

karrierefürer



Auch als iOS- und Android-App
www.karrierefuehrer.de
Besuchen Sie uns bei Facebook & Twitter



Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen
052013 – 042014

→ banken/versicherungen

Themen und Menschen

Social Media • Regionalbanken • Autobanken •
Dieter Lehmkuhl • Chefvolkswirt Dr. Frank Augsten •
Regisseur Andres Veiel

Top-Interview

Dr. Wolfgang Brezina
Vorstandsmitglied der Allianz
Deutschland AG



Herausfordernde Zeiten

Was jetzt für Absolventen möglich ist

Partner: **TALENTS**
DIE JOBMESSIE

Jobware
ERSTKLASSIGE JOBS. ERSTKLASSIGE BEWERBER.

IQB.de
CAREER SERVICES

Jetzt bewerben: **Aktuelle Firmenporträts**

QR-Code mit dem Handy scannen und Firmenprofile direkt mobil lesen



Wie könnten Sie Ihrem Studium wahre Größe verleihen?

- Indem Sie über Dinge nachdenken, über die noch keiner nachgedacht hat
- Wenn Sie eine Abschlussarbeit über das höchste Gebäude der Erde schreiben
- Mit einem Praktikum über Naturgefahren in touristischen Ballungszentren
- Durch eine Diskussion mit Ärzten, Ingenieuren und Seismologen
- Mit drei der vier genannten Punkte



Haben Sie Lust, mit uns Projekte von globaler Tragweite zu bewegen? Als einer der führenden Rückversicherer der Welt durchleuchten wir Risiken aller Art und sichern sie ab. Ob Großbauprojekte, Klimawandel oder Raumfahrt: Absolvieren Sie Ihre ersten Schritte ins Berufsleben in vielfältigen Themenfeldern, die die Menschheit heute und in Zukunft bewegen. Profitieren Sie vom Wissen und Netzwerk unserer Mitarbeiter und legen Sie bereits während des Studiums den Grundstein für eine erfolgreiche berufliche Zukunft.

Wie Sie sich schon als Student bei Munich Re einbringen können, erfahren Sie unter [munichre.com/karriere](https://www.munichre.com/karriere)

Liebe Leserinnen und Leser,

Köln im Mai 2013

Facebook, YouTube & Co. gehören heute ganz selbstverständlich zum Alltag und werden von überall genutzt und mit Inhalten gefüttert. Unternehmen jedoch wagen sich erst langsam an die neuen Kommunikationswege heran. So auch die Banken und Versicherungen. Doch die Finanzdienstleistungsbranche hat mittlerweile die Zeichen der Zeit erkannt und arbeitet an Konzepten und Strategien, die Nutzer und Kunden einbeziehen. Diese Entwicklung wird gleich in mehreren Artikeln und Interviews des frischen **karrierefuehrer** banken/versicherungen deutlich.

So zeigt das Top-Thema ab Seite 8, dass es gerade die Absolventen sind, die aufgrund ihrer Mediensozialisation mögliche Lösungen präsentieren können. Auf Seite 36 beschreibt Kommunikations- und Marketingexperte Matthias Schubert, welche Möglichkeiten das Social Web Finanzdienstleistern eröffnet, sein Kollege Dirk Hoenerbach nennt ab Seite 38 zudem die dafür nötigen Kompetenzen. Dabei wird deutlich: Es gibt entscheidende Unterschiede zwischen der privaten Nutzung sozialer Netzwerke und der von Unternehmen.

Im Top-Manager-Interview (ab Seite 16) stand uns für diese Ausgabe Dr. Wolfgang Brezina Rede und Antwort. Der Personalvorstand arbeitet seit Abschluss seines Studiums für und in Versicherungen und lenkt seit vier Jahren das Personalressort der Allianz Deutschland AG. Er spricht mit uns über Megatrends der Branche, die Vertriebskanäle einer Versicherung sowie die dringende Notwendigkeit solider Geschäfte – und natürlich über die Chancen für Absolventen.

Um die Einstiegsmöglichkeiten für Absolventen bei Regionalbanken geht es in unserem Special ab Seite 20.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen,

Ihr karrierefuehrer-Team



Impressum: **karrierefuehrer banken/versicherungen** 2. Jahrgang, 05.2013-04.2014 Das Jobmagazin für Hochschulabsolventen ISSN: 2194-3389 **Herausgeber:** Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln **Fon:** 0221 4722-300 **Fax:** 0221 4722-370 **E-Mail:** info@karrierefuehrer.de **Web:** www.karrierefuehrer.de **Redaktionskonzept:** Viola Strüder, Transmedia Verlag GmbH & Co. KG **Redaktion dieser Ausgabe:** Christoph Berger (verantwortlich), Journalist & Redakteur, Weserstr. 205, 12047 Berlin, André Boße, Sabine Olschner **PR, Kooperationen, Hochschulkontakte:** Stefan Trees **Anzeigen:** Anna-Lena Ohm (verantw.), Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln **Anzeigendisposition und -technik:** Jessica Andritzky **Firmenporträts:** Jan Hiermann **Onlineauftritt** www.karrierefuehrer.de Thomas Böttcher (verantw.) **Grafik:** Olaf Meyer, Köln **DTP/Lithografie:** Köllen Druck+Verlag GmbH, Bonn+Berlin **Druck:** westermann druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig, Fon: 0531 708-501, Fax: 0531 708-599 **Fotos:** **Cover:** Fotolia/adimas **Inhalt:** Allianz (16-19), Deutsche Bank (28), Fotolia/ArenaCreative (39), Fotolia/awit23 (21), Fotolia/chin yong teh (38), Fotolia/Christian Schwier (11), Fotolia/cirquedesprit (42), Fotolia/Denchik (20), Fotolia/Dirk70 (12), Fotolia/djama (35), Fotolia/fotogestoeber (37), Fotolia/Gina Sanders (28), Fotolia/Hero (24), Fotolia/Igor Kovalchuk (1), Fotolia/Jens Ottoson (15), Fotolia/Johnny Lye (41), Fotolia/Kautz15 (32), Fotolia/Ljupco Smokovski (27), Fotolia/Otmar Smit (10), Fotolia/peppi8, Fotolia/pressmaster (30), Fotolia/Sven Bähren (41), Fotolia/womue (44), Frankfurt School of F&M (14), Gothaer (30), Lehmkuhl (34), Nolte (22), Photocase/Jürgen W (36), Olaf Meyer (6), Umweltbank (32), VWFS (26), Wilfried Böing (48) **Verlag:** Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Weyertal 59, 50937 Köln, Fon: 0221 4722-300, Fax: 0221 4722-370 **Geschäftsführerin:** Viola Strüder. In der **karrierefuehrer-Reihe** erscheinen in der Transmedia Verlag GmbH & Co. KG, Köln, die Publikationen: **karrierefuehrer** recht: März und September **karrierefuehrer** frauen in führungspositionen: März **karrierefuehrer** wirtschaftswissenschaften: März und September **karrierefuehrer** ärzte: April **karrierefuehrer** ingenieure: April und Oktober **karrierefuehrer** consulting: Mai **karrierefuehrer** banken/versicherungen: Mai **karrierefuehrer** green-tech: Juni **karrierefuehrer** naturwissenschaften: September **karrierefuehrer** hochschulen: Oktober **karrierefuehrer** informationstechnologie: Oktober **karrierefuehrer** handel: November **karrierefuehrer** bauingenieure: November. Der **karrierefuehrer** banken/versicherungen wird auf 100 % chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt. Alle Rechte vorbehalten. Auszüge dürfen nicht ohne schriftliche Genehmigung des Verlages vervielfältigt oder verbreitet werden. Dies gilt auch für die Vervielfältigung per Kopie oder auf CD-ROM sowie die Aufnahme in elektronische Datenbanken.

Inhalt:



Top-Thema

8

Was jetzt möglich ist

Was tun, wenn alle von Krise sprechen? Die Chancen der Zeit erkennen und für einen erfolgreichen Einstieg nutzen.

10

Auf das Personal kommt es an

Die Banken blicken optimistisch in die Zukunft. Und gerade im Wandel bieten sich Absolventen zahlreiche Chancen.

14

„Neue Chance Risikomanagement“

Professor Dr. Michael H. Grote von der Frankfurt School of Finance & Management schätzt die Aussichten für Einsteiger sehr positiv ein.

Top-Manager

16

Dr. Wolfgang Brezina

Das Vorstandsmitglied der Allianz Deutschland im Interview.

Special Regionalbanken

20

Den Kunden kennen

Die Regionalbanken pflegen den engen Kontakt zu ihren Kunden.

22

Organische Karrieren

Prof. Dr. Bernd Nolte erläutert im Interview das Konzept der Regionalbanken.

Einsteigen

26

Das Auto gibt den Ton an

Christopher Voigt fördert den Absatz eines großen Automobilherstellers.

28

Mein Bewerbungsgespräch bei: Deutsche Bank

Alexandra Kroths Weg zeigt, wie Eigeninitiative zu einem gelungenen Berufsstart führen kann.



Dieter Lehmkuhl



Aufsteigen

30

Berufe im Fokus: Chefvolkswirt

Dr. Frank Augsten ist mit 44 Jahren Chefvolkswirt einer großen Versicherung.

Help!

32

Grünes Geld

Eva-Maria Reihofer berät bei der Finanzierung von Umweltprojekten.

Projekt

34

„An Werten orientieren“

Der Millionär Dieter Lehmkuhl plädiert leidenschaftlich für Solidarität.

36

Future of Banking

Welche Chancen bietet das Social Web den Finanzdienstleistern?

38

Bankmanager 2.0

Für die neuen Kommunikationswege braucht es ganz spezifische Kenntnisse.

Jobware unplugged

40

Online bewerben

So geht es richtig.

Weiterbilden

42

Vorgestellt: CFA

Viel Arbeit für eine Weiterbildung, die sich lohnt: der Chartered Financial Analyst.

Bewerben

43

Gute Karten

Der demografische Wandel kommt Absolventen zu Gute.

Sichtweise

48

Andres Veiel

Der Autor und Regisseur brachte seine Interviews mit Bankern als Theaterstück auf die Bühne.

Standard

- 01 Editorial
- 01 Impressum
- 02 Inhalt
- 04 Inserenten
- 06 Kurz + knapp
- 44 Checkliste Bewerbung

Service

- 45 Firmenporträts

kariereführer crossmedial

Diese Ausgabe erscheint als:
→ Printmedium
→ iOS- und Android-App
→ E-Paper



Hinweise darauf finden Sie auch
→ auf unserer Facebook-Fanpage
→ auf unserem Twitter-Kanal
→ auf unserer Fanpage bei Google+
Mehr dazu: www.karierefuehrer.de



Inserenten

Allianz 

Allianz

13

 **Bayern LB**

Bayerische Landesbank (BayernLB)

5

TALENTS
DIE JOBMESSE

bmv Consulting GmbH

33

Deloitte.

Deloitte

U4



HFH • Hamburger Fern-Hochschule gem. GmbH

15

ING  **DiBa**
Die Bank und Du

ING-DiBa AG

U3

IQB.de
CAREER SERVICES

IQB Career Services AG

25

 **Jobware**
ERSTKLASSIGE JOBS. ERSTKLASSIGE BEWERBER.

Jobware Online-Service GmbH

23

Munich RE 

Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft AG

U2

R+V

R+V Versicherung

7

 **SimCorp**

SimCorp GmbH

5





[Leistung]



Wir haben nichts gegen hohe Ziele

Das Trainee-Programm der Bayern LB

Sie haben einen überdurchschnittlichen Abschluss in Wirtschaftswissenschaften oder Jura und bringen erste Praxiserfahrung im Finanzwesen mit? Sie sind engagiert und haben Spaß an der Dienstleistung? Dann haben Sie beste Voraussetzungen für die Aufnahme in unser Trainee-Programm.

15 Monate lang arbeiten Sie in einer dynamischen deutschen Geschäftsbank. In einem maßgeschneiderten Programm werden Sie dabei intensiv und individuell von uns gefördert – nach Ihren Fähigkeiten und nach Ihren Neigungen. Ihr Gewinn: Professionalität und eine faszinierende Berufsperspektive in der Welt der Wirtschaft.

Die BayernLB ist eine dynamische deutsche Geschäftsbank – verwurzelt in Bayern, erfolgreich in Deutschland und geschätzt für maßgeschneiderte Finanzlösungen und internationale Expertise. Mit neuer Struktur und einem überzeugenden Geschäftsmodell sind wir bestens aufgestellt für die Herausforderungen der Zukunft.

► Interessiert? Dann richten Sie Ihre Bewerbung bevorzugt online an: trainee@bayernlb.de

BayernLB · Operating Office Bereich Personal · Nachwuchsentwicklung
80277 München · Telefon +49 89 2171-24915 · www.bayernlb.de



Karriere an der Schnittstelle von Finance & IT gesucht?



FINANCIAL DISTRICT, NEW YORK

Bei SimCorp können Sie etwas bewegen und die globale Finanzbranche von morgen mitgestalten. Unsere Consultants und die integrierte Software-Lösung SimCorp Dimension sichern den Erfolg von Investmenthäusern. Mit uns verwirklichen Sie Ihre Ambitionen und nutzen Ihr volles Potential in einem fördernden sowie inspirierenden Umfeld.

Gehören Sie zu den Besten in BWL/Finance, (Wirtschafts-) Mathematik, Physik oder Wirtschaftsinformatik?

Entdecken Sie Ihre nächste Herausforderung unter www.simcorp.com/careers



„Durch das strukturierte Einführungsprogramm hatte ich einen optimalen Einstieg ins Berufsleben.“

Kathrin, Senior Business Consultant

Treffe Kathrin und weitere Mitarbeiter unter simcorp.com/meetouremployees

Mitigate risk | Reduce cost | Enable growth
simcorp.com



Kurz+ knapp

von Christoph Berger

Stabil!

Emotional

Sicher

NACHHALTIGE FINANZMÄRKTE

Was sind nachhaltige Finanzmärkte? Lässt sich das für den Umweltbereich geltende Leitbild der Nachhaltigkeit auf den Finanzmarkt übertragen? Entsprechen die in der Diskussion stehenden Regulierungsvorschläge dem Konzept der Nachhaltigkeit? In einer aktuellen Analyse des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW Berlin) kommt Forschungsdirektorin Dorothea Schäfer zu dem Ergebnis, dass die Finanztransaktionssteuer und hohe Eigenkapitalpuffer die wichtigsten Bausteine für ein nachhaltiges Finanzsystem sind. „Nachhaltigkeit umfasst jedoch mehr als Stabilität“, sagt Dorothea Schäfer. „Ein nachhaltiges Finanzsystem kann kurzfristig instabil sein, kehrt aber von selbst wieder in einen stabilen Zustand zurück, ohne dass der Steuerzahler einspringen muss.“ Weitere Informationen unter www.diw.de

WEICHE FAKTOREN ÜBERZEUGEN

Der Wohlfühl-Faktor spielt auch in der Bankenbranche eine immer entscheidendere Rolle für die Auswahl eines Arbeitgebers – und dies über alle Altersgruppen hinweg. Dies ergab eine gemeinsame Befragung der beiden Beratungshäuser Kommalpha und Rundstedt HR Partners unter mehr als 200 Mitarbeitern bei Banken und Kapitalanlagegesellschaften. Als wichtigste Kriterien bei der Auswahl des Arbeitgebers nennen die Befragten die Führungskultur mit 99 Prozent und das Arbeitsklima mit 98 Prozent. Die erfolgsabhängigen Verdienstmöglichkeiten finden sich hingegen erst an neunter Stelle (73 Prozent). Besonders die Banken und Kapitalanlagegesellschaften mit ihren traditionell stark hierarchisch organisierten Strukturen ständen daher vor großen Herausforderungen, folgern die Studienautoren. Ihrer Meinung nach müsse daher ein neuer Dreiklang aus Führung, fairer Entlohnung und angemessenem Bonus gefunden werden. Weitere Informationen unter www.kommalpha.com

AUF DIE SCHNELLE: KURZZEITVERSICHERUNGEN

Der Winter liegt dieses Jahr noch nicht allzu lange zurück. Da haben Freunde am Wochenende schon einmal spontan einen Skiausflug organisiert. Doch wie sieht es dabei eigentlich mit dem Versicherungsschutz aus? Genau für solche spontanen Entscheidungen wurde im Januar 2013 das App-Portal SureNow gelauncht. In Zusammenarbeit mit renommierten Partnerunternehmen werden dort digitale Dienstleistungen und Services mit dem Ziel der Just-in-time-Absicherung des Nutzers gebündelt. Per Smartphone können Verbraucher ortsunabhängig Versicherungsschutz für eine beliebig kurze Zeitspanne (ab 24 Stunden) in Anspruch nehmen. So hat SureNow zum Beispiel als erstes Produkt gemeinsam mit der HDI Versicherung eine Ski- und Snowboard-Sofortversicherung für Wintersportler entwickelt. Darunter fallen Beschädigung oder Diebstahl der Ski-/Snowboardausrüstung und als Unfallfolgen der Invaliditätsfall, Bergungskosten vom Unfallort und Krankenhaustagegeld. Die App „SureNow Ski“ ist auf die Erfordernisse von mobilen Endgeräten zugeschnitten und steht für iOS- und Android-Betriebssysteme gratis zur Verfügung. Weitere Informationen unter: www.surennow.de



Willkommen im Team!

Die R+V Versicherung ist mit mehr als 7 Millionen Kunden und über 12 Milliarden Euro Beitragsentnahmen eine der größten deutschen Versicherungsgruppen. Sie bietet als genossenschaftlicher Versicherer in der **Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken** Privat- und Firmenkunden maßgeschneiderte, innovative Versicherungslösungen aller Art.

Sie suchen nach Ihrem Studium einen interessanten Berufseinstieg, um Ihr fachliches Know-how und Ihre Persönlichkeit erfolgsorientiert einzusetzen und zu entwickeln? Dann nutzen Sie Ihre Chance am Direktionsstandort Wiesbaden und starten Sie Ihre berufliche Zukunft im August 2013. Wir suchen



Trainees (m/w) der Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften Jura Informatik Mathematik

Wir bieten Ihnen ...

- ein maßgeschneidertes Ausbildungsprogramm in spezifischen Unternehmensbereichen im Innendienst
- gezielte Mitarbeit in Themen und Projekten sowie Hospitationen in ausgewählten Schnittstellenbereichen im Innen- und Außendienst
- Kombination von "on the job" Komponenten mit "off the job" Komponenten (Methodentrainings und Fachseminare)
- ein starkes Netzwerk im Unternehmen vom ersten Tag an
- persönliche Betreuung und Förderung
- individuelle Entwicklungspläne
- von Beginn an einen unbefristeten Arbeitsvertrag

Wir erwarten von Ihnen ...

- einen erfolgreichen Hochschulabschluss im Bereich (Wirtschafts-)Mathematik, Rechtswissenschaften, Wirtschaftswissenschaften oder (Wirtschafts-)Informatik

- qualifizierte, berufsorientierte Praxiserfahrung, z. B. durch Ausbildung, Praktika oder Werkstudententätigkeit in der Finanzdienstleistungsbranche
- Wille, Verantwortung zu übernehmen und selbstständig zu arbeiten
- analytische und konzeptionelle Fähigkeiten
- Bereitschaft, sich schnell in neue Themen einzudenken und aus gemachten Erfahrungen zu lernen
- Spaß in einem Team zu arbeiten, sich auf andere einzustellen und zu überzeugen

Ihr Interesse für unser Traineeprogramm ist geweckt ...?

Dann nutzen Sie Ihre Chancen und bewerben sich unter www.jobs.ruv.de über unser Onlineformular.

R+V Versicherung
Recruitingcenter
 Telefon: 06 11 - 5 33 52 10



Bachelor?

Master?

MBA!

Mehr Perspektiven finden Sie in dieser Ecke:

www.mba-corner.de



Foto: Renata Jun

Powered by:

kariereführer

Chancen erkennen



Was jetzt

Bewegung. Es gibt sie auch weiterhin, die negativen Schlagzeilen und wankenden Banken in Krisenstaaten. Und doch: In Deutschland blickt die Finanzbranche zuversichtlich in die Zukunft. Viele Banken haben erkannt, woran es hapert. Nun bringen sie Bewegung in die Sache, treiben den Wandel voran, erarbeiten neue Konzepte – und hoffen dabei auf den Nachwuchs, der mit neuen Ideen und Ansätzen die Finanzwirtschaft beleben soll.

Top-Thema

10

Auf das Personal kommt es an

Die Banken blicken optimistisch in die Zukunft. Und gerade im Wandel bieten sich Absolventen zahlreiche Chancen.

14

„Neue Chance Risikomanagement“

Professor Dr. Michael H. Grote von der Frankfurt School of Finance & Management schätzt die Aussichten für Einsteiger sehr positiv ein.

möglich ist





Auf das Personal kommt es an

Wandel entsteht, wenn Menschen etwas anders machen. So soll es nun auch in der Finanzwirtschaft funktionieren: Um den Kunden noch besser zu verstehen und zu bedienen, setzen die Banken auf die Qualität ihres Personals. Dabei gibt es einige Aspekte, bei denen besonders Einsteiger punkten können.

Von **André Boße**

Die Grundstimmung ist positiv. Dieser Satz sticht aus der Studie „Bank & Zukunft 2012“ heraus, die das Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) vorgelegt hat. 335 Vertreter deutscher Finanzinstitute haben Stellung genommen zu den Perspektiven ihrer Branche, die noch immer von Turbulenzen heimgesucht wird. Und dennoch: Die Grundstimmung ist positiv. Die Finanzbranche hat verstanden. Sie konzentriert sich immer stärker auf den Kunden. Auf seine Bedürfnisse und Wünsche. Aber auch auf seine Vorbehalte und Unsicherheiten. Dass es die Finanzinstitute ernst meinen, zeigen die vier Leitlinien, die die Autoren vom Fraunhofer Institut IAO identifiziert haben.

1. Kunden kennen und verstehen

Die Leitfrage der Branche lautet: Wie können Banken ihre Kunden besser kennenlernen und vorhandene Informationen über diese adäquat nutzen? Der persönliche Kontakt zu den Kunden ist die eine Seite. Hier wollen die Banken noch besser werden, um die Basis für Vertrauen und Zutrauen in ihre Arbeit zu legen. Aber die Studie nennt noch ein zweites Feld, das besonders für den Nachwuchs interessant ist: In den sozialen Netzwerken tun viele Kunden bereitwillig ihre Bedürfnisse und Präferenzen kund. Für Finanzinstitute liegt hier eine echte Chance: Sie können über „Social Network Analysen“ wertvolle Informationen erhalten.

Ein Drittel aller Befragten schreibt dieser Methode eine große oder sehr große Bedeutung zu, nur weniger als zehn Prozent nutzt dieses Instrument bereits. Hier gibt es also Nachholbedarf – wobei die Branche auf das Know-how der jungen Generation im Bereich der sozialen Netzwerke hofft.

2. Kunden besser einbinden

Wer heute ein Auto kauft, hat vor der Unterschrift unter dem Kaufvertrag die Möglichkeit, fast bis ins letzte Detail seine Wünsche einzubringen. Wer im Internet Waren bestellt, kann diese sowie den Verkaufsvorgang über Feedbacksysteme bewerten. Und wer in einem gut geführten Hotel übernachtet, erhält anschließend die Möglichkeit, Ideen mitzuteilen, wie das Angebot noch besser gestaltet werden kann. Kurz: In vielen Branchen werden die Kunden stark eingebunden. Ihre Ideen und Rückmeldungen sind gefragt, und es gibt Mitarbeiter, die dieses Feedback sammeln und auswerten. Die Studie zeigt, dass auch viele Finanzinstitute ihre Kunden stärker in die Wertschöpfungs- und Innovationskette einbeziehen wollen. Die Banken wollen gemeinsam mit den Kunden neue Ideen entwickeln. Dazu gehören zum Beispiel auch modulare Angebote, die von den Kunden eigenständig konfiguriert werden können. Hier gilt: Die junge Generation hat Erfahrungen mit solchen modernen Angeboten, ihre Innovationskraft ist gefragt.



3. Kunden passgenau bedienen

Viel über den Kunden zu wissen, ist die eine Seite. Dieses Wissen im Beratungsgespräch im Sinne der Kunden anzuwenden, die andere. Dabei setzen die Banken bei ihren Mitarbeitern weniger auf „Überzeugungstäter“, denen es gelingt, ein Finanzprodukt so überzeugend rüberzubringen, dass möglichst viele Kundengruppen zugreifen – vom Studenten über die junge Familie bis hin zum Rentner. Denn genau dieses „Über einen Kamm scheren“ hat zum wenig guten Image der Branche beigetragen. Stattdessen setzen mehr als drei Viertel der Banken auf individuelle Lösungen, die im Rahmen von Beratungsgesprächen konfiguriert werden. Um das zu gewährleisten, benötigt die Branche Berater, die offen in die Gespräche hineingehen und die sich darauf verstehen, gut zuzuhören und die Lebenssituation der Kunden einzuschätzen. „Wie die Ergebnisse zeigen, müssen Banken in den Bereichen der Beratungsqualität, der Sicherheit und der Umsetzung von vertrauensbildenden Maßnahmen noch weiter investieren“, formuliert es Claus-Peter Praeg, einer der Autoren der Studie. Gemeint sind damit auch Investitionen in das Beraterpersonal – und auch davon profitieren die Einsteiger von heute.

4. Personalentwicklung und Recruiting

Personalthemen nehmen bei den Banken heute generell eine enorm wichtige Stellung ein: Laut der Studie ist für 80 Prozent der Finanzinstitute die Entwicklung der Mitarbeiter die wichtigste organisatorische Herausforderung, dicht gefolgt vom Recruiting. Die Ban-

ken fördern also den Wandel, indem sie ihre Mitarbeiter weiter- und fortbilden sowie bei der Suche nach neuen Mitarbeitern besonders darauf achten, dass der Nachwuchs in der Lage ist, die Bank fit für die Zukunft zu machen. „Die Studienergebnisse verdeutlichen, dass der Bankmitarbeiter der Zukunft sowohl über eine starke Kommunikationsfähigkeit und eine soziale Kompetenz als auch über eine hohe fachliche Qualifikation verfügen sollte“, so Praeg. Dabei seien nicht nur die Vernetzung mit Kunden, sondern auch die interne und bereichsübergreifende Vernetzung zentrale Erfolgsfaktoren.

Neue Werte?

Bei der Antwort auf die Frage, ob die Werte, für die eine Bank stehen möchte, tatsächlich erfahrbar sind oder nur auf dem Papier existieren, kommt es entscheidend auf die Mitarbeiter an. „Die Werte unseres Unternehmens leben durch unsere Mitarbeiter: durch den Umgang mit unseren Kunden, in der Zusammenarbeit der Mitarbeiter sowie der Qualität der Führung“, sagt Marcella Kessel, Ressortleiterin Talent Management bei der ING-DiBa. Was den Umgang mit den Kunden betrifft, geht die Direktbank mit Sitz in Frankfurt in Sachen Marketing ungewöhnliche Wege: Im Slogan duzt die Bank ihre Kunden. Vor ein paar Jahren wäre das noch völlig undenkbar gewesen. „Das Du steht für eine Haltung. Für die Nähe zum Kunden, die uns wichtig ist“, sagt Kessel. „Es geht nicht darum, Kunden krampfhaft zu duzen, sondern ihnen auf Augenhöhe persönlich zu begegnen.“ Im direkten Kontakt wählen die

AUF EINEN BLICK: BEREICHE MIT BESONDERS GUTEN PERSPEKTIVEN

- Compliance, also die Einhaltung von Gesetzen und Richtlinien: Immer neue Regeln und Vorschriften für den Finanzmarkt sorgen dafür, dass die Compliance – meistens angesiedelt im Risikomanagement – an Bedeutung gewinnt. Gute Chancen haben Einsteiger mit juristischem Know-how.
- Prozess- und Projektmanagement: Beste Chancen für BWL-Absolventen mit diesem Schwerpunkt und sehr gutem Masterabschluss.
- IT und Sicherheit: Die Anforderungen an die Banken in Bezug auf IT-Sicherheit werden immer größer. Entsprechend gefragt sind IT-Compliance-Spezialisten, die ihr Security-Handwerk verstehen und wissen, worauf es bei den Banken ankommt.
- Offline-/Online-Banking: Das Bankgeschäft der Zukunft findet überall und zu jeder Zeit statt. Gute Chancen für strategische Denker, die das Verhältnis zwischen Online- und Offline-Banking neu überdenken.





DOSSIER FINANZMÄRKTE

Interesse an einem Job in der Finanzwelt, aber noch nicht voll im Thema? Das Dossier „Finanzmärkte“ der Bundeszentrale für politische Bildung bietet einen Überblick über die aktuellen Themen und Fragestellungen, geht noch einmal den Auslösern der Krise auf den Grund und hält auf dem Laufenden, mit welchen Regularien zu rechnen ist.

www.bpb.de/politik/wirtschaft/finanzmaerkte

Berater selbstverständlich weiterhin das förmliche Sie. „Weil“, so Kessel, „die Kunden das nach unserer Erfahrung von einer Bank erwarten.“ Wichtiger als die Anrede sei aber die inhaltliche Ausrichtung der Beratungsgespräche: „Wir möchten, dass uns die Kunden als Bank erfahren, die sie kompetent und ohne Verkaufsdruck bei ihrer Entscheidungsfindung unterstützt.“

Im Recruiting setzt die Bank auf exzellentes fachliches Know-how, Internationalität und soziale Kompetenzen: „Wir suchen stärker als früher Talente mit sehr guten Abschlüssen, erster internationaler Erfahrung, fließenden Englischkenntnissen und Interesse an internationalem Austausch“, sagt Kessel. Wichtig seien zudem die Kompetenz, mit anderen an einem Strang zu ziehen, sowie die Bereitschaft, selbst Verantwortung zu übernehmen. „Bei der Auswahl achten wir stärker auf die Fähigkeit, erfolgreich mit komplexen Situationen umzugehen und lösungsorientiert zu arbeiten.“

Perspektivbereich Immobilien

Sich Fähigkeiten anzueignen, ist das eine. Einsteiger wünschen sich jedoch auch Bankbereiche mit Zukunft. Ein Teilbereich, der Absolventen aktuell besonders gute Perspektiven bietet, ist das Asset Management in der Immobilienwirtschaft. Durch das andauernde Krisengefühl haben sich Immobilien zu den beliebtesten Anlagemodellen entwickelt. Jedoch teilt sich der Markt bei den offenen Fonds in zwei Lager auf: Da sind auf der einen Seite die offenen Fonds, die in Schieflage geraten sind

und derzeit abgewickelt werden. Auf der anderen Seite bieten gut aufgestellte und solide zusammengesetzte offene Fonds weiterhin gute Chancen für den Nachwuchs. Größter Anbieter von offenen Immobilienfonds in Deutschland ist nach eigenen Angaben der Deka Bank Konzern. „Im Geschäftsfeld Asset Management Immobilien ist die komplette Immobilienkompetenz des Konzerns gebündelt“, beschreibt Torsten Knapmeyer, Geschäftsführer der Deka Immobilien. „Hier ist nicht nur das Fondsmanagement angegliedert, sondern auch der An- und Verkauf sowie die Vermietung und Verwaltung der Immobilien, sodass Einsteiger die gesamte Prozesskette erleben können.“ Wer erfolgreich im Asset Management arbeiten möchte, muss ein Gefühl für Langfristigkeit und Risiko besitzen. Die Fonds bestehen in der Regel aus Objekten in verschiedenen Ländern mit unterschiedlichen Nutzungsarten. Diese Diversität verringert das Risiko: Droht einer Immobilie im Land A ein Wertverfall durch geringere Mieteinnahmen, kann eine Immobilie in Land B den Verlust abmildern. „Um ein solches Immobilienportfolio aufzubauen, ist es unerlässlich, die unterschiedlichen Märkte zu kennen und deren weitere Entwicklung abzuschätzen“, sagt Knapmeyer.

Wie in der gesamten Finanzbranche gilt auch hier: Gesucht werden Persönlichkeiten, die sich erstens bestens auskennen und zweitens auf dieser Basis die richtigen professionellen Schlüsse ziehen – und zwar mit Blick auf den Kunden, den man genauso gut einzuschätzen vermag wie den Markt.

$$\mathbf{x}_n = \begin{pmatrix} x_n^a \\ x_n^b \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} -1/x_{n-1}^a + 1/x_{n-1}^b \\ x_{n-1}^a \end{pmatrix} + \begin{pmatrix} w_n \\ 0 \end{pmatrix}$$

Ihre Karriere bei uns ist keine Gleichung mit vielen Unbekannten. Lernen Sie uns kennen.

Wir suchen Aktuare und Versicherungsmathematiker (m/w).

www.perspektiven.allianz.de

Allianz Karriere

Allianz 



„Neue Chance Risikomanagement“

Wenn es darum geht, die Perspektiven der Finanzbranche zu analysieren, ist Professor Michael H. Grote von der Frankfurt School of Finance & Management ein begehrter Gesprächspartner. Für den **karrierefürher** schätzt der 43-Jährige die Aussichten für Einsteiger trotz aller Unkenrufe sehr positiv ein.

Die Fragen stellte **André Boße**.

ZUR PERSON

Prof. Dr. Michael H. Grote ist Vizepräsident für die Lehre bei der Frankfurt School of Finance & Management, einer der führenden Privathochschulen in Deutschland. Nach einem Doppelstudium in Volkswirtschaftslehre und Politikologie promovierte er an der Frankfurter Goethe-Universität über die Entwicklung des Finanzplatzes Frankfurt. Der 43-Jährige ist Professor für Corporate Finance. In dem 2009 erstmals vom Handelsblatt durchgeführten Ranking der Forschungsproduktivität aller deutschsprachigen BWL-Professoren zählt Michael H. Grote zu den besten zehn Prozent.

Herr Professor Grote, wenn Sie den Karriereeinstieg eines Bankers von heute mit dem vor zehn Jahren vergleichen: Was ist grundlegend anders?

Es gibt schon Änderungen, wobei die Stimmung vor zehn Jahren auch schlecht war. Damals war gerade die Neue-Markt-Blase geplatzt. Insbesondere 2003 war der Katzenjammer groß, die Kurse im Keller. Die Jahre ab 2004 waren dann wieder von einer recht positiven Grundstimmung geprägt. Der große Unterschied: Damals standen die Chancen im Vordergrund, heute schaut die gesamte Finanzbranche viel mehr auf die Risiken.

Kann man daher von einem echten Kulturwandel sprechen?

In meinen Augen schon, ja. Damit geht einher, dass die schlagzeilenträchtigen Verdienstmöglichkeiten für Berufseinsteiger heute seltener geworden sind – wobei man sagen muss, dass es diese auch früher immer nur für sehr wenige gab. Infolge des Wandels sind aggressive Verkäufertypen weniger gefragt. Neue Chancen bieten sich dafür im Risikomanagement und allem, was dazugehört. Also in den Abteilungen, die sich mit der Vielzahl von neuen Vorschriften auf allen Ebenen auseinandersetzen – etwa im Bereich Compli-

ance, der Validierung von Risikomodellen oder dem Aufsichtsrecht.

Können Sie Einsteigern Argumente an die Hand geben, mit denen diese gegen ihr momentanes Image ankämpfen können?

Natürlich ist es wahr, dass durch die Finanzkrise die Branche in ein schlechtes Licht gerückt ist. Ich denke aber, dass dies durch die Medien auch etwas aufgebauscht wird. Wenn jemand, den Sie kennen, bei einer Bank anfängt zu arbeiten, erhält diese Person ja kein schlechtes Image. Knapp 100 Prozent der Banker sind ganz gewissenhafte Leute, die sehr sorgfältig und nach bestem Wissen und Gewissen ihre Arbeit verrichten – und dies bei gutem, aber in der Regel nicht aufsehenerregendem Gehalt. Man darf zudem ja nicht vergessen: Die Dienstleistungen der Finanzbranche werden benötigt und nachgefragt. Nach wie vor suchen Sparer und Anleger nach Möglichkeiten, ihre Ersparnisse gut anzulegen, andere wollen Wohnungen und Häuser finanzieren. Auch Unternehmen müssen sich finanzieren und ihre internationalen Risiken gut absichern. Das sind notwendige und wichtige Tätigkeiten, die Banken und Banker erfüllen. Und sie tun das in einer faszinierenden Bran-



che, die sich durch eine hohe Internationalität auszeichnet.

Wenn Sie die Geschäftsbereiche der großen Banken betrachten: In welchen Bereichen sind die Chancen für Einsteiger gut?

Es gibt eigentlich keinen Bereich, den ich gar nicht empfehlen kann. Es wird sicher in zehn Jahren weniger Zweigstellen geben als bisher, aber das ist ein langfristiger und schon lange andauernder Prozess. Gute und sehr gute Einstiegsmöglichkeiten bieten sich im Risikomanagement, in der Compliance sowie bei der Integration von Online- und Offline-Banking. Darüber hinaus bieten sich auch im Investmentbanking, insbesondere in der Beratung, immer wieder tolle Möglichkeiten.

Wenn Sie den „optimalen Banker“ für die kommenden Jahren definieren sollten, welche Eigenschaften, die heute immer noch zu wenig zählen, sind unverzichtbar?

Neben hoher Integrität und einer generellen Leistungsbereitschaft vor allem die Fähigkeit, sich in die Position des Kunden hineinzuversetzen.

Erhalten denn die Banker von ihren Arbeitgebern ausreichend Unterstützung und Zeit, um sich tatsächlich in ihre Kunden hineinzuversetzen zu können? Bisher standen sie ja vor allem unter Druck, Zielvorgaben zu erreichen.

Ich denke, in den Banken setzt sich ein neues Bewusstsein durch: Die Bedürfnisse der Kunden werden ernster genommen, als dies eventuell vorher

der Fall war. Allerdings ist die Bereitschaft der Kunden, für eine Beratung entweder in Form höherer Preise oder durch explizite Beratungsgebühren zu bezahlen, momentan noch sehr gering. Man sieht das auch am Erfolg des

Online-Bankings. Insgesamt stehen bei vielen Banken die Geschäftsmodelle in dieser Hinsicht auf dem Prüfstand. Die Herausforderung lautet, Beratung und preisgünstiges Online-Banking profitabel miteinander zu vermählen.

Anzeige

Berufsbegleitend studieren an der HFH in Ihrer Nähe.



Nutzen Sie die Vorteile eines Fernstudiums und informieren Sie sich über unsere Studiengänge

- Betriebswirtschaft (B.A.)**
- Wirtschaftsrecht (LL.B.)**
- Wirtschaftsrecht online (LL.B.)**
- General Management (MBA)**
- Wirtschaftsrecht online (LL.M.)**

Fördern Sie jetzt kostenlos Ihre Studienführer an.

Infoline:
040/350 94 360
(mo.-do. 8-18 Uhr, fr. 8-17 Uhr)



www.hfh-fernstudium.de

Top-Manager

Der Personalvorstand der Allianz Deutschland im Interview

Dr. Wolfgang Brezina

Der Versicherer. Lust aufs Risiko war gestern. Heute steht die Sicherheit hoch im Kurs. Gute Zeiten für Versicherungsunternehmen. Auch für die Allianz. Dennoch: Die großen Versicherungsgesellschaften müssen mit der Zeit gehen, um die Bedürfnisse des Kunden zu erkennen. Personalvorstand Dr. Wolfgang Brezina erklärt im Interview, auf welche Qualitäten er dabei bei Einsteigern setzt und wie sich die Branche generell wandelt. Die Fragen stelle André Boße.



Top-Manager

”

Wir reden vom hybriden Kunden. Den Kunden, der in allen Bereichen zum Premiumangebot greift, gibt es heute genauso wenig wie den, der es grundsätzlich möglichst günstig haben möchte.“

Herr Dr. Brezina, Begriffe wie Sicherheit und Risikoversorge stehen heute hoch im Kurs. Profitiert Ihre Branche davon?

Durchaus. Wobei Versicherungen selbstverständlich auch in Zeiten bedeutsam sind, in denen andere Begriffe Konjunktur haben. Eine Volkswirtschaft ohne Versicherungen ist heute längst nicht mehr denkbar. Wir übernehmen zahlreiche Risiken und sichern damit die Funktionsfähigkeit moderner Gesellschaften.

Sollten Versicherungen am Puls der Zeit sein?

Das wird immer wichtiger. Versicherungen halten im Idealfall mit den gesellschaftlichen Veränderungen Schritt. Nehmen Sie die Megatrends dieser Zeit wie den demografischen Wandel. Wir als Branche stehen vor der Aufgabe, die richtigen Antworten auf Themen wie Pflege oder die betriebliche Altersvorsorge zu finden. Je eher wir das tun, desto besser ist es für unser Geschäft – aber auch für die Gesellschaft.

Das Image der Banken ist noch immer angekratzt. Warum hält sich die Versicherungsbranche in dieser Hinsicht schadlos?

Wir mussten und müssen für unsere Geschäfte schon immer ein hohes Maß an Solidität und Sicherheit an den Tag legen. Als Versicherer sind wir in erster Linie an sicheren, beständigen, langfristigen und nachhaltig wertschöpfenden Kapitalanlagen interessiert. Diese wählen wir nach den Grundsätzen der Sicherheit, Rentabilität und Streuung aus. Aufgrund dieser Maxime sind wir in der Lage, selbst bei hoher Volatilität

an den Kapitalmärkten unseren Verpflichtungen gegenüber unseren Kunden jederzeit nachzukommen. Das hebt uns im Vergleich zu anderen Branchen positiv ab – natürlich gerade in Krisenzeiten.

Wo liegt dann Ihr Alleinstellungsmerkmal als Arbeitgeber?

Der entscheidende Unterschied zu anderen Bereichen in der Finanzbranche ist, dass wir Risiken langfristig absichern. Das gilt insbesondere für die klassischen Lebensversicherungen mit garantierten Verzinsungen: Wir haben unseren Kunden über Jahrzehnte hinweg eine feste Rendite versprochen. Dementsprechend vorsichtig müssen wir mit den Mitteln der Kunden umgehen. Der schnelle Euro unter großem Risiko ist genau nicht das, was wir wollen. Klar, auch wir wollen gute Renditen erwirtschaften. Aber dieser Aspekt steht immer im direkten Spannungsfeld mit unserem hohen Anspruch an Verlässlichkeit. Um es auf den Punkt zu bringen: Auch in der Versicherungsbranche müssen Entscheidungen schnell getroffen werden, aber sie müssen unbedingt gut durchdacht sein, weil sie eine große Tragweite besitzen.

Wie laufen bei Ihnen solche Entscheidungsprozesse ab?

Das geschieht sehr arbeitsteilig. Für uns arbeiten hochqualifizierte Spezialisten aus allen möglichen Fachgebieten. Dazu zählen natürlich Versicherungsmathematiker, aber auch Fachleute fürs Marketing und die Marktforschung, IT und den Vertrieb. Was zunimmt, ist die Bedeutung von Projektstrukturen.

Wie hat sich das Thema Vertrieb in den vergangenen Jahren entwickelt?

Der Vertrieb ist heute mehr denn je auf das Know-how der Kollegen aus anderen Bereichen angewiesen – gerade mit Blick auf künftige Bedürfnisse unserer Kunden. Unsere Vertreter wissen, was der Kunde heute will und ob unsere Produkte passen oder nicht. Wie das in drei oder fünf Jahren sein wird, offenbart sich ihm im Gespräch mit den Kunden jedoch nicht. Doch genau dieser Blick auf morgen und übermorgen ist wichtig, da sich die Wünsche des Kunden deutlich schneller wandeln als früher. Daher fließt die Marktforschung heute mehr denn je in die Produktgestaltung mit ein.

Auf was für Kunden treffen heute die Einsteiger der Versicherungsbranche?

Wir reden vom hybriden Kunden. Den Kunden, der in allen Bereichen zum Premiumangebot greift, gibt es heute genauso wenig wie den, der es grundsätzlich möglichst günstig haben möchte. Das Verhalten ändert sich je nach Lebenssituation, je nach Bereich. Während der Kunde in einem Segment streng auf den Preis achtet, verlangt er in einem anderen nach Premiumqualität. Der Vertrieb muss darauf vorbereitet sein, dass der Kunde sein Verhalten von Entscheidung zu Entscheidung neu abwägt. Zudem haben wir festgestellt, dass es für die Kunden keine festen Wege zu ihrer Versicherung mehr gibt. Es kann sein, dass ein Kunde sich zunächst im Internet über die Angebote informiert und dann zu seiner Versicherung geht, um sich beraten zu lassen.

„Für uns arbeiten hochqualifizierte Spezialisten aus allen möglichen Fachgebieten. Dazu zählen natürlich Versicherungsmathematiker, aber auch Fachleute fürs Marketing und die Marktforschung, IT und den Vertrieb.“



Wie reagieren Sie auf diese Entwicklung?

Zum Beispiel, indem jede Allianz-Agentur einen eigenen Internet-Auftritt erhält. Wir stellen den Rahmen zur Verfügung und geben Mindestanforderungen vor, aber der Vertreter kann dann das Internet und auch Social Media als Vertriebsplattform nutzen.

Sprich: Der Vertrieb erhält mehr Möglichkeiten. Wird er dadurch auch für Akademiker interessanter?

Ich denke schon. Sie finden hier eine Reihe von exzellenten Unternehmerpersönlichkeiten. Unsere großen Agenturen erreichen durchaus die Umsatzzahlen von beachtlichen mittelständischen Unternehmen. Für Absolventen ist das selbstverständlich interessant.

Sie selbst sind vor gut 20 Jahren in die Branche eingestiegen – und ihr bis heute treu geblieben.

Und zwar ganz einfach deshalb, weil sie mir persönlich immer neue und spannende Perspektiven gegeben hat. Ich habe das Versicherungsgeschäft in den vergangenen Jahren nie als langweilig empfunden. Im Gegenteil.

Lässt sich Ihre Einstiegenergeneration von damals mit der von heute vergleichen?

Kaum, denn da hat sich einiges getan. Ende der 80er-, Anfang der 90er-Jahre dominierte noch eine Art von Yuppie-Kultur: Es schien wichtig, möglichst lange im Büro zu sein, Arbeitstage bis 22 Uhr waren keine Seltenheit. Viele hatten damals, so muss man es rückblickend sagen, keine vernünftige Balance zwischen Arbeit und Beruf. Wer heute einsteigt, legt darauf deutlich mehr Wert. Und wir als Arbeitgeber stehen vor der Aufgabe, diese vernünftige Haltung entsprechend zu unterstützen.

ZUR PERSON

Dr. Wolfgang Brezina, geboren 1961 in Steyr in Österreich, schloss sein Studium an der Uni München als Diplom-Kaufmann ab. Nach der Promotion stieg er 1991 in die Versicherungsbranche ein, zunächst für sechs Jahre bei der Vereinten Versicherung, ab 1998 bei der Vereinten Krankenversicherung als Abteilungsleiter Planung und Controlling. Im Jahr 2000 rückte er in den Vorstand des Münchener Versicherungsunternehmens auf, das 2003 von der Allianz übernommen wurde. Zur Allianz Deutschland wechselte Brezina 2006 zunächst als Vorsitzender der Regionalleitung des Dienstleistungsgebietes Südost. 2009 wurde er in den Vorstand der Allianz Deutschland AG berufen. Sein Ressort: Personal und Interne Dienste.

ZUM UNTERNEHMEN

Die Allianz Deutschland ist in der Schaden- und Unfallversicherung, der Lebensversicherung, der Krankenversicherung sowie im Bankgeschäft tätig. Dabei bildet sie als Holding das Dach für die drei deutschen Versicherungsgesellschaften der Allianz – die Sach-, die Lebens- und die Private Krankenversicherung – sowie für die Oldenburgische Landesbank mit ihrer Zweigniederlassung Allianz Bank. Der Konzern hat in Deutschland rund 19 Millionen Kunden. Mit mehr als 9000 Vertretern und rund 30.000 Mitarbeitern erzielt das Unternehmen einen Umsatz von mehr als 28 Milliarden Euro – das ist rund ein Viertel des Gesamtumsatzes der Gruppe. Diese ist in etwa 70 Ländern vertreten und gehört damit zu den größten Finanzdienstleistern der Welt.



Den Kunden kennen

Auch die Regionalbanken sind Universalkreditinstitute, die sämtliche finanzbezogenen Dienstleistungen in ihrem Portfolio haben. Doch durch ihre enge Verzahnung mit den Regionen, an die die jeweils eigenständigen Institute vertraglich gebunden sind, steht für sie ganz klar der Kunde im Mittelpunkt des Geschäfts. Die Strukturen der Regionalbanken sind dafür ein perfekter Wettbewerbsvorteil.

Von **Christoph Berger**

Mareike Schiller hat ihren Wunsch- arbeitsgeber gefunden. Die 32-jährige Volljuristin kann sich nur schwer eine spannendere und abwechslungsreichere Tätigkeit als die Arbeit bei der Sparkasse Bochum vorstellen – dort ist sie inzwischen zur stellvertretenden Leiterin der Rechtsabteilung mit 21 Kollegen aufgestiegen. Sie beschäftigt sich unter anderem mit Darlehensverträgen, Zwangsversteigerungen, Betrugsfällen und Wertpapiergeschäften. „Für neue Produkte erstelle und überprüfe ich außerdem Verträge, meine Kollegen unterstütze ich bei Erbschaftsfällen“, erklärt sie. Zudem kam in den letzten Jahren immer mehr Führungsverantwortung hinzu. Das bedeutet vermehrte Koordination und Organisation.

Das Netz der Sparkassen und Volksbanken Raiffeisenbanken in Deutschland ist eng gestrickt. Im Mai 2012 zählte die Sparkassen-Finanzgruppe 426 Sparkassen mit 245.969 Mitarbeitern. 88 Prozent ihrer Angestellten arbeiten in bankspezifischen Bereichen. Dazu kommen die acht Landesbank-Konzerne mit der Deka Bank. Zehn Landesbausparkassen, die Deutsche Leasing-Gruppe und elf öffentliche Erstversicherungsgruppen sind weitere Unternehmen der Finanzgruppe. Ähnlich ist die Verbreitung bei den Volksbanken Raiffeisenbanken: Rund

1101 Banken mit 13.000 Geschäftsstellen werden nach eigener Aussage betrieben – alle rechtlich und wirtschaftlich selbstständig. Durch diese Dichte an Filialen erreichen die Regionalbanken so gut wie alle Menschen in Deutschland: Es gibt nur wenige Ortschaften, die nicht mit Filialen oder Geschäftsstellen erschlossen sind.

Genau in dieser regionalen Ausrichtung liegt auch eine der Chancen für Hochschulabsolventen: „Wer plant, sich beruflich regional auszurichten, hat bei der Sparkasse hervorragende Voraussetzungen“, sagt Carsten Kaulfuß, stellvertretender Personalleiter der Sparkasse Bochum. Die Regionalbank im Ruhrgebiet betreibt mit rund 1300 Mitarbeitern 45 Geschäftsstellen. „Unser Wettbewerbsvorteil ist die Marktkenntnis, wir kennen die politischen und wirtschaftlichen Strukturen der Region sowie von vielen Finanzierungsvorhaben und Standorten die Vor- und Nachteile und können demnach individuell und zielgerichtet beraten“, erklärt Kaulfuß. Auch wenn es aufgrund dieser Strukturen nicht zwingend nötig ist, als Einsteiger selbst aus der Region zu kommen: Ein Vorteil ist es allemal. Zumindest gehört es zu den Grundvoraussetzungen, sich auf die regionale Nähe zu den Kunden einzulassen. Damit Hochschulabsolventen den Bereich



finden, der zu ihnen passt, bietet die Bochumer Sparkasse ein individuell gestaltbares zweijähriges Trainee-programm an. Danach können die Trainees wählen zwischen einer Fach- und einer Führungskräfteaufbahn. Aufgrund der Kundenstruktur werden vor allem Experten für das Retailgeschäft gesucht, also jene Geschäftsbereiche, die unmittelbar im Zusammenhang mit Privatpersonen stehen.

Mareike Schiller ist über eine Initiativbewerbung zur Sparkasse Bochum gekommen. Nach einem Bewerbungsgespräch durchlief sie das Trainee-programm. In dieser Zeit arbeitete sie auch in den einzelnen Filialen der Sparkasse und bekam so einen hervorragenden Einblick in die Vorgänge einer Bank. Zu schätzen weiß sie auch den engen Kontakt zu Kunden und Kollegen aus anderen Bereichen.

