufphase, die berufliche Etablierung, die Ertragsphase, die Auslaufphase.

In jeder Lebens- und Erwerbsphase ändern sich die berufliche und private Lebenssituation des Freiberuflers und damit auch seine finanziellen Bedürfnisse und seine jeweiligen Anforderungen an ein Bankinstitut. Unter dem Aspekt der ganzheitlichen Beratung wurden folgende sechs Bedarfssfelder definiert:

- tägliche Geschäftsabwicklung (rund ums Konto),
- Finanzierung betrieblicher und privater Investitionen,
- Vermögensmanagement,
- Risikoabsicherung,
- Pensionsvorsorge,
- Familienrecht und Erbschaft.

Diese Systematik nach Lebensphasen und Kernbedürfnissen bildet auch die Grundlage für die Gestaltung der Leistungspalette für die Freiberufler.

Der Finanzcheck

Die Praxis zeigt deutlich: Freiberufler haben wenig Zeit und Finanzangelegenheiten stehen nicht unmittelbar im Zentrum ihres Interesses. Das erfordert einerseits eine sorgfältige Gesprächsvorbereitung und andererseits eine effiziente Gesprächsführung.

Um dies zu erreichen, wurde in der Raiffeisenkasse Bruneck der „Finanzcheck Freie Berufe & Ärzte“ entwickelt. Diese Unterlage beruht auf den beschriebenen Grundprinzipien einer ganzheitlichen und bedarfsorientierten Beratung. Sie orientiert sich an den Bedarfssfeldern für den privaten und betrieblichen Bereich und liefert den roten Faden für die Gesprächsführung.

Das Beratungsgespräch beginnt mit der Schaffung eines gemeinsamen Verständnisses über die Ziele und Wünsche des Kunden. Dahinter steht die Grundüberlegung, dass ein wesentlicher Schlüssel für eine nachhaltige Geschäftspartnerschaft darin liegt, die Gedankenwelt des Freiberuflers zu verstehen. Nur wenn

der Bankberater die Vorstellungen und Erwartungen seines Kunden kennt, kann er maßgeschneiderte Lösungen entwickeln. Daneben ist es für den Aufbau einer langfristigen Kundenbeziehung wichtig zu wissen, worauf der Kunde Wert legt und was für ihn bei der Zusammenarbeit mit dem Kreditinstitut bedeutsam ist.

Gleichzeitig werden die Eckpfeiler und Spielregeln für eine partnerschaftliche Zusammenarbeit festgelegt. Diese Themenbereiche sowie die Abklärung des privaten und beruflichen Umfelds bilden den ersten Teil des Finanzchecks („Partnerschaftsebene“).

Nachdem der Überblick über das private und berufliche Umfeld hergestellt ist, erfolgt die Bestandsaufnahme der bisherigen Nutzung von Bankprodukten in den sechs Bedarfssfeldern. Aus diesem Soll-Ist-Abgleich ergeben sich konkrete Anlässe für eine vertiefte Bedürfnisanalyse. Sind mit dem Freiberufler alle Bedarfssfelder durchgesprochen und die wichtigsten Daten erfasst,

werden jene Bedürfnisse auf der beruflichen und privaten Seite priorisiert, die dem Kunden besonders wichtig sind. Abschließend werden die Gesprächsergebnisse zusammengefasst, Handlungsempfehlungen und Maßnahmen abgeleitet sowie Folgetermine vereinbart.

Mit dem Finanzcheck wird sichergestellt, dass alle wesentlichen Themen des Finanzlebens angesprochen werden. Für den Kunden ist dieser strukturierte Beratungsbogen die kommunikative Klammer seines Gesprächs mit der Bank. Er visualisiert ihm den systematischen Aufbau seiner Versorgung mit Finanzdienstleistungen und gibt ihm die Sicherheit, kein wichtiges Thema unerwähnt gelassen zu haben.

Mit diesem Element soll klar zum Ausdruck gebracht werden, dass entsprechend der Geschäftsphilosophie des Instituts („Mehr.Wert.Leben.“) das oberste

Ziel des Beratungsgesprächs die Steigerung des Kundenerfolgs ist.

Marketing- und Vertriebsunterstützung

Die Einführung der neuen Freiberuflerbetreuung muss von einem durchgängigen Marketingkonzept und einer spezifischen Kommunikationspolitik begleitet werden. So soll das positive Image der Raiffeisenkasse vermittelt und die Attraktivität des Instituts für diese Zielgruppe unterstrichen werden, um sich gegenüber den Mitbewerbern zu profilieren. Außerdem soll durch gezielte Werbung und Öffentlichkeitsarbeit die Neukundengewinnung wirkungsvoll unterstützt werden.

Um die Betreuer bei der Präsentation des neuen Betreuungskonzepts zu unterstützen, wurde eine eigene Imagebroschüre für „Freie Berufe und Ärzte“ entwickelt. Sie kommt sowohl bei den Übergabegesprächen der Bestandskunden als auch bei den

Hat Ihnen dieser Artikel gefallen?
Dann bewerten Sie ihn auf

www.bankinformation.de

Akquisitionsgesprächen zum Einsatz.

Die Aufmerksamkeit dieser zielgruppenspezifischen Kommunikationspolitik soll mit dem für das Freiberuflergeschäft entwickelten Symbol, dem Baum, und dem Motto „Ihr Lebenstraum als Lebensbaum“ erhöht werden. Der Baum ist ein „Ursymbol“. Menschen aller Zeiten, Religionen und Kulturen sprachen ihm verschiedene Symbolhaftigkeiten zu. Das Wiedererkennungsmerkmal der Freien Berufe ist ein stilisierter Baum, dessen kreisförmige Gestaltung an das Raiffeisenzeichen sowie an das Leistungsversprechen erinnert, mehr Wert im Leben dieser Kunden- gruppe zu stiften. 

www.denkfabrik.adgonline.de



BANKING DER ZUKUNFT

Sie wollen schon heute wissen, was morgen auf Sie zukommt?

Dann besuchen Sie unseren neuen ADG-Denkfabrik-Blog unter www.denkfabrik.adgonline.de und entdecken Sie die wichtigsten Zukunftsthemen und -trends für Ihre Bank.



Sie wollen mehr erfahren?

Benjamin Kursatzky steht Ihnen gerne per E-Mail unter benjamin_kursatzky@adgonline.de oder telefonisch unter 02602 14-218 zur Verfügung.

www.denkfabrik.adgonline.de