

: qualityconsult ag
: Bahnhofstrasse 6
: Postfach 4156
: 6002 Luzern
: Gratistelefon **0800-quality**

: Ausgabe11_2008
: © 2008 qualityconsult ag



CHANGE CAN HAPPEN!



Grüezi!

Eine historische Wahl in Amerika prägt derzeit das Tagesgeschehen der Medien. Der Wahl von Barack Obama ist eine gigantische Kampagne voraus gegangen und hat ihre Wirkung beim Zielpublikum erreicht, derweil ramponierte Grossbanken im In- und Ausland versuchen, mit Kampagnen aller Art ihr Reputationsrisiko wieder einzudämmen. Die kommenden Monate werden geprägt sein von der Unsicherheit, ob diese Massnahmen nachhaltig wirken und wie stark die angekündigten staatlichen Massnahmen zur Stärkung des Einlegerschutzes und der Eigenmitteldecken zur Vertrauensbildung beitragen. Diesen strategischen Herausforderungen steht das operative Tagesgeschäft gegenüber: Die Geschäftsberichte werden redigiert, Marketingkampagnen geplant, Strategien überprüft...

Es ist unsere Motivation, Sie bei der Bewältigung dieser Herausforderungen professionell zu begleiten.

Herzlichen Dank für Ihr Vertrauen!

Felix Graber, Geschäftsleiter
qualityconsult ag

mail: felix.graber@qualityconsult.ch



qualitynews

AKTUELLES ZUM THEMA QUALITÄT UND MANAGEMENT



GESCHÄFTSBERICHTE SCHAFFEN VERTRAUEN

Keine Grenzen bei der Themenwahl

Was kann ein Geschäftsbericht alles kommunizieren? Es gibt eine grosse Vielfalt an möglichen Themen, die mit dem Jahresbericht aufgegriffen werden können. Eine Variante sind firmenspezifische Informationen, zum Beispiel über Produkte und Dienstleistungen, über das Personal oder Kunden, über die Strategie, über Projekte etc. Die zweite Möglichkeit sind nicht firmenspezifische Themen wie Kultur und Events oder Flora und Fauna der Region. Während die nicht firmenspezifischen Themen den Geschäftsbericht unterhaltsam machen und im weiteren Sinne auch das Image der Firma beeinflussen können, so pflegen die firmenspezifischen unmittelbar das Image einer Unternehmung. Sie liefern vertiefte Information, Hintergrundwissen und können das Bild und die Reputation einer Firma verstärken oder verändern.

Mitarbeiter als Identifikations- und Vertrauensfaktor

Jedem ist klar, dass die Mitarbeiter einen entscheidenden Beitrag zum Geschäftsgang leisten. Dass es aber auch Sinn machen kann, ihnen ausreichend Platz im Jahresbericht einzuräumen, steht auf einem anderen Blatt geschrieben. Zuerst stellt sich jedoch die Frage, wer denn diese Geschäftsberichte überhaupt liest. Bei regionalen KMU's dürften dies in erster Linie die Kapitalgeber sein. Diese benötigen umfassende Informationen über das Geschäftsjahr und über die Aussichten "ihrer" Firma. Nicht selten sind die Aktionäre resp. Genossenschafter aber auch Kunden, oder es lesen Kunden aus Interesse den Geschäftsbericht der Hausbank. Sie interessieren sich natürlicherweise nicht nur für die harten Fakten der Zahlen und Rechnungsgrundlagen, sondern auch für informative Hintergründe. Hier wird der Geschäftsbericht **ein ideales Kommunikationsmittel**, um den Kunden und anderen Interessengruppen die Firma näher zu bringen. Oftmals dient der Geschäftsbericht auch als **Imagebroschüre** der Bank und liegt in grosser Zahl in den Kundenzonen auf. Für Kunden und auch für Kapitalgeber ist eine konstante und hohe Qualität der Leistungserbringung wichtig. Zufriedene Mitarbeiter erbringen nachvollziehbar auch bessere Leistungen. Eine Untersuchung zeigt, dass nur ganz wenige Regionalbanken die Erhebung der Mitarbeiterzufriedenheit mittels Umfrage systematisch erheben und knapp ein Drittel Weiterbildung im Geschäftsbericht zum Thema macht.

Geschäftsberichte könn(t)en etwas bewegen

Aus unserer Sicht ist es wünschenswert, wenn im Sinne einer optimalen Nutzung des investierten Kapitals die Geschäftsberichte weitere Ziele erreichen würden, als nur die gesetzlichen Vorgaben der Informationspflicht zu erfüllen. Wenn Banken es schaffen, gleichzeitig noch Kunden zu binden, einen emotionalen Bezug zum Unternehmen zu schaffen oder durch Vorstellung der Mitarbeiter auf sympathische Weise sich von der Konkurrenz abzuheben, dann wird der Geschäftsbericht zum sinnvollen Kommunikationsmittel, das **Vertrauen** schafft und die wahre **Leistungsfähigkeit** einer Bank unterstreicht.