Auch die Regionalbanken stehen vor Herausforderungen: Auf der einen Seite müssen sie sich in der Kosten-Ertrags-Relation verbessern. Momentan stellen Regionalinstitute fest, dass sie im Vergleich zu den Vorjahren etwa 30 Prozent ihres Zinsertrags durch die niedrigen Zinsniveaus in der Eurozone einbüßen. „Diese wegfallenden Erträge müssen sie durch Kosteneinsparungen oder alternative Ertragsquellen wieder

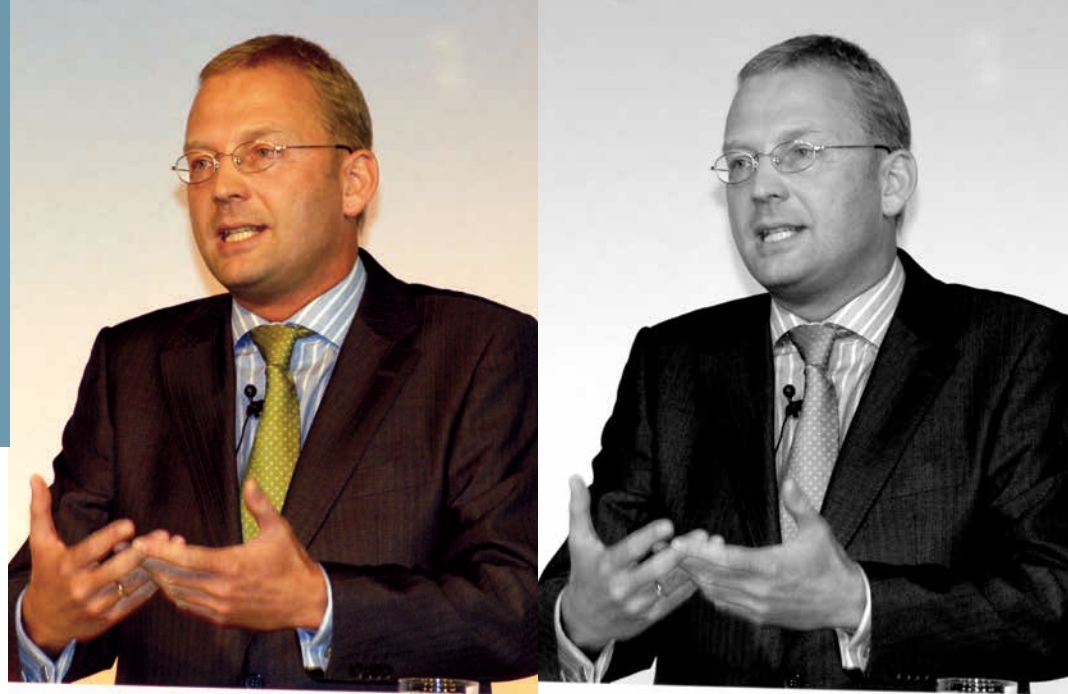
reinholen“, sagt der auf Banken spezialisierte Unternehmensberater Prof. Dr. Bernd Nolte. Auf der anderen Seite sieht er im gesamten Themenkomplex Nachhaltigkeit und Unternehmensfinanzierung neue Ertragsquellen: „Es geht hier um die Finanzierung nachhaltiger Energiegewinnungstechnologien, zum Beispiel Biogas, Photovoltaik oder Windkraft.“ Da entstanden derzeit ganz neue Geschäftsmodelle. Regionalinstitute finanzieren beispielsweise viele Energie- oder Bürgergenossenschaften und vermitteln Beteiligungskapital zwischen den örtlichen Energieunternehmen und den Bankkunden. „Zusätzlich müssen die Banken ihre Filialnetze und Kostenstrukturen überprüfen“, erklärt Nolte. Der demografische Wandel müsse hier seiner Meinung nach genutzt werden, um die Filialen neu zu positionieren und um kostenwirtschaftlicher zu werden. Drängende Herausforderungen also – mit mehreren Stellschrauben. Und interessant für Absolventen, die aufgrund der neuen Geschäftsmodelle schon früh mit diesen unternehmerischen Herausforderungen in Berührung kommen, Einblicke ins Bankmanagement erlangen und dadurch den General-Management-Ansatz „live“ miterleben können.

MITARBEITER IN KREDITGENOSSENSCHAFTEN

Nach dem Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) waren 2011 bei den deutschen Genossenschaftsbanken inklusive der Sparda-Banken und PSD Banken 158.250 Mitarbeiter im Bankgeschäft angestellt. Gegenüber 1990 ist dies eine positive Entwicklung, damals waren es 151.400. Allerdings gab es auch schon einmal mehr Angestellte: 1997 wurden 171.800 Mitarbeiter gezählt. Insgesamt gehört die genossenschaftliche FinanzGruppe zu einer der größten Bankengruppen Deutschlands.

Quelle: www.bvr.de

Special Regionalbanken



Organische Karrieren

Wer seinen Berufsweg über viele Stationen geht, empfiehlt sich für größere Aufgaben. Dies liegt auch daran, dass die Geschäftsfelder einer Bank heute immer enger verdrahtet sind und in ihrer Komplexität vernetzt gesteuert werden. Vor allem Mitarbeiter aus einer Regionalbank sind in der Lage, genau diese Aufgaben sehr gut zu meistern, erklärt Prof. Dr. Bernd Nolte im Interview.

Die Fragen stellte **Christoph Berger**.

ZUR PERSON

Prof. Dr. Bernd Nolte ist Sprecher der Geschäftsführung der auf Banken spezialisierten Unternehmensberatung 4P Consulting in Stuttgart. Als Professor unterrichtet er an Universitäten in Berlin, Stuttgart, Arbil (Irak) und Ulan Bator (Mongolei). 2008 und 2009 wurde er von der Steinbeis Stiftung und vom Stuttgart Institute of Management and Innovation zum Best Lecturer of the Year ausgezeichnet.

Herr Professor Dr. Nolte, welche Banken fallen unter den Begriff Regionalbanken, und wie sind ihre Strukturen?

Unter Regionalbanken verstehen wir in erster Linie Genossenschaftsbanken, sprich Volksbanken und Raiffeisenbanken, sowie Sparkassen, also Stadt- und Kreissparkassen. Die Institute haben ihren Aktivitätsschwerpunkt gebietsmäßig ganz klar umrissen und beschränken sich aufgrund ihres Regionalprinzips auf Kunden in ihrem Geschäftsgebiet.

Was ist das Geschäftsmodell der Regionalbanken: Sind sie in allen Bankbereichen aktiv?

Regionalbanken sind klar identifizierbar über das, was man aus der Finanzkrise heraus als „realwirtschaftliches Dienen“ definiert. Das bedeutet: Auf der einen Seite sammeln sie die Einlagen im Geschäftsgebiet: die Spargelder, Termineinlagen und Festgelder. Auf der anderen Seite finanzieren sie Bau-, Gewerbe- und Unternehmensvorhaben. Im Kredit- und Anlagegeschäft sind sie gezwungen, auch in die Kompetenzfelder der Großbanken einzudringen. Dabei verschmelzen Finanzierungs-, Rechts- und Steuerkenntnisse immer

mehr. In den Feldern Gewerbe- und Baufinanzierung sind die Regionalbanken in Sachen Kompetenz, Ortsnähe, Kenntnis der Kunden und Objekte klar im Vorteil.

Sind die Regionalbanken auch im Investmentbanking aktiv?

Ja. Im Sparkassensektor läuft das Investmentbanking über die Deka Bank, sie ist die Wertpapierbank der Sparkassen. Zahlreiche Mitarbeiter bei der Deka kommen dabei aus den Sparkassen. Für den karriereorientierten jungen Absolventen gibt es die Möglichkeit, einige Jahre in einer Kreissparkasse zu arbeiten und dann zur Deka zu gehen, um sich beispielsweise im Investmentbanking weiterzuentwickeln. Daran hat auch die Deka großes Interesse, da diese Mitarbeiter das Geschäft vor Ort verstehen. Bei den Genossenschaftsbanken gibt es genau das Gleiche. Statt der Deka sind es dort die Union Investment und die DZ Bank. Auch da gibt es die Durchlässigkeit der Karrierewege.

Welche Vorteile sehen Sie in der regionalen Verankerung?

Eine Königsdisziplin im Bankenbereich ist das Firmenkundengeschäft. Wer bei



Nur die Besten für die Besten.

Jobware – Der Stellenmarkt für Fach- und Führungskräfte.

Beste Einstellungschancen.

Unternehmen schätzen die über Jobware eingehenden Bewerbungen besonders.

Täglich frische Anzeigen.

Alle bei Jobware angebotenen Positionen sind aktuell. Jede Bewerbung lohnt sich.

Auch Dotierungen über 80.000 Euro ...

... über 100.000 Euro, über 120.000 Euro – und natürlich auch Einstiegspositionen.



WANTED!
Controller

WANTED!
Produktmanagerin

WANTED!
Financial Consultant

WANTED!
Referentin Kapitalanlagen

Special Regionalbanken



SPARKASSEGESETZ

Das Sparkassenrecht in Deutschland wird von den einzelnen Bundesländern geregelt und gestaltet – es gibt also 16 verschiedene Sparkassengesetze. Das liegt daran, dass Sparkassen in der Regel öffentlich-rechtliche Kreditinstitute sind.

Daneben gibt es jedoch auch die „Freien Sparkassen“. Diese sind im Verband der Deutschen Freien Öffentlichen Sparkassen zusammengeschlossen und nicht kommunal gebunden. Dem Verband gehören sechs deutsche Freie Sparkassen sowie eine deutsche öffentlich-rechtliche Sparkasse, die aus einer Freien Sparkasse hervorgegangen ist, als ordentliche Mitglieder an.

einer Regionalbank seine Karriere startet, lernt Schritt für Schritt das Kredit- und Finanzierungsgeschäft, vom kleinen und mittelständischen Betrieb bis hin zu den großen Unternehmen – eine organische berufliche Fortentwicklung. Diese Leute sind später auch bei Investmentbanken sehr gefragt. Das halte ich für einen hochinteressanten beruflichen Entwicklungsweg. Bei einer Großbank steigen viele hingegen direkt nach dem Studium in ein Spezialsegment des Unternehmensgeschäfts ein, ohne jemals eine Maschinenfinanzierung bei einem mittelständischen Betrieb mit 50 Angestellten gemacht zu haben.

Ist es durch die Filialdichte der Regionalbanken leichter, schnell ins mittlere Management aufzusteigen und Führungsverantwortung zu übernehmen?

Unbedingt. Gerade im Bereich der Mitarbeiterführung halte ich es für sehr hilfreich, wenn man schon einmal eine Filiale mit acht Mitarbeitern geführt hat, dann eine mit 25 bis 40 Personen, um dann vielleicht mal eine Abteilung oder einen ganzen Bereich zu leiten. Auch das ist ein organisches und schrittweises Weiterentwickeln von theoretisch Erlernem mit praktischer Anwendung.

Und wie sieht es mit dem Aspekt der Internationalität aus, kann eine Regionalbank auch Auslandsaufenthalte bieten?

Wenn Sie beispielsweise für eine Regionalbank einige Jahre im Gewerbedüngengeschäft tätig waren, können Sie

sehr gut zu einer ausländischen Bank in die Kundenbetreuung wechseln. Das Angenehme am Bankgeschäft ist ja, dass es – vielleicht mit Ausnahme einiger kultureller Besonderheiten – überall recht ähnlich funktioniert. Wer mehrsprachig ist, findet in Amerika, Asien oder im arabischen Raum auch einen Job. Bei so einem Schritt sehen die Leute zudem, was für ein großes Know-how sie haben. Das ist vielen bis dahin nicht immer klar.

Bisher entwickeln die Regionalbanken ihren Nachwuchs noch eher selbst, der typische Weg läuft über eine Ausbildung und ein darauf aufbauendes Studium an einer unternehmenseigenen Akademie. Wo ist da Platz für Uni- und Fachhochschulabsolventen?

Das ist unter zwei Gesichtspunkten zu betrachten: Man stellt gerne Leute ein, die einem im Werdegang ähneln. Das trifft auch auf Personalverantwortliche in Regionalinstituten zu. Daher wurden bisher viele auch ohne Hochschulabschluss eingestellt. Die jetzt nachkommende Generation der Führungskräfte hat aber kaum mehr dieses „Kompetenzangstsyndrom“ vor Höherqualifizierten. Sie suchen auch Hochschulabsolventen und entwickeln sie über die Sparkassen- oder Genossenschafts-akademien gezielt bankfachlich weiter. Das halte ich auch für wichtig. Das Hochschulstudium alleine wird auf dem Weg zur Spitze nicht ausreichen.

Deine Jobsuche: ungeahnte Möglichkeiten



Bei uns dreht sich alles um deine berufliche Zukunft:


- Profitiere von unserem praktischen Online-Bewerbungsmanager!
- Triff auf unseren Karriere-Events viele attraktive Arbeitgeber!
- Informiere dich über interessante Stellenangebote!
- Hole dir nützliche Bewerbungstipps von Experten!

Infos und Bewerbungsservice unter: www.iqb.de

Join us on Facebook: [f /iqb.de](https://www.facebook.com/iqb.de)

IQB.de
CAREER SERVICES

Das Auto gibt den Ton an



Kopf: Christopher Voigt, 24 Jahre,
Absatzförderer im Marken-
management, Bereich Consulting

Christopher Voigt suchte eine berufliche Verbindung zum Auto – und fand sie bei einer Autobank. Seit seinem Einstieg beschäftigt er sich damit, wie er den Absatz seiner Lieblingsmarke erhöhen kann.



Bei meinem Faible für Autos hätte ich eigentlich Ingenieur werden müssen. Doch um in diesem Bereich erfolgreich zu sein, reicht mein technisches Verständnis leider nicht aus, glaube ich. Anders sieht es im kaufmännischen Bereich aus. Der liegt mir, was vielleicht auch damit zusammenhängt, dass ich zu Schulzeiten schon ein Wirtschaftsgymnasium besucht habe. Um nun aber trotzdem im Automobilumfeld arbeiten zu können, fand ich einen anderen Weg – den über eine Autobank. Drei Jahre lang studierte ich an der Welfenakademie in Braunschweig Betriebswirtschaft mit den Vertiefungen Banken und Versicherungen. Parallel dazu absolvierte ich bei der Volkswagen Financial Services AG, dem automobilen Finanzdienstleister des Volkswagen Konzerns, eine Lehre zum Bankkaufmann: ein typischer dualer Studiengang.

Zum Ende meines Studiums unterhielt ich mich dann eher zufällig mit einem Abteilungsleiter aus dem Bereich Markenmanagement. Das entwickelte sich schließlich zu einem Bewerbungsgespräch und verlief so gut, dass ich direkt nach meinem Abschluss dort beginnen konnte. Markenmanagement bedeutet in dem Fall, dass wir attraktive Finanzprodukte für den Autoerwerb entwickeln. Es handelt sich also um Absatzfördermaßnahmen, in unserem Fall für Volkswagen. Hierbei spielen vor allem das Pricing und das Leasing für unsere Kunden eine wesentliche Rolle. Es handelt sich bei meinem Job vor allem um eine operative Tätigkeit, in die jedoch auch strategische Überlegungen einfließen. So stimmen wir mit den



Konzernmarken zusammen ab, wo die Finanzierungsbedingungen für das Modell Golf im Vergleich zu anderen Wettbewerbsmodellen anderer Marken liegen soll.

Das Aufgabengebiet einer Autobank ist prinzipiell erst einmal originäres Bankgeschäft. Allerdings gibt es bei uns beispielsweise kein klassisches Investmentbanking. Und auch das Wertpapiergeschäft spielt nur eine untergeordnete Rolle – auch wenn ein Handel über uns möglich ist. Wir haben dagegen eine starke Anbindung an den Hersteller, der unser Aktivgeschäft klar vorgibt. Ich beschäftige mich zum Beispiel gerade vorrangig mit Captive-Konzepten für Einzelkunden. „Wie können wir unsere Produkte und Prozesse noch besser auf den Handel ausrichten?“, ist dabei die entscheidende Frage

Spannend ist die Arbeit für mich aus mehreren Gründen. Zwei will ich beispielhaft herausstellen: Zum einen werden wir schon relativ früh in die Produktentwicklung einbezogen. Ich bekomme daher auch einiges von Autos mit, die erst in einiger Zeit auf den Markt kommen. Das ist für mich als Autofan also eine schöne Verknüpfung von Beruf und Hobby. Zum anderen kam ich in eine sehr junge Abteilung, die in dieser Form noch nicht besonders lange existiert. Das bedeutete zwar von Beginn an eine größere Verantwortung, da unser Team noch im Aufbau war, gleichzeitig habe ich dadurch aber auch einen größeren Gestaltungsspielraum in meinem Aufgabenbereich. Ich kann das Thema relativ selbstständig weiterentwickeln – natürlich immer in Absprache mit meinem Vorgesetzten und dem Hersteller.

Trotz all dieser neuen Herausforderungen: Weiß ich einmal nicht weiter, habe ich mit meinem Chef einen perfekten Ansprechpartner, den ich jederzeit fragen kann. Ansonsten gibt er mir für meine Arbeit die Rahmenbedingungen vor, gibt mir gleichzeitig aber auch eine Menge Gestaltungsspielraum. Zur Einarbeitung in ein Thema starte ich meist mit einem Brainstorming. Ich notiere mir sämtliche Gedanken, die zielführend sein könnten. Dann starte ich mit weiteren Recherchen und versuche so, einen noch tieferen Einblick in die Materie zu bekommen. Diese Vorgehensweise erwies sich bisher als sehr praktikabel.

Um mich beruflich noch weiterzuentwickeln, stieg ich vor Kurzem auf Teilzeit um und absolviere parallel zu meiner Arbeit ein Masterstudium in Chemnitz. Generell hätte ich die Möglichkeit, über meinen Arbeitgeber auch noch einmal ins Ausland zu gehen: in Polen, Spanien und in Großbritannien könnte ich für ein Jahr arbeiten. Ob ich dieses Angebot annehme, kann ich jetzt allerdings noch nicht sagen. Erst einmal will ich meine momentanen Aufgaben erfolgreich bearbeiten und abschließen.

„Wir haben eine starke Anbindung an den Hersteller, der unser Aktivgeschäft klar vorgibt. Ich beschäftige mich zum Beispiel gerade vorrangig mit Captive-Konzepten für Einzelkunden.“



Einsteigen

Mein Bewerbungsgespräch bei: Deutsche Bank

Bis heute verlief mein Einstieg bei der Deutschen Bank genauso, wie ihn mir der Leiter der Bielefelder Filiale im März letzten Jahres aufzeigte. Ich hatte mich damals für ein Pflichtpraktikum während des Studiums beworben und ihm von meinen Vorstellungen erzählt. Er stellte mir die Bank vor und zeigte mögliche Perspektiven auf. Ich war an dem Tag sehr aufgeregt, es war mein erstes Bewerbungsgespräch überhaupt. Doch ich konnte einfach erzählen, Studiennoten und andere formale Voraussetzungen spielten eher eine untergeordnete Rolle. Der Direktor beschrieb mir damals den Weg über die Bewerbung, das Praktikum, ein anschließendes Assessment Center bis hin zum Einstieg als Trainee. Mittlerweile habe ich die Hälfte des einjährigen Traineeprogramms schon hinter mir. Und einen unbefristeten Arbeitsvertrag. Momentan spezialisiere ich mich auf die Beratung von Geschäftskunden. Hier treffe ich auf interessante Menschen, die wir geschäftlich und privat in Finanzangelegenheiten lange begleiten.

Ich hatte richtig Glück. Bei mir ging alles sehr schnell. Denn bereits während des Pflichtpraktikums im April 2012 wurde ich in das „Summer Internship Program“ aufgenommen, ein Praktikantenprogramm für Studenten mit herausragenden Leistungen, die im Jahr darauf ihren Studienabschluss planen. Drei bis sechs Monate vorher sollte man sich darauf normalerweise bewerben. Für einen eintägigen Auswahltag wurde ich mit neun weiteren Bewerbern an den Düsseldorfer Flughafen

eingeladen. Morgens frühstückten wir gemeinsam, und uns wurde die Bank vorgestellt. Danach unterhielten sich Führungskräfte der Bank mit uns in Einzelgesprächen über unsere Vorstellungen und Voraussetzungen. An dem Gespräch nahmen auch Vertreter der Personalabteilung teil. Und am Nachmittag diskutierten wir in Gruppen. Ich musste dabei zum Beispiel in die Rolle einer Verbraucherschützerin schlüpfen, ein Mitbewerber in die eines Verbrauchers. Zusammen diskutierten wir die Qualität von Bankdienstleistungen, fast wie in einer Fernsehtalkshow.

Während des Summer Internships wurden wir Praktikanten immer wieder für Veranstaltungen nach Frankfurt in die Zentrale eingeladen und bekamen Einblicke in die Arbeitswelt der Bank. Für mich als Studentin des Fachs Betriebswirtschaft und Recht mit der Spezialisierung auf Unternehmensführung und Insolvenzrecht an der Hochschule Aschaffenburg war dies eine perfekte Zeit. Mir hat das so gut gefallen, dass ich mein fünfmonatiges Internship als Sprungbrett genutzt und mich zum Ende meines Studienabschlusses auf eine Traineeestelle beworben habe.

Die Bank hat mich während der bisherigen Zeit nicht nur durch die überall gelebte Freundlichkeit überzeugt, sondern auch durch die diversen Möglichkeiten, etwa für die Bank nach Spanien zu gehen und dort zu arbeiten, wo ich aufgewachsen bin.



PROFILDATEN

Name: Alexandra Kroth

Geburtsjahr: 1990

Hochschulabschluss als: Bachelor of Arts, Betriebswirtschaft & Recht

Warum die Deutsche Bank? Wegen der vielfältigen Perspektiven

Bewerbung: erst als Praktikantin, dann als Trainee

Bewerbungsweg: erst Initiativbewerbung, später Online-Bewerbung

Wann war das Vorstellungsgespräch? Anfang März 2012

Wann war Arbeitsbeginn? Anfang April 2012

Netzwerke:

ja nein



Xing

Facebook

Twitter



karriereführer

Medien für Hochschulabsolventen



- **Print:** 16 karriereführer-Jobmagazine bundesweit an Hochschulen
- **Online:** das Karrierportal www.karrierefuehrer.de
- **Mobil:** kostenfreie Apps für Tablet-PCs und Smartphones
- **News:** aktuelle Infos auf der Facebook-Fanpage und auf Twitter
- **Arbeitgeber-Videos** in unserer Mediathek und auf unserem YouTube-Channel





Chefvolkswirt

Neben den Vorstands- und Aufsichtsratsmitgliedern gibt es wohl kaum eine Position im Finanzbetrieb, die so im öffentlichen Fokus steht wie die des Chefvolkswirts. Seine Analysen sind von allen Seiten gefragt, da sie im Idealfall das Gesamtsystem im Blick haben.

Von **Christoph Berger**

Sicher könnte sich Dr. Frank Augsten positivere Themenschwerpunkte als die momentane Euro-Schuldenkrise für seine Arbeit vorstellen. Einerseits. Andererseits ist die Begrenzung von Staatsverschuldungen in föderalen Systemen schon über ein Jahrzehnt das Steckepferd des heutigen Chefvolkswirts der Gothaer Versicherung in Köln. Er ist Experte auf diesem Gebiet, hatte Ende der 1990er-Jahre dazu bereits seine Promotion an der Universität Passau geschrieben und kann seine Kollegen daher kompetent und fundiert zu allen relevanten Fragestellungen zu diesem Thema beraten. „Das Diffizile daran ist, dass die Kapitalmärkte sehr politisch geprägt sind“, sagt der 44-Jährige. Da bedürfe es einer intensiven fachlichen Begleitung und Kommentierung. Und für die ist in dem Versicherungskonzern der Chefvolkswirt verantwortlich.

Augsten hat von 1990 bis 1996 Volkswirtschaftslehre in Freiburg studiert und war dann an den Wirtschaftstheoretischen Lehrstuhl in Passau

gewechselt. In dieser Zeit lernte er viel für seine heutigen Aufgaben. Und zwar nicht nur notwendiges Wissen in fachlicher Hinsicht. In von ihm geleiteten Übungen für Studierende erkannte er auch, wie wichtig es ist, komplexe Sachverhalte einfach und auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet zu erklären. „Es geht darum, sich einfach auszudrücken“, erklärt er. „Und zwar so, dass die eigentliche Aussage nicht verfälscht wird.“

Die Verbindung zwischen Wissenschaft, Präsentation und dem Bezug zum wirtschaftlichen Tagesgeschäft hat er so gut hinbekommen, dass er direkt nach seiner Unilaufbahn auf seiner heutigen Position einstieg. „Natürlich wurden meine Aufgaben mit der Zeit breiter, meine Position hat sich entwickelt“, sagt er. Inzwischen durchdringe er den Konzern in allen Facetten. Zugeordnet ist er dabei dem Bereich Asset Management. Im Segment der Kapitalmarktanalyse entwickelt er Anlagestrategien und passt sie den



- Erstellen von langfristigen Unternehmensstrategien
- Erarbeiten volkswirtschaftlicher Analysen
- Beraten von Fachabteilungen und Führungsgremien
- Präsentieren von Ergebnissen mit Ausblick und Bezug auf das eigene Unternehmen

Aufgaben

- Volkswirtschaftliches Studium
- Erfahrung in volkswirtschaftlichen Abteilungen und/oder
- Erfahrungen im wissenschaftlichen Arbeiten

Ausbildung

- Breites Allgemein- und Fachwissen
- Ruhe und Eloquenz
- Gut ausgebildete rhetorische Fähigkeiten
- Präzises und genaues Arbeiten
- Schnelle Auffassungsgabe
- Die Fähigkeit, relevante und irrelevante Informationen voneinander zu trennen und zu präsentieren

Voraussetzungen

Bedingungen und notwendigen Voraussetzungen der Portfoliomanager an. Dabei geht es vor allem darum, den Konzern auf die Zukunft vorzubereiten und möglichst nachhaltige Aussagen zu treffen. Viele seiner Prognosen sind auf einen Zeitraum von über drei Jahren ausgerichtet. Wer die schnelllebigen und sich stets verändernden Finanzmärkte kennt, weiß, wie schwierig das ist. Hinzu kommen die unterjährigen Ereignisse. Und schließlich sind da noch die Ad-hoc-Themen, die im Vorfeld nicht erkennbar sind und plötzlich auftreten. Das können zum Beispiel politische Krisen sein, die zu kriegerischen Konflikten anwachsen. Auch auf die muss schnell und möglichst richtig reagiert werden, auch sie haben Auswirkungen auf das Gesamtwirtschaftssystem – mal mehr, mal weniger. „In einem Veröffentlichungskalender für volkswirtschaftliche Daten sind viele Termine hinterlegt. Das heißt aber nicht, dass es nicht hin und wieder auch für mich turbulent werden kann“, weiß er. Chefvolkswirt heißt in Augstens Fall übrigens nicht, dass er einem ganzen Team von anderen Volkswirten vorsteht, die ihm zuarbeiten und deren Chef er ist. Zwar beschäftigt die Gothaer noch zahlreiche andere Mitarbeiter mit volkswirtschaftlichem Abschluss, diese sind jedoch über die unterschiedlichsten Abteilungen und Bereiche des Konzerns verstreut.

Außer dem Erstellen von Anlagestrategien gehört es auch zu seinen Aufga-

ben, volkswirtschaftliche Analysen zu erarbeiten. Um hierfür ein klares Bild zu entwickeln, liest er zahlreiche Studien und muss nebenbei über das Tagesgeschehen informiert sein. Auch dabei kommt ihm die Rolle eines Übersetzers zu. Sowie die eines Filters. Denn nicht alles, was in Schriften niedergeschrieben wurde und im großen Stil veröffentlicht wird, ist auch für die Arbeit eines Versicherungskonzerns relevant. Nachdem Augsten sich selbst ein vollständiges Bild gemacht hat, sibt er aus den Quellen die für seinen Konzern wichtigen Informationen heraus und setzt sie wieder so zusammen, dass sie für die einzelnen Unternehmensbereiche brauch- und nutzbar sind. Das können Einschätzungen mal für die Vertriebler, mal für die Produktentwickler sein. Und auch gegenüber dem Vorstand ist Augstens Einschätzung in vielen Belangen gefragt.

Ist die einfache Darstellung komplexer Zusammenhänge ein Grund dafür, dass Chefvolkswirte so gerne von Medien zu ihren Analysen gebeten werden – so wie sie es intern tun? „Auf jeden Fall“, ist sich Augsten sicher. „Hinzu

kommt die breite Aufstellung.“ Augsten meint das Wissen in Bezug auf unterschiedlichste Fragestellungen. Er ordnet die Rolle eines Chefvolkswirts den Generalistenpositionen in Unternehmen zu. „Wir haben eine sehr breite Ausbildung, kennen uns mit unterschiedlichen Schwerpunkten in diversen Fächern aus. So sind wir zum Beispiel keine reinen Geld- oder Konjunkturtheoretiker, sondern auch Fachleute für politische Ökonomie“, sagt er. Hinzu komme Standhaftigkeit. Seine Erfahrung hat ihn gelehrt, dass nicht immer alle Zuhörer in einem Raum mit ihm einer Meinung sind, dass ihm bei Vorträgen nicht das gesamte Publikum gut gesonnen ist. „Wer auf der Bühne steht, braucht außerdem eine ausgeprägte Eloquenz“, sagt Augsten. Und es helfe, Ruhe und Besonnenheit zu bewahren. All diese Fähigkeiten könne man zwar bis zu einem gewissen Grad trainieren, man müsse jedoch auch die Veranlagung dazu mitbringen, um die Position schließlich richtig gut ausfüllen zu können.

„Es geht darum, sich einfach auszudrücken. Und zwar so, dass die eigentliche Aussage nicht verfälscht wird.“



Help!



Eva-Maria Reihofer, 25 Jahre, Trainee
Unternehmen: **UmweltBank**
Ort: **Nürnberg**
Web: www.umweltbank.de

Grünes Geld

Aufgezeichnet von **Stefan Trees**.

Wie alles begann

Auf der Suche nach einem Praktikum vor dreieinhalb Jahren bin ich in einer Jobbörse auf die Umweltbank gestoßen. Ich kannte die Bank bereits, weil ich damals unweit vom Unternehmenssitz wohnte und schon oft am Firmengebäude vorbeigegangen war. Nach einem Praktikum konnte ich dort als Werkstudentin weiterarbeiten. Und als ich dann vor einem Jahr mein Bachelor-Studium in Betriebswirtschaft an der FH Nürnberg abgeschlossen habe, konnte ich sogar direkt im Anschluss ein Traineeprogramm bei der Bank beginnen. Ein Trainee durchläuft in zwei Jahren durchschnittlich drei bis vier Abteilungen, beispielsweise die Anlage- oder Vermögensberatung oder Projekt-, Bau- oder Solarfinanzierung. Ich arbeite zurzeit in der Projektfinanzierung.

Warum ich das mache

Ohne eine intakte Umwelt wird unser Leben irgendwann nicht mehr funktionieren. Für eine Veränderung muss man etwas tun, das passiert nicht von alleine. Ich selbst habe kein Auto, gehe zu Fuß zur Arbeit oder fahre mit dem Fahrrad und kaufe am liebsten regionale oder Bio-Lebensmittel. Mit Blick auf unsere Umwelt wollte ich deshalb etwas Sinnvolles mit meinem Studium tun. Bei der Wahl meines Arbeitgebers standen die ökologischen Aspekte im Vordergrund. Außerdem hat mich die Branche der Erneuerbaren Energien sehr interessiert. Nun ist es unter anderem mein Job, Wind- und Solarparks zu finanzieren. An meiner Arbeit mag ich, dass ich Menschen helfen kann, etwas aufzubauen. Dabei arbeiten wir nach dem „A-Z-Prinzip“: Ein Kunde hat einen

Ansprechpartner, der ihn von der Kreditanfrage über die Vertragsgestaltung bis zur Kreditrückzahlung betreut. Das finde ich sehr abwechslungsreich.

Um die Finanzierungsanfrage eines Projekts beurteilen zu können, werden unter anderem verschiedene technische Gutachten erstellt. Daher ist es wichtig, dass ich auch selbst verstehe, was hinter den Projekten steckt. So muss ich zum Beispiel durchschauen, wie eine Solaranlage funktioniert. Viel Wissen habe ich mir über „Learning by Doing“ angeeignet, das ich über Schulungen noch vertiefe. Zuletzt habe ich die Finanzierung eines Solarparks in Ostdeutschland in Höhe von mehreren Millionen Euro betreut. Da kann ich nun hinfahren und sagen: Da habe ich mitgemacht.

Was es bislang gebracht hat

Mit vielen Kolleginnen und Kollegen teile ich meine Auffassung von Ökologie und Nachhaltigkeit, mit den einen mehr, mit den anderen weniger – wir sind ja nicht nur Ökobanker. Und was mich jedes Jahr aufs Neue beeindruckt, ist die CO₂-Bilanz der Umweltbank: Über zwei Millionen Tonnen CO₂ haben wir 2012 durch die von uns finanzierten Projekte eingespart. An dieser Zahl erkenne ich, welchen Unterschied unsere Arbeit für unsere Umwelt macht. Und dieser Unterschied ist messbar und nicht nur ideologisch begründet.

Die 1997 gegründete Umweltbank mit Sitz in Nürnberg finanziert und fördert mit dem Geld aus ethisch-ökologischen Anlagen ausschließlich Umweltprojekte in Deutschland. Eva-Maria Reihofer ist Trainee bei der Bank – der Umwelt zuliebe.



CAREER BARCAMP? EMPLOYER- BRANDCAMP? SPEED INTERVIEWS? GEHE NEUE WEGE FÜR DEINE KARRIERE

Auf der TALENTS – Die Jobmesse führst du intensive und ziel-führende Gespräche mit Top-Unternehmen und lernst deine Wunscharbeitgeber persönlich und intensiv auf innovative Weise kennen.

Taschen und Kugelschreiber bekommst du hier nicht! Sondern vorab vereinbarte Interviews, die dich zu deinem Traumjob führen und Insights aus Unternehmen, die du nur in den TALENTS BarCamps bekommst.

Innovativ, verbindlich und persönlich | Für deine Karriere | Das gibts nur auf der TALENTS.

Du willst zum exklusiven Teilnehmerkreis gehören? Dann melde dich jetzt an! talents.de

30.& 31. August 2013, München
Verlagsgebäude der Süddeutschen Zeitung

TALENTS
DIE JOBMESSE



Projekt

Interview

Dieter Lemkuhl:

„An Werten orientieren“

Dieter Lemkuhl hat sein Leben lang als Arzt und Psychotherapeut gearbeitet. Das meiste Geld hat er aber bekommen, ohne etwas dafür tun zu müssen: als Erbe eines beachtlichen Familienvermögens. Diese Geldvermehrung ohne Gegenleistung wurde ihm selber unangenehm, sodass der 69-Jährige 2009 einen Appell zur Vermögensabgabe für Wohlhabende ins Leben rief. Was es damit auf sich hat und was er sich von der jungen Generation von Bankern erhofft, erzählt er im Interview.

Die Fragen stellte **André Boße**

Herr Lemkuhl, wann wurde Ihnen bewusst, dass Sie wohlhabend sind?

Als junger Mensch noch nicht. Meine Familie hat eher bescheiden gelebt, über Geld wurde nicht viel gesprochen. Bewusst wurde mir das Vermögen meiner Familie erst mit dem Tod meines Vaters in den 70er-Jahren. Ich selber habe nie exorbitant viel Geld verdient. Mein Verdienst war nicht schlecht, aber er hat mich nicht reich gemacht.

Und wann kam Ihnen der Gedanke, dass Sie als Erbe eines Vermögens zu wenig Steuern bezahlen?

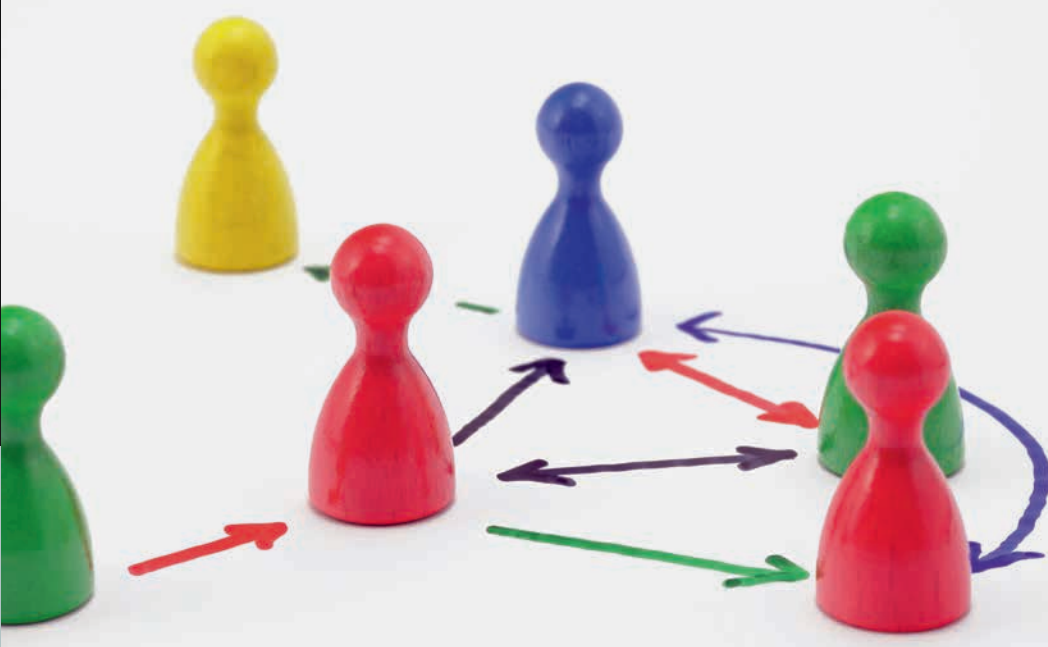
Ich bin durch die 68er-Bewegung geprägt. Meine Einstellung ist seitdem: Geld arbeitet nicht, sondern Menschen. Und der Zuwachs von Vermögen durch Zinsen und Zinseszinsen – also ein leistungsloses Einkommen – stellt eine große Ungerechtigkeit dar, weil nicht alle die gleichen Chancen haben, von diesem Zuwachsmodell zu profitieren.

Sie erben als 68er ein Vermögen, das sich fleißig vermehrte.

Ja, es war mir direkt unangenehm, und ich wusste zunächst nicht, damit umzugehen. Mir kam etwas zu, das ich nicht durch eigene Leistung verdient hatte. Es heißt ja ständig, Leistung müsse sich wieder lohnen. Das ist aber vielfach ein Mythos, der der Absicherung von Macht und Privilegien dienen soll. Schaut man genau hin, wie Vermögen entstehen, hat das in vielen Fällen wenig mit Leistung zu tun. Zum Beispiel werden gerade die großen Vermögen meistens vererbt. Das heißt: Das Einkommen der wirklich Reichen generiert sich überwiegend durch Kapitaleinnahmen, die zudem noch geringer besteuert werden als Arbeitseinkommen.

Wie sieht eine gute Bank aus?

Eine gute Bank dient der Wirtschaft. Die Wirtschaft dient dem Menschen. Das muss die Reihenfolge sein und nicht umgekehrt. Ich habe auch nichts dagegen, dass die Banken Geld mit ihren Geschäften verdienen. Nur: Dieses Geld muss im Verhältnis zur Leistung stehen. Zudem sollte die Tätigkeit gesellschaftlich nützlich sein.



Dieter Lehmkuhl, 69 Jahre, arbeitete als Arzt und Psychotherapeut und leitete bis zu seinem Ruhestand 2007 den sozialpsychiatrischen Dienst in Berlin-Reinickendorf. Mit 50 erbe er ein beachtliches Familienvermögen aus Aktien einer Dortmunder Brauerei und Immobilien.

Wie kann es denn gelingen, dieses Leistungsprinzip verbindlich einzuführen?

Wir sind konfrontiert mit einer multiplen Systemkrise. Da sind die Krise des Finanzsektors, die Schuldenkrise der Staaten, die wachsende Kluft zwischen Arm und Reich auf globaler wie nationaler Ebene, der Klimawandel, Raubbau an der Natur, die Ressourcenknappheit und so weiter. Mit Blick auf diese Krisenvielfalt reichen einzelne und kurzfristige Maßnahmen nicht mehr aus. Was wir benötigen, ist ein Werte- und Mentalitätswandel. Wir müssen wieder das richtige Maß finden und darüber diskutieren: Was macht ein gutes Leben aus? Wie wollen wir leben? Was ist eine angemessene Bezahlung für eine Leistung? Experten schlagen daher eine Begrenzung der Spitzeneinkommen auf das 20-fache des Mindestlohnes vor. Über solche Themen müssen wir diskutieren.

Setzen Sie dabei auch auf den Nachwuchs in der Finanzbranche?

Der amerikanische Wirtschaftswissenschaftler Joseph E. Stiglitz hat in einem seiner Bücher bedauert, dass sehr viele talentierte Menschen in den Neunzigerjahren in den Finanzsektor wanderten, wo es fast ausschließlich darum ging, viel Geld zu verdienen. Daher wurde dort ihr Talent verschleudert, echten gesellschaftlichen Mehrwert zu schaffen. Ich hoffe darauf, dass immer mehr junge Leute ihr Talent nicht vergeuden, sondern sich stattdessen als Teil der Finanzbranche verstärkt an Werten orientieren, die

den Menschen und dem Gemeinwohl dienen. Es gibt Banken, in denen das möglich ist. Und es gibt auch zunehmend Kritik in Bankerkreisen, die die Entwicklung der Branche sehr bedauern.

Sind Sie in dieser Hinsicht mit Blick auf die aktuelle junge Generation optimistisch?

Ich hoffe auf ihre Weitsicht und Klugheit. Sie wird die Zukunft gestalten – und es liegt auch an ihr, ob diese Zukunft lebenswert sein wird. Wir wissen aus der Glücksforschung, dass ein Einkommen, das weit über das Nötige zur Absicherung der elementaren Bedürfnisse hinausgeht, kaum noch dazu beiträgt, dass ein Mensch tatsächlich glücklicher wird. Wirkliche Zufriedenheit entsteht aus guten Beziehungen, sinnvoller Arbeit und einem erfüllten Leben.

„Geld arbeitet nicht, sondern Menschen. Und der Zuwachs von Vermögen durch Zinsen und Zinseszinsen stellt eine große Ungerechtigkeit dar.“



SOLIDARITÄT

Als Lehmkuhl merkte, wie schnell sein Vermögen wuchs, ohne dass er etwas dafür tun musste, wurde er nachdenklich. Im Mai 2009 gründete er mit rund 20 weiteren Vermögenden die Initiative „Appell für eine Vermögensabgabe“. Mittlerweile gibt es 63 Unterzeichner. Die Idee: Deutsche mit einem Vermögen von mehr als 500.000 Euro (das sind rund 2,2 Millionen Bürger) sollen zwei Jahre lang fünf Prozent davon an den Staat abgeben. Nach diesen zwei Jahren schlagen die Initiatoren die Wiedereinsetzung der Vermögenssteuer von einem Prozent vor. Genutzt werden soll dieses Geld gezielt für den ökologischen Umbau der Wirtschaft sowie für die Bereiche Bildung, Gesundheit und Soziales. Die Abgabe würde rund 160 Milliarden Euro generieren.

www.appell-vermoegensabgabe.de

Future of Banking

Die Digitalisierung im Finanzsektor wächst stetig, die Kunden besuchen ihre Bankfiliale immer seltener. Nur mit einer Strategie, die die Online- und Offline-Welt nahtlos miteinander verbindet, können Banken den veränderten Kundenanforderungen künftig gerecht werden.

Von **Matthias Schubert**, freiberuflicher Marketing- und Kommunikationsberater für Finanzdienstleister. In seinem Finanzmarketing-Blog (www.matthias-schubert.com) analysiert er regelmäßig aktuelle Marketingentwicklungen und -strategien im Bankensektor.

LITERATUREMPFEHLUNGEN

Oliver Everling/Robert Lempka (Hg.): **Finanzdienstleister der nächsten Generation. Die neue digitale Macht der Kunden.** Frankfurt School Verlag 2013. ISBN 978-3940913623. 59,90 Euro

Matthias Schubert **Chancen und Grenzen der Online-Kommunikation im Kundenbindungsmanagement von Genossenschaftsbanken.** Shaker Verlag 2013. ISBN 978-3844015799. 29,80 Euro

Es ist noch keine 15 Jahre her, dass Kunden regelmäßig die Filiale besuchen, um dort ihre Bankgeschäfte am Schalter zu erledigen. Heute hingegen können sie das bequem von zu Hause aus tun. Online-Banking ist bereits zur Selbstverständlichkeit geworden, und Mobile Banking via Smartphone oder Tablet wächst stetig. Doch das Internet dient natürlich nicht nur der Abwicklung von Transaktionen, sondern beschleunigt auch den Informations- und Meinungsaustausch und sorgt für eine bislang nie dagewesene Transparenz.

Nur einen Klick entfernt

Nicht nur junge Menschen, sondern auch ältere Kunden klicken sich heutzutage vor dem Kauf eines Finanzproduktes wie selbstverständlich durch Suchmaschinen und Vergleichsportale oder holen sich Rat in sozialen Netzwerken ein. Für den eigentlichen Geschäftsabschluss bevorzugen die meisten Kunden allerdings noch

immer die Bankfiliale, ein Umstand, der auch als „ROPO-Effekt“ bezeichnet wird – research online, purchase offline. Bevor es überhaupt zu einem solchen Besuch in der Bank kommt, hatten die Kunden allerdings bereits viele alternative Kontaktpunkte im Netz. Die Gefahr einer Abwanderung ist dabei natürlich groß, schließlich ist die nächste Kontoverbindung gerade mal einen Mausklick entfernt.

Eine wesentliche Herausforderung für Banken und Sparkassen ist daher die erfolgreiche Überleitung der Kunden vom Internet zur Filiale. Wichtig ist dabei, eine positive „Customer Experience“ zu erreichen, den Kunden also zu begeistern. Zufriedene und loyale Kunden kaufen nicht nur mehr Produkte, sondern sind auch bei weitem nicht so anfällig für Alternativangebote. Doch wie kann eine Bank den Kunden im Internet optimal abholen?



Blickrichtung Kundenbindung: Facebook oder Face-to-Face?



Freund oder nicht Freund?

In den letzten Jahren sind viele Banken dazu übergegangen, neben ihrer Webseite auch eine Präsenz bei Facebook aufzubauen. Was die Anzahl der Fans und Interaktionen angeht, jedoch häufig nur mit mittelmäßigem Erfolg. Woran liegt das? Zunächst sollte man das Wort „Fan“ hier nicht allzu wörtlich nehmen. Das Gefühl, Teil einer Gemeinschaft mit einem Kreditinstitut zu sein, also eine echte Fan-Beziehung mit ihm einzugehen, gehört nämlich laut Forrester Research zu den absolut unbedeutendsten Motiven der User, die „Gefällt mir“-Funktion zu nutzen. Vielmehr sind es entweder handfeste Vorteile, zum Beispiel Sonderangebote und Gewinnspiele, oder Informationen über Finanz- und Wirtschaftsthemen sowie aktuelle Hintergrundberichte, die von den Nutzern als Mehrwert wahrgenommen werden. Nicht die Masse der Beiträge, sondern die Qualität der Inhalte entscheidet.

Virtuelle Bankfilialen

Eine wichtige Chance bieten soziale Netzwerke für Finanzdienstleister im Bereich Kundenservice. Eine schnell und positiv beantwortete Kundenanfrage oder -beschwerde kann auch hier für Zufriedenheit sorgen und die Kundenbindung stärken. Weltweite Beachtung fand in diesem Zusammenhang eine innovative Idee der neusee-

ländischen ASB Bank. Sie eröffnete im Jahr 2010 die „erste virtuelle Bankfiliale der Welt“ auf Facebook. Über eine gesicherte Verbindung können sich Kunden hier über ein Chatsystem mit einem Mitarbeiter in Echtzeit austauschen. Doch was noch vor kurzem als Innovation gefeiert wurde, wird wohl schon bald nicht mehr state-of-the-art sein. Statt dem Betrieb virtueller Chat-Filialen werden Banken und Sparkassen in Zukunft vielmehr dazu übergehen müssen, ihre echten Filialen mit dem Internet zu vernetzen.

Omnikanal-Banking

Für eine Integration der Filialen in die virtuelle Welt werden künftig leicht bedienbare Online-Zugangskanäle zu den Kundenbetreuern aus den Geschäftsstellen angelegt werden. So wird der persönliche Berater künftig also nicht mehr nur in der Filiale, sondern auch online, per Videokonferenz

oder eben auch bei Facebook und Co. zum zentralen Ansprechpartner. Der Kunde kann dabei jederzeit seinen bevorzugten Kommunikationskanal selbst wählen. Anders als beim bisherigen Multikanal-Banking, dessen vorrangiges Ziel es war, mit dem Kunden über möglichst kostengünstige Kanäle zu kommunizieren, kann der Kunde beim Omnichannel-Banking den Kanal jederzeit wechseln und dabei trotzdem seinen Bearbeitungsstatus „mitnehmen“. Er kann also beispielsweise eine Interaktion über sein Smartphone beginnen und später über einen anderen Kanal nahtlos fortführen.

Institute, denen es gelingt, eine derartige Verzahnung von Online- und Offline-Welt zu erreichen und ihre Kunden dabei durch ein konsistentes „look and feel“ zu begeistern, dürften sich in den kommenden Jahren einen größeren Marktanteil im Retail Banking sichern.

„Eine wesentliche Herausforderung für Banken und Sparkassen ist die erfolgreiche Überleitung der Kunden vom Internet zur Filiale.“





Projekt

Kompass >



Seit vielen Jahren steht der Dozent vor seinen Studenten, um sie in die Welt der Finanzen zu entführen. Portfoliotheorie auf Powerpoint – das ging immer. Doch in letzter Zeit verlagert sich die Aufmerksamkeit der Seminarteilnehmer zunehmend auf die flackernden Bildschirme der Smartphones und Notebooks.

Von **Dirk Hoenerbach**

Diplom-Medienberater und Dozent an der Frankfurt School of Finance & Management, der HWR Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin und der BSP Business School Berlin Potsdam.

Bankmanager 2.0

Die einen mögen diese Entwicklung als Sittenverfall und mangelnden Respekt vor der Lehrkraft sehen, für die anderen ist mit dem Einzug moderner Medien in den Seminarraum eine neue Ära der Wissensvermittlung angebrochen. Wie das Internet und die hier entstandenen sozialen Medien die Wissensvermittlung verändern werden, ist noch nicht entschieden. Dass die Chancen und Risiken von Plattformen wie Xing, YouTube, Facebook und GooglePlus von angehenden und etablierten Finanzprofis in Zukunft kompetent bewertet werden müssen, steht außer Frage. Doch auf welchen Ebenen tangiert das Social Web den Mitarbeiter eines Finanzinstitutes?

Medienkompetenz als Schlüsseldisziplin

Ein Medium zu kennen, heißt nicht unbedingt, es auch zu verstehen. Wer sich in der virtuellen Welt auskennt und sich darin sicher bewegt, ohne sich in den vielen Möglichkeiten zu verlieren, besitzt heute einen großen Wettbewerbsvorteil. Dazu gehört auch, die Kommunikationsregeln und Sprachcodes der Social-Media-Welt zu kennen. Hierbei gilt es, stets das eigene Mediennutzungsverhalten zu hinterfragen und sich bewusst darüber zu sein, dass man sich auf Social-Media-Plattformen, wenn auch nur virtuell, in der Öffentlichkeit bewegt. Alles, was ich schreibe und für alle sichtbar hochlade, kann Einfluss auf meine Karriere nehmen. Nicht selten informieren sich Personalchefs gerne auf Social-Media-Plattformen über ihre Bewerber. Und bringe ich durch mein Verhalten bei Facebook oder anderen Netzwerken den Arbeitgeber in Verruf, kann das sogar juristische Konsequenzen nach sich ziehen. Viele Finanzunternehmen haben diese Kompetenzlücke bereits erkannt und spezielle Social-Media-Verhaltenskodizes für ihre Mitarbeiter aufgestellt, um damit auch den Ruf des Unternehmens zu schützen. Nicht allein aus diesem Grund sollte in Studium und Lehre im Finanzwesen Medienkompetenz auf dem Lehrplan stehen.

Reputationsmanagement und Crowdsourcing

Der gute Ruf ist eines der wichtigsten Assets im Finanzsektor. Die Reputation der Marke und der Mitarbeiter eines Unternehmens steht jedoch durch die Möglichkeiten der sozialen Medien zur Disposition. Täglich handeln User durch ihre Kommentare, Blogbeiträge und Posts neu aus, wie ein Unternehmen in der Öffentlichkeit dasteht. Längst sind es nicht mehr die klassischen Medien wie die gedruckte Zeitung, Fernsehen oder Radio, die mit ihrer Berichterstattung das Bild



eines Unternehmens zeichnen. Ein schlecht gelaufenes Beratungsgespräch findet kaum Eingang in die Nachrichtenagenda. Anders im Netz der neuen Möglichkeiten, wo jeder zum Sender werden kann und jeden Tag ein neuer Skandal einen alten ersetzt. Doch bietet diese Situation auch große Chancen für Unternehmen der Finanzbranche, näher an Kunden heranzutreten, sie an der Unternehmensentwicklung teilhaben zu lassen und sie damit stärker an sich zu binden. Diese neue Beziehung kann auch darin münden, dass der Kunde als Ideengeber fungiert und damit Produktentwicklung und Service mit vorantreibt. In der Fachsprache wird diese Vorgehensweise Crowdsourcing genannt. Nutzt man das kreative Potenzial der Internetgemeinde oder auch der eigenen Mitarbeiter durch intelligente Wege wie den Aufbau eines internen Wiki oder durch Ideenwettbewerbe, kann das die Reputation des Unternehmens stützen und zugleich die Kunden- und Mitarbeiterbindung verstärken. Hierfür bedarf es jedoch eines abteilungsübergreifenden, vernetzten Denkens, das schon in Ausbildung und Lehre gefördert werden muss.

Keine weitere Dotcom-Blase

Vielen Bankern und Anlegern ist das Platzen der ersten Internetblase Anfang der 2000er-Jahre noch schmerzlich in Erinnerung. Die Euphorie zog alle in ihren Bann. Keiner wollte das Nachsehen haben und dabei sein, wenn der Internetzug richtig anrollt. Leider folgten viele Banker blind dem Hype, meist aus Mangel an Kenntnissen über die Tragfähigkeit eines onlinebasierten Geschäftsmodells. Heute heißt der Hype Social Media – und wenn man genau hinschaut, kommt es auch hier wieder zu einer Übersättigung des Marktes. Doch wie bewertet man das Potenzial eines Start-up-Unternehmens im Onlinebereich, ohne ausreichende Kenntnis darüber, wie der Markt der Neuen Medien funktioniert? Auch an dieser Stelle sollten die Bildungsangebote um spezielle Kurse erweitert werden, die insbesondere den Social-Media-Markt ökonomisch stärker unter die Lupe nehmen.

Der Bankmanager der Zukunft wird demnach jemand sein, der neben klassischer Finanzlehre die Klaviatur moderner Medienplattformen nicht nur kennt, sondern die Tasten richtig zu bedienen weiß und dabei einen kühlen Kopf bewahrt. Und was sollte der Dozent mit seinen Seminarteilnehmern machen, die eher dem bunten Treiben auf ihren Bildschirmen folgen? Am besten gibt er ihnen eine praktische Aufgabe, die sie mittels Social Media lösen müssen. Warum nicht die Schwarm-Intelligenz der Masse nutzen und darüber diskutieren? So funktioniert heute der Markt der Meinungsbildung.

LITERATUR

Thomas M. Koulopoulos:
Die Innovations-Zone: Wie sich Firmen neu erfinden
Midas Management Verlag 2010.
ISBN 978-3907100349. 29,80 Euro

Brett King:
Bank 3.0
Marshall Cavendish C/O Times E 2012.
ISBN 978-9814382120. 22,50 Euro
Kindle Edition: 6,49 Euro



Der Jobware-Ratgeber im **karrierefürher**

Stichwortsuche

online bewerben

▶ GO

Von Christian Flesch

WANN SOLLTEN SIE SICH BEVORZUGT ONLINE BEWERBEN?