Andrea Huber, Betriebsökonomin HWV

MARKETING DIENST AUCH DER KUNDENBINDUNG

Es ist kein Geheimnis, dass das Potenzial für neue Produkte und Dienstleistungen beim bestehenden Kundenstamm noch nicht optimal genutzt wird. Oft fehlen die technischen Möglichkeiten, das Nutzungsprofil eines Bankkunden so darzustellen, dass Cross-Selling ohne Mühe zum Erfolg wird. Weit wichtiger als die technische Unterstützung beurteilen wir eine **konsistente Marktbearbeitungsstrategie**, die sämtliche Phasen einer Kundenbeziehung berücksichtigt, mit dem Ziel, eine Kundenbeziehung zu stärken und damit auch zu rentabilisieren. Bei der kommunikativen Umsetzung (Marketing, Kundenkommunikation, Verkaufshilfen etc.) ist zudem Wert auf ein abgestimmtes Gesamtpaket und die Kontinuität in den Kernbotschaften zu legen. Gerne erstellen oder überprüfen wir Ihren Marketingplan 2009 und unterstützen Sie bei dessen Umsetzung.

Unser Leistungsspektrum im Bereich Marketing / Kundenbindung

- Marketing-, CRM- und Verkaufskonzepte
- Mystery Shopping / Kundenumfragen
- Konzeption und Organisation von Promotionen
- Image- und Werbekampagnen
- Kundenanlässe, Messen, Tage der offenen Türe, Roadshows

Unsere Schwestergesellschaft bietet uns aktuellstes know how sowie weitere Dienstleistungen in den Bereichen Marketing, Kommunikation und Events

www.marketix.ch

AUFSICHTSRECHTLICHE HERAUSFORDERUNGEN 2009

Für das Jahr 2009 erwarten wir folgende Herausforderungen im aufsichtsrechtlichen und regulatorischen Bereich, u.a. mit Konsequenzen auf die Bankorganisation, den Bankbetrieb, die Kundeninformation, das Weisungswesen und die Ausbildung an der Front:

Gesellschaftsrecht: Erwarteter Gegenvorschlag zur „Abzocker Initiative“ mit Auswirkungen auf die Rechte der Generalversammlung und Offenlegungspflichten im Bereich der Entschädigung der Organe.

Vermögensverwaltung: Resultate der Anhörung zum EBK-Diskussionspapier "Anreizsysteme und Interessenkonflikte beim Vertrieb von Finanzprodukten" mit Auswirkungen auf die Behandlung von und Information über Retrozessionen.

EBK-Rundschreiben: Neues EBK-Rundschreiben „Eckwerte für die Anerkennung von Selbstregulierungen zur Vermögensverwaltung als Mindeststandard“ (Eckwerte zur Vermögensverwaltung).

Einlegerschutz: Umsetzung der dringlichen Anpassung Art. 37b BankG, Anpassung der Einlegerschutzvereinbarung der Schweizerischen Bankiervereinigung (Systemobergrenze), Initiierung der Reform des Einlegerschutzes.

Eigenmittelvorschriften: Umsetzung der EBK Verfügung zu den Eigenmittelvorschriften und zum Leverage Ratio. Partielle Verschärfungen für Grossbanken und Anpassungen der ERV.

Gerne unterstützen wir Sie bei der Umsetzungsplanung, Implementierung oder Schulung dieser und weiterer regulatorischer Themen.

Themenauswahl, Stand 06.11.2008

Loyalitätsindex qualitybench Oktober 2008*

Die qualityconsult ag führt seit Jahren umfassende Kunden- und Mitarbeiterumfragen durch. Seit 2008 verfügen wir über modernste Online-Tools zur Analyse des Kundenverhaltens bei Retailbanken. Exklusiv veröffentlichten wir hier den aktuellsten Loyalitätsindex von Bankkunden.

Benchmarkindikator *qualitybench*®

60.98%

*% der Befragten Privatpersonen, welche ihre Bank weiter empfehlen.
Basis: 32'000 Kundinnen und Kunden von Schweizer Regionalbanken

Agenda

Fachtagung Frühjahr 2009

11.05.2009
3. ERFA-Tagung Corporate Governance
13.30 - 18.00 h / CHF 500.--
Konferenzhotel Arte, Olten

Halbtagesseminar für Bank VR, Mitglieder von VR-Ausschüssen sowie Bankleitungen über aufsichtsrechtliche Themen, IKS und Governance unter Berücksichtigung der neusten aufsichtsrechtlichen Aspekte. Themen wie die Reform **Einlegerschutzes** sowie die Konsequenzen auf die verschärften **Eigenmittelvorschriften** werden ebenso thematisiert wie auch die brennenden Herausforderungen auf strategischer Ebene (Überwachung, Kontrolle, **Reputations-Management** etc.)

Gastreferat:
Prof.Dr. Maurice Pedergnana

Zielpublikum:
VR, GL, Compliance

Anmeldungen bis
15. April 2009 an
sekretariat@qualityconsult.ch

Detailprogramm ab Februar 2009
auf unserer Website

www.qualityconsult.ch

qualityconsult ag

Unternehmensberatung für Qualität: Strategie: Organisation

Die qualityconsult ag ist eine etablierte Unternehmensberatungsgesellschaft mit Sitz in Luzern. Ihre Kernkompetenzen liegen im Bereich der Qualitäts-, Strategie- und Organisationsberatung sowie beim Coaching von Führungskräften, vorwiegend für Banken, Finanzdienstleister, Private-Equity Firmen sowie für Rechtsanwälte und law firms.