- Wählen Sie die Online-Bewerbung, wenn das Unternehmen ausdrücklich darauf hinweist, dass es diese Form bevorzugt.
- Bewerben Sie sich auf jeden Fall auch online, wenn es sich um ein großes Unternehmen handelt, das ein einheitliches Bewerbersystem einsetzt. Hier gewinnen Sie mit einer Online-Bewerbung häufig die Chance, dass Ihre Bewerbung auch mit weiteren Positionen konzernweit abgeglichen wird, die für Sie interessant sein könnten.
- Wenn die Stelle frisch ausgeschrieben wurde und Sie die Chance haben, einer der ersten passenden Bewerber zu sein, bevorzugen Sie ebenfalls am besten die Online-Bewerbung.

Liebe karrierefürher-Leserinnen und -Leser,

mehr als zwei Drittel aller Positionen werden mittlerweile über das Internet besetzt. Unternehmen bevorzugen immer häufiger Online-Bewerbungen, denn diese haben viele Vorteile und erreichen vor allem sofort den richtigen Ansprechpartner. Papierbewerbungen dagegen brauchen in der Regel zwei bis drei Werktage vom Bewerber bis auf den Tisch des zuständigen Bearbeiters und können auf diesem Weg sogar liegen bleiben oder verloren gehen. So schnell, direkt und vollständig wie eine Online-Bewerbung ist dagegen kaum eine andere Form der Bewerbung.

Sie haben noch nie auf eine Online-Stellenanzeige reagiert? Nichts einfacher als das! Online-Stellenangebote sind meist mit einem Bewerber-Managementsystem verknüpft. Wenn Sie den Button „Online bewerben“ anklicken, gelangen Sie automatisch in dieses System und werden dann durch das Menü geführt. Danach müssen Sie nur noch das Formular ausfüllen, was vom System vorgegeben wird. In der Regel werden zunächst die persönlichen Angaben abgefragt: Name, Adresse, Alter. Dann folgen Fragen zur Schulbildung, zum Studium, zu Praktika, Berufsausbildung, Berufstätigkeit und fachlichen Kompetenzen.

Unter dem Stichwort „formale Angaben“ geht es dann um den möglichen Eintrittstermin und die Gehaltsvorstellung. Am Ende haben Sie als Bewerber die Möglichkeit, Dokumente in das System hochzuladen, zum Beispiel ein individuell auf den Arbeitgeber zugeschnittenes Anschreiben, einen Lebenslauf mit integriertem Foto, gescannte Zeugnisse oder Urkunden. Schließlich schicken Sie die gesamte Bewerbung per Knopfdruck an das Unternehmen. Beachten Sie dabei, dass Unternehmen unter Umständen nur eine begrenzte Datengröße zulassen.

**IMMER UP-TO-DATE –
DER JOBWARE-SERVICE FÜR IHRE KARRIERE:**



Ihre Vorteile bei der Online-Bewerbung:

- Dank der Pflichtfelder sind die Informationen in Online-Bewerbungen immer vollständig, bei Papier und E-Mail-Bewerbungen können wichtige Informationen vergessen werden.
- Eingehende Bewerbungen kann der Personaler schnell mit dem Stellenprofil abgleichen. Der ganze Prozess beschleunigt sich, und die Wartezeit wird geringer.
- Schreibt ein Personalreferent eine Stelle neu aus, wird er automatisch informiert, wenn schon passende Bewerber im System vorliegen.
- Manche Unternehmen senden eingehende Papier- und E-Mail-Bewerbungen einfach an den Bewerber zurück, da ihnen die Integration dieser Bewerbungen in den dargestellten Prozess zu aufwendig ist. Nur wenn die Papierbewerbung eines Kandidaten sehr vielversprechend ist, wird sie zur Weiterverwendung im elektronischen Prozess digitalisiert, sie ist dann aber häufig deutlich weniger ansprechend als eine „echte“ Online-Bewerbung.

In den vergangenen Jahren hat sich die Online-Bewerbung immer stärker durchgesetzt. Die meisten Unternehmen sind dennoch auf der Hut, dass ihnen gesuchte Fach- und Führungskräfte nicht deshalb durch die Lappen gehen, weil diese sich auf anderem Wege bewerben wollen. Auch die Papier- oder E-Mail-Bewerbung kann also noch immer zum Ziel führen. Letztlich müssen Sie also entscheiden, mit welchem Bewerbungsmedium Sie sich am wohlsten fühlen.

WANN SOLLTEN SIE EINER ONLINE-BEWERBUNG KRITISCH GEGENÜBERSTEHEN?

- Sie finden keine Datenschutzerklärung.
- Die Online-Bewerbung stürzt ab oder macht einen unprofessionellen Eindruck.
- Sie haben bereits eine Papierbewerbung verschickt. Bewerben Sie sich nicht doppelt!
- Innerhalb der Online-Bewerbung erhalten Sie keine Möglichkeit, eigene Dokumente wie zum Beispiel den Lebenslauf oder ein Anschreiben hochzuladen.
- Sie begegnen in der Online-Bewerbung stellenspezifischen Fragen, die Sie nicht positiv beantworten können. Werden Sie zum Beispiel gefragt, ob Sie ein spezielles Softwaremodul beherrschen, können Sie bei einer Online-Bewerbung kaum ausweichen. Hier erhöht vielleicht eine andere Form der Bewerbung Ihre Chancen, wenn Sie Alternativen anbieten können.

Jobs per Mail – Verpassen Sie keine Offerte.

Facebook – Werden Sie Fan unserer Facebook-Seite.

Kandidaten-Netzwerk – Überzeugen Sie unsere Personalberater und sichern Sie sich Zugang zu exklusiven Karrierechancen.

iPhone-/iPad-App – Lesen Sie aktuelle Stellenanzeigen auch unterwegs.



Ihr Log-Mittel: www.jobware.de





Vorgestellt: CFA

Es sind nur drei Buchstaben. Und doch verbergen sich dahinter eine meist mehrjährige Ausbildung und noch mehr Verantwortung. Denn wer einmal den Titel eines Chartered Financial Analyst tragen darf, muss jährlich die damit verbunden Regeln anerkennen, um ihn auch zu behalten.

Von **Christoph Berger**

Für die mehrjährige Weiterbildung zum Chartered Financial Analyst benötigt man einen Bachelorabschluss. Die Durchschnittsdauer der Fortbildung beträgt drei Jahre, pro Jahr wird ein Examen geschrieben. Alternativ zum Bachelorabschluss kann man sich auch im Abschlusssemester seines Studium befinden. Daneben gelten Nachweise von vier Jahren Berufserfahrung oder eine Kombination von Berufs- und Universitätsjahre von ebenfalls mindestens vier Jahren. Eine gute Arbeitsorganisation, Zeitmanagement, Selbstdisziplin und Motivation sind ebenfalls unabdingbar. Denn die Vorbereitung auf die Examina findet im Selbststudium statt.

Wer die drei Examen bestanden hat, kann anschließend eine Mitgliedschaft beim CFA Institute beantragen – auch dies ist eine Voraussetzung für das Tragen des Titels CFA. Darüber hinaus muss man einmal jährlich den CFA Institute Code of Ethics and Standards of Professional Conduct unterzeichnen, in dem man immer wieder aufs Neue sein einwandfreies Verhalten im Geschäftsalltag bestätigt. Denn Ethik, Kapitalmarktintegrität und Exzellenz in der Praxis waren genau die Gründe, weshalb die Ausbildung zum Chartered Financial Analyst ins Leben gerufen wurde.

Vergeben wird der Titel vom CFA Institute mit Hauptsitz in den USA. In Deutschland wird die Institution durch den Verein CFA Society Germany mit Standorten in mehreren Städten vertreten. Der Verein fungiert als Sprachrohr für die deutschen Titelträger, berät darüber hinaus aber auch Anwärter und gibt Tipps für die Prüfungsvorbereitungen. Denn die haben es in sich: Pro Examen sind etwa 300 bis 400 Stunden zur Vorbereitung einzukalkulieren – je nach Vorkenntnissen. Auf dem Lehrplan stehen beispielsweise Anleihen, Finanzberichte- und -analysen oder Portfolio-Management. Die englischsprachigen Prüfungen dauern sechs Stunden. Ein Computer darf dabei nicht zur Hilfe hinzugezogen werden. Beim Level-I-Examen im Dezember 2012 haben gerade mal 37 Prozent der Teilnehmer bestanden und damit die erste der drei Prüfungen geschafft. Den Level II bestanden 42, den Level III 52 Prozent – wobei die jeweiligen Quoten von Jahrgang zu Jahrgang schwanken.

Der Vorteil: Die Weiterbildung ist um einiges günstiger als viele MBA- oder kostenpflichtigen Masterprogramme. Und Titelträger sind willkommene Kandidaten bei den Unternehmen.

Gute Karten

Noch vor wenigen Jahren konnten die Unternehmen aus dem Vollen schöpfen, konnten aus einem riesigen Bewerberpool auswählen, ihre Wünsche zu Voraussetzungen und Fähigkeiten der Bewerber nach oben schrauben. Doch die demografische Entwicklung zwingt die gleichen Unternehmen nun, ihre Strategien zu überdenken und sie den gesellschaftlichen Entwicklungen anzupassen. Laut der Studie „Banken und die demografische Entwicklung“ des Personaldienstleisters Hays sehen bereits zwei Drittel der Finanzunternehmen in der demografischen Entwicklung Auswirkungen auf ihre Unternehmenspolitik. Sie hat Einfluss auf die Einstellungspolitik und die Maßnahmen zur Mitarbeiterbindung. Wie andere Branchen müssen sich auch die Banken vermehrt um Bewerber, Einsteiger und Mitarbeiter bemühen, sich nun selbst „bewerben“, um als Arbeitgeber zu überzeugen.

Banken entwickeln daher Förder- und Entwicklungsprogramme für die Mitarbeiter, organisieren Weiterbildungen, bieten Maßnahmen zur Gesundheitsförderung an und garantieren eine bessere Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben. Dazu zählen beispielsweise flexiblere Arbeitszeitmodelle. Außerdem planen die Finanzunternehmen neue Einstellungen, ein größeres Engagement im Bereich Ausbildung und eine neue und erweiterte Rekrutierung. Im Vergleich zu 2010 ist hier ein deutlicher Anstieg zu spüren.

Allen Schlagzeilen zum Trotz: Banken gehören zu den attraktiven Arbeitgebern. Doch auch sie stehen laut einer repräsentativen Studie vor den Herausforderungen des demografischen Wandels: Die Bewerberzahlen gehen zurück, und es wird für die Institute schwieriger, offene Positionen zu besetzen. Eine Entwicklung, von der Absolventen profitieren.

Um die Mitarbeiter zu binden, setzen 66 Prozent der befragten Unternehmen auf eine marktgerechte Entlohnung und 64 Prozent auf eine betriebliche Altersvorsorge. Das Aufzeigen von Karriereperspektiven liegt mit 38 Prozent hingegen erst auf Rang 7. Dabei dürfte gerade dieser Aspekt für Hochschulabsolventen interessant bei der Auswahl des zukünftigen Arbeitgebers sein.

Wer aus all dem nun schließt, die Unternehmen würden bei der Auswahl von Bewerbern nicht mehr richtig hinschauen, irrt. Zwar nehmen die Chancen für Bewerber zu, gleichzeitig schauen die Unternehmen aber auch genauer hin: Passen die fachlichen Voraussetzungen? Und: Passt der Bewerber zu unserer Unternehmenskultur? Denn bei aller Knappheit ist es umso wichtiger, dass alle an einem Strang ziehen.

Von **Christoph Berger**

Checkliste Bewerbung

Bevor Sie unsere Firmenporträts für Ihre Bewerbungen nutzen, lesen Sie die Checkliste zur vollständigen Bewerbungsmappe für die schriftliche Bewerbung. Tipps zu Online-Bewerbungen und Bewerberportalen finden Sie auf www.karrierefuehrer.de.

Lebenslauf

Internet-Bewerbungen setzen sich durch

41 % der Unternehmen in Deutschland wollen Bewerbungen per Internet (28 % per E-Mail, 13 % über Online-Formulare auf ihren Webseiten).

40 % der befragten Personalchefs bevorzugen eine Bewerbung auf Papier.

17 % haben keine Präferenz.

Quelle: Bitkom-Umfrage 2012

- Achten Sie auf vollständige Kontaktdaten und eine seriöse Mailadresse.
- Persönliche Daten sollten Geburtsdatum, Geburtsort, Ihr Familienstand sein.
- Ist die Reihenfolge des Lebenslaufes korrekt, und sind die einzelnen Stationen nachvollziehbar?
- Sind die Zeiträume mit Monat und Jahr aufgeführt?
- Ist der Schwerpunkt des Studiums herausgearbeitet und passt er zur Stellenausschreibung?
- Sind Unternehmen korrekt mit ihrer Firmierung benannt?
- Sind zu Praktika und anderen Tätigkeiten erklärende Unterpunkte eingebaut?
- Außeruniversitäres Engagement: Sind die Tätigkeiten schlüssig und gut beschrieben?
- Weiterbildungen: Passen sie zur ausgeschriebenen Stelle?
- Wurden Fachkenntnisse und Soft Skills herausgearbeitet?
- Haben Sie Sprach- und EDV-Kenntnisse bewertet?
- Ist das aktuelle Datum angegeben, und haben Sie den Lebenslauf unterschrieben?

Anschreiben

- Achten Sie auf die genaue Firmenanschrift.
- Wenn Sie einen persönlichen Ansprechpartner anschreiben, stellen Sie sicher, dass Vor- und Nachname richtig geschrieben sind und ggf. Titel nicht fehlen.
- Haben Sie Erstellungsort und Tagesdatum aufgeführt?
- Beziehen Sie sich auf die richtige Stellenausschreibung?
- Haben Sie die Quelle der Stellenausschreibung in der Bezugszeile genannt?
- Ist Ihr Anschreiben auch lesefreundlich aufbereitet (Absätze, Schriftgröße, Schrifttyp, Seitenrand)?
- Haben Sie eine Endkontrolle durchführen lassen?
- Haben Sie Ihr Anschreiben unterschrieben?
- Sind Sie genügend auf das Anforderungsprofil der Stelle eingegangen?
- Falls es verlangt wurde, haben Sie eine Angabe zu Ihrem Eintrittstermin und Ihren Gehaltswünschen gemacht?
- Soft Skills: Haben Sie diese mit aussagekräftigen Praxisbeispielen umschrieben?
- Ist Ihr Anschreiben eine Erleichterung für den Leser zur Abgleichung von Bewerber- und Stellenprofil?
- Entspricht das Anschreiben trotz aller formalen Empfehlungen Ihrem Stil?

Bewerbungsmappe

- Haben Sie Ihr Anschreiben lose auf die Mappe gelegt?
- Sind Ihre Anlagen in der richtigen Reihenfolge sortiert?
- Falls vorhanden: Sind Ihre Praktikumsbescheinigungen beigelegt?
- Deckblatt: Ist dies auf die Einstiegsposition und das ausschreibende Unternehmen zugeschnitten?
- Falls Sie vor dem Studium eine Ausbildung abgeschlossen haben: Liegen Kopien des Ausbildungszeugnisses oder der Prüfungsergebnisse bei?
- Wenn Sie nach der Ausbildung gearbeitet haben: Ist Ihr Arbeitszeugnis beigelegt?
- Falls vorhanden, haben Sie Weiterbildungszertifikate ausgewählt, die für die ausgeschriebene Stelle wichtig sind?
- Gibt es auch Bestätigungen über Soft-Skill-Trainings? (Präsentieren, Rhetorik, Verhandlungsführung u. a.)
- Falls Sie umfangreiche Anlagen beifügen, haben Sie eine Anlagenliste erstellt?
- Sind die beigelegten Kopien in einer angemessenen Qualität?

Allianz 

Allianz

Königinstraße 28
80802 München
Internet: www.perspektiven.allianz.de,
www.facebook.com/allianzkarriere

Kontakt

Ralf Hilscher
Fon: 089 3800-17169
Fax: 089 3800-817169
E-Mail: hr-marketing@allianz.de

Branche

Versicherungen, Finanzdienstleistungen

Produkte/Dienstleistungen

Die Produktpalette der Allianz reicht von klassischen Versicherungsprodukten für Privat- und Firmenkunden (Insurance) über globales Risikomanagement bis hin zu Anlage- und Vermögensverwaltung (Asset Management).

Anzahl der Standorte

7 im Inland, rund 70 im Ausland

Jahresumsatz

103,6 Mrd. Euro (2011)

Anzahl der MitarbeiterInnen

30.000 in Deutschland, 142.000 weltweit

Bedarf an HochschulabsolventInnen

2013 suchen wir rund 500 HochschulabsolventInnen, 500 PraktikantInnen sowie 1500 Vertriebsneulinge.

Gesuchte Fachrichtungen

Schwerpunktmäßig suchen wir Mathematiker, (Wirtschafts-)Informatiker, Wirtschaftswissenschaftler und Juristen.

Einsatzmöglichkeiten

Einsatzbereiche sind u. a.: Finance, Inhouse Consulting, Risikomanagement, Banking, Controlling, Aktuariat

Einstiegsprogramme

Vorstandsassistentenprogramm, Trainee Versicherungsmanagement (ausdrücklich auch Ingenieure erwünscht), Trainee IT, Trainee Vertrieb, Allianz Management Programm Vertrieb, Expertenprogramm Vertrieb, Inhouse Consulting Programm

Mögliche Einstiegstermine

Laufend (z. B. Direkteinstieg) bzw. nach festen Terminen (Traineeships: 01.04. & 01.10.)

Auswahlverfahren

Je nach Einstiegsart; Telefoninterview, strukturiertes persönliches Interview, AC, Fallstudien.

Einstiegsgehalt

Unter Berücksichtigung der individuellen Vorkenntnisse sowie der persönlichen Kompetenzen ermitteln wir ein den Anforderungen entsprechendes Gehalt.

Auslandstätigkeit

Entsendung in eine der internen Tochtergesellschaften möglich.

Angebote für StudentInnen

Für Studierende bieten wir folgende Einstiegsprogramme: Praktikum, Werkstudium, Abschlussarbeiten, Rechtsreferendariat, GapYear-Programm

Siehe Anzeige Seite 13

 **Bayern LB**

Bayerische Landesbank (BayernLB)

Briener Straße 18
80333 München
Internet: www.bayernlb.de/karriere

Kontakt

Gabriele Dorfmeister
Fon: 089 2171-24915
Fax: 089 2171-24949
E-Mail: trainee@bayernlb.de

Branche

Bank, Finanzdienstleistung

Produkte/Dienstleistungen

Die BayernLB mit Sitz in München ist eine traditionsreiche deutsche Geschäftsbank – verwurzelt in Bayern, erfolgreich in Deutschland, geschätzt für individuelle Finanzlösungen mit hoher Expertise. Mit neuer Struktur und einem überzeugenden Geschäftsmodell sind wir gut aufgestellt für die Herausforderungen der Zukunft.

Anzahl der Standorte

3 Inland, 8 Ausland

Anzahl der MitarbeiterInnen

Konzernweit rund 9900

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Bis zu 20 Hochschulabsolventen (m/w) p. a. für unsere Traineeprogramme

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaftliches Studium oder ein anderes Hochschulstudium mit erkennbarer Wirtschaftsorientierung, Wirtschaftsmathematik, Informatik sowie Jura mit überdurchschnittlichem Abschluss

Einsatzmöglichkeiten

Anspruchsvolle Tätigkeiten in unseren Geschäftsfeldern und -bereichen

Einstiegsprogramme

Ambitionierten Hochschulabsolventen (m/w) bieten wir einen individuell konzipierten Berufseinstieg im Rahmen unserer Traineeprogramme. Das Besondere: Die Zielposition ist dabei nicht von vorneherein festgelegt, sondern wird in 15 Monaten gemeinsam entwickelt.

Mögliche Einstiegstermine

Jeweils zu Quartalsbeginn

Auswahlverfahren

Gespräche mit Vertretern aus Fach- und Personalabteilung im Rahmen eines eintägigen Auswahlverfahrens

Einstiegsgehalt

Je nach Vorqualifikation zwischen 44.800 Euro und 48.900 Euro p. a.

Auslandstätigkeit

Bei sinnvoller Ergänzung ist ein Aufenthalt außerhalb der Zentrale im Rahmen des Traineeprogramms möglich.

Angebote für StudentInnen

Praktikum ab 8 Wochen Dauer in unserer Zentrale in München; Abschlussarbeiten auf Anfrage

Siehe Anzeige Seite 5

Deloitte.

Deloitte

Schwannstraße 6
40476 Düsseldorf
Internet: www.deloitte.com/careers

Kontakt

Deloitte Recruitingteam
Fon: 0211 8772-4111
E-Mail: career@deloitte.de

Branche

Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting, Corporate Finance

Produkte/Dienstleistungen

Siehe Branche

Anzahl der Standorte

Deloitte ist an 17 Standorten in Deutschland und weltweit in über 150 Ländern vertreten.

Jahresumsatz

658 Mio. Euro in Deutschland
31,3 Mrd. US-Dollar international

Anzahl der MitarbeiterInnen

5000 in Deutschland, ca. 200.000 weltweit

Bedarf an HochschulabsolventInnen

Wir stellen im laufenden Jahr ca. 800 Absolventen ein.

Gesuchte Fachrichtungen

Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Ingenieurwesen, Jura mit Schwerpunkt Steuer- oder Gesellschaftsrecht, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik

Einsatzmöglichkeiten

Projektarbeit in Prüfung und Beratung

Einstiegsprogramme

Direkteinstieg/Training-on-the-Job, Praktikum, Werkstudententätigkeit in allen Bereichen

Mögliche Einstiegstermine

In allen Bereichen das ganze Jahr hindurch

Auswahlverfahren

Telefoninterviews, Einzelinterviews, Bewerbungstage bzw. Recruiting Days

Einstiegsgehalt

Unser Einstiegsgehalt ist marktkonform und qualifikationsabhängig.

Auslandstätigkeit

Ein Auslandseinsatz ist je nach Berufserfahrung und Tätigkeitsbereich im Rahmen von kurzfristigen Projekteinsätzen bis hin zu einer längerfristigen Entsendung möglich.

Angebote für StudentInnen

Wir bieten in allen vier Funktionen das ganze Jahr über Praktikumsplätze an. Auch die Betreuung Ihrer Abschlussarbeit ist nach einem Praktikum möglich.

Siehe Anzeige Umschlagseite 4



HFH • Hamburger Fern-Hochschule gem. GmbH

Alter Teichweg 19
22081 Hamburg
Internet: www.hamburger-fh.de

Kontakt

Studienberatung
Fon: 040 35094-360
Fax: 040 35094-335
E-Mail: info@hamburger-fh.de

Auf einen Blick

Mit rund 10.000 Studierenden ist die HFH Hamburger Fern-Hochschule eine der größten privaten Hochschulen Deutschlands. Sie verfolgt das bildungspolitische Ziel, Berufstätigen und Auszubildenden den Weg zu einem akademischen Abschluss zu eröffnen. An über 40 regionalen Studienzentren bietet die staatlich anerkannte und gemeinnützige Hochschule ihren Studierenden eine wohnortnahe Betreuung. Angeboten werden zahlreiche Bachelor- und Masterstudiengänge in den Bereichen Gesundheit und Pflege, Technik sowie Wirtschaft.

Folgende Bachelor-Studiengänge sind im Programm der HFH:

- Betriebswirtschaft (B.A.)
- Facility Management (B.Eng.)
- Gesundheits- und Sozialmanagement (B.A.)
- Health Care Studies (B.Sc.) für Auszubildende der Ergotherapie, Pflege, Logopädie und Physiotherapie
- Health Care Studies (B.Sc.) für Berufserfahrene
- Pflegemanagement (B.A.)
- Wirtschaftsingenieurwesen (B.Eng.)
- Wirtschaftsrecht (LL.B.)
- Wirtschaftsrecht online (LL.B.)

Das Bachelor-Studium ist gemäß Hamburgischem Hochschulgesetz mit entsprechender beruflicher Qualifikation (Ausbildung sowie mehrjährige berufliche Tätigkeit) auch für Berufstätige ohne Abitur möglich.

Weiterführende Studiengänge (Master):

- General Management (MBA)
 - Wirtschaftsrecht online (LL.M.)
- In Kooperation mit der University of Louisville (USA):
- Global Business (MBA, UoFl)

Verkürzte Studienmodelle:

Zahlreiche Studienprogramme für ausgewählte Zielgruppen ermöglichen eine verkürzte Studienzeit bzw. den parallelen Erwerb von Studienabschluss und Berufsausbildung.

- Wirtschaftsingenieurwesen (B.Eng.) als Aufbaustudiengang für Absolventen ingenieurwissenschaftlicher oder wirtschaftswissenschaftlicher Studiengänge
- Wirtschaftsrecht (LL.B.) als Aufbaustudiengang für Rechtsreferendare und Absolventen der ersten Prüfung oder Wirtschaftswissenschaftler

Die Pluspunkte des Fernstudiums an der HFH für einen Blick:

- sinnvolle Verknüpfung von Präsenz- und Selbststudienphasen
- Bildung fester Studiengruppen
- dichtes Netz an Studienzentren
- hohe Qualität der Lehre und der eingesetzten Medien
- Berücksichtigung beruflicher Kompetenz und Erfahrung
- serviceorientierte, qualifizierte Beratung und Betreuung
- faires Preis-Leistungs-Verhältnis
- langfristige Planung für Berufstätige möglich

Siehe Anzeige Seite 15

ING DiBa

Die Bank und Du

ING-DiBa AG

Theodor-Heuss-Allee 106
60486 Frankfurt am Main
Internet: www.ing-diba.de

Kontakt

Meike Keber
E-Mail: m.keber@ing-diba.de

Branche

Bank

Produkte/Dienstleistungen

Sparprodukte, Baufinanzierungen, Girokonto, Konsumentenkredite und Wertpapiergeschäft, Commercial Banking (Corporate Lending, Exportfinanzierung, Zahlungsverkehr, gewerbliche Immobilienfinanzierung, Financial Markets)

Anzahl der MitarbeiterInnen

Ca. 3200

Gesuchte Fachrichtungen

Betriebswirtschaftslehre, Geisteswissenschaften, Informatik/IT, Mathematik, Naturwissenschaften, Volkswirtschaftslehre, Wirtschaftsingenieurwissenschaften, Wirtschaftsinformatik, Wirtschaftsmathematik, Wirtschaftsrecht

Einsatzmöglichkeiten

Commercial Banking, Projektmanagement

Einstiegsprogramme

Neben der Möglichkeit eines Direkteinstiegs bietet die ING-DiBa AG seit 2011 sehr guten Diplom-/Masterabsolventen die Chance, als Trainee eine internationale Karriere bei einer der größten Privatkundenbanken Deutschlands zu starten. Dabei sind sie in das ING International Talent Programme (IITP) eingebettet und werden durch spezifische Trainings und Seminare bei ihrer Entwicklung unterstützt. Darüber hinaus sind sie in das internationale Netzwerk der ING Group integriert, nehmen an internationalen Projekten sowie fachlichen als auch persönlichkeitsentwickelnden Seminaren teil. Ihre Möglichkeit einer internationalen Karriere fördern wir zusätzlich durch einen Auslandseinsatz von 3 bis 6 Monaten im Rahmen des Traineeprogramms. www.ing.jobs/graduates

Mögliche Einstiegstermine

Jederzeit

Angebote für StudentInnen

Egal, ob Sie eine Stelle als studentische Aushilfe, ein Praktikum, eine Abschlussarbeit oder eine Einstiegsmöglichkeit suchen: Bei der ING-DiBa AG finden Sie eine Vielzahl an Angeboten. Entdecken Sie uns unter: www.ing-diba.de/karriere. Herzlich willkommen!

Siehe Anzeige Umschlagseite 3



Münchener Rückversicherungs- Gesellschaft AG

Königinstraße 107
80802 München
Internet: www.munichre.com/karriere

Branche
Finanzdienstleistung, Rückversicherung

Produkte/Dienstleistungen
Innovative Rückversicherungslösungen für die vielfältigsten Risiken weltweit – von Satelliten über Staudämme bis hin zur Fußballweltmeisterschaft.

Anzahl der Standorte
Weltweit über 50 Außenstellen

Jahresumsatz
52 Mrd. Euro in 2012

Anzahl der MitarbeiterInnen
Rückversicherung: rund 11.000 weltweit, davon rund 3600 in München
Konzern: rund 45.000 weltweit

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Ca. 20 bis 30 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen
(Wirtschafts-)Mathematik, Wirtschaftswissenschaften, Jura, (Wirtschafts-)Ingenieurwesen und internationale Studiengänge

Einsatzmöglichkeiten
Underwriting, Claims Management, Accounting/Controlling, Investments

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg oder 24-monatiges Traineeprogramm

Mögliche Einstiegstermine
Laufend

Auswahlverfahren
Online-Bewerbung (siehe Homepage), Einzelinterviews mit Mitarbeitern aus der Personal- und Fachabteilung, Einzel-Assessment Center

Einstiegsgehalt
48.000 bis 52.000 Euro Jahresgehalt

Auslandstätigkeit
Möglich, Einstieg erfolgt aber in München. Auslandsaufenthalt ist Teil des Traineeprogramms. Auslandspraktika sind ebenfalls möglich.

Angebote für StudentInnen
Praktika, Werkstudententätigkeit, Studienabschlussarbeiten

Siehe Anzeige Umschlagseite 2



R+V Versicherung

Raiffeisenplatz 1
65189 Wiesbaden
Internet: www.ruv.de
www.jobs.ruv.de
www.facebook.com/ruv.de
www.twitter.com/ruv_de

Kontakt
Recruiting Center
Fon: 0611 533-5210
Fax: 0611 533-775210
E-Mail: recruiting-center@ruv.de

Branche
Versicherungen

Produkte/Dienstleistungen
Maßgeschneiderte, innovative Versicherungsprodukte für Privat- und Firmenkunden

Anzahl der Standorte
Direktion in Wiesbaden; Direktionsbetriebe in Frankfurt am Main, Stuttgart, Hannover, Hamburg; Vertriebsdirektionen in Frankfurt am Main, Hamburg, Hannover, Köln, München, Stuttgart; weitere bundesweit

Jahresumsatz
Ca. 11 Mrd. Euro

Anzahl der MitarbeiterInnen
13.800 Inland, 350 Ausland

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Ca. 80 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen
Wirtschaftswissenschaften, (Wirtschafts-)Mathematik, (Wirtschafts-)Informatik, Rechtswissenschaften

Einsatzmöglichkeiten
Versicherungstechnische Sparten, Finanzen, IT, Controlling, Vertrieb, Rechnungswesen, Personal u. a.

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg und Traineeprogramm (im Innendienst 12 Monate, im Außendienst 24 Monate)

Mögliche Einstiegstermine
Direkteinstieg laufend, Traineeprogramm im Innendienst zum 01.08., Traineeprogramm im Außendienst zu jedem Quartalsbeginn

Auswahlverfahren
Bewerbungsgespräch mit der Personal- und der Fachabteilung, z. T. Assessment Center

Einstiegsgehalt
44.000 bis 46.000 Euro pro Jahr

Auslandstätigkeit
Nur in der Rückversicherung

Angebote für StudentInnen
Praktika sind in fast allen Fachbereichen bei einer Mindestdauer von 6 bis 8 Wochen möglich, Voraussetzung ist das abgeschlossene Vordiplom bzw. 2. Fachsemester eines Bachelor-Studiengangs; auf Anfrage bieten wir die Betreuung von Studien- und Abschlussarbeiten an.

Siehe Anzeige Seite 7



SimCorp GmbH

Justus-von-Liebig-Straße 1
61352 Bad Homburg
Internet: www.simcorp.com

Kontakt
Nathalie Meister
Fon: 06172 9240-59
E-Mail: nathalie.meister@simcorp.com

Branche
Software für Finanzdienstleister

Produkte/Dienstleistungen
SimCorp Dimension (Asset Management Software): Verkauf, Implementierung, Kundenbetreuung

Anzahl der Standorte
Inland: 1, Ausland: 19

Jahresumsatz
209 Mio. Euro im Jahr 2012 (weltweit)

Anzahl der MitarbeiterInnen
Inland: 140, weltweit: 1100

Bedarf an HochschulabsolventInnen
Ca. 10 pro Jahr

Gesuchte Fachrichtungen
BWL (Wirtschaftswissenschaften), Mathematik, Physik, Wirtschaftsmathematik, Wirtschaftsinformatik, Informatik

Einsatzmöglichkeiten
Implementierung, Kundenbetreuung, Systemintegration

Einstiegsprogramme
Direkteinstieg mit zweimonatigem Einführungsprogramm inkl. dreiwöchiger SimCorp Dimension Academy (Fach- und Produktschulung) in Kopenhagen

Auswahlverfahren
Zweistufige Interviews mit Human Capital/Gruppenleitung bzw. Abteilungsleitung/Geschäftsführung

Auslandstätigkeit
Nach mehrjähriger Tätigkeit möglich

Angebote für StudentInnen
Sechsmoatiges Praktikum für Studenten im Hauptstudium, Werkstudententätigkeit

Siehe Anzeige Seite 5



Sichtweise

Andres Veiel gehört zu den spannendsten Film- und Theaterregisseuren und Buchautoren Deutschlands. In seinen Werken dokumentiert der 53-Jährige zeitgeschichtliche Ereignisse. So drehte er 2001 den Dokumentarfilm „Black Box BRD“. 2012 führte Veiel Gespräche mit zumeist ehemaligen Vorstandsmitgliedern deutscher Banken und entwickelte aus diesen Interviews das Theaterstück „Das Himbeerreich“. Seit Anfang 2013 ist es in Berlin im Deutschen Theater zu sehen und hat sich dort zu einem Publikumsmagneten entwickelt

Andres Veiel

Dokumentarfilmer, Theaterregisseur und Buchautor

- 1. Was war der Impuls, sich für Ihr aktuelles Theaterstück ausgerechnet den Top-Managern der Finanzbranche zu widmen?**
Zu „Black Box BRD“ hatte ich bereits viele Top-Manager einer Bank interviewt. Ich fand es verblüffend, dass viele schon damals die Krise sehr genau vorausgesagt haben, dass sie wussten, dass es „Blasen“ geben wird. Dem wollte ich nun noch einmal auf den Grund gehen.
- 2. Die meisten Ihrer Gesprächspartner besitzen keine operative Funktion mehr, genießen aber weiterhin Privilegien. Wie geht es solchen Menschen?**
Materiell sehr gut. Die Herausforderung besteht für sie nun darin, nicht mehr im operativen Geschäft tätig zu sein, nicht mehr gefragt zu sein. Hinzu kommt eine kritische Hinterfragung der Dinge, die sie selbst geschaffen haben.
- 3. Wie ist es Ihnen gelungen, bei diesen Menschen hinter die Fassade des Top-Managers zu blicken?**
Gerne hätte ich oft Ross und Reiter benannt. Das sich öffnen hat jedoch nur funktioniert, weil ich absolute Anonymität zugesichert habe.
- 4. Und was haben Sie dort Überraschendes entdeckt?**
Oft wird ja behauptet, hinter vielen Entscheidungen stünden IT-Algorithmen. Doch jede Entscheidung bedarf letztlich eines Vorstandsbeschlusses, es wird abgestimmt. Und manchmal wird da trotz besseren Wissens die Hand für Entscheidungen gehoben, die hinterfragungswürdig sind.
- 5. Banker werden extrem kritisiert. Stimmen Sie in diese Kritik ein?**
Das wäre zu billig. Immerhin hat auch die Politik das ihrige beigegeben, einst zum Beispiel die Deregulierung vorangetrieben. Politik und Wirtschaft sind eng miteinander verwoben, das ist ein faustischer Pakt – heutige Feuerwehrleute waren früher die Brandstifter. Die viel kritisierten Boni sind nur ein Symptom.
- 6. Sie haben sich in Ihrer Karriere viel mit Gewalt und Terrorismus beschäftigt. Warum kam es im Fall der Finanzkrise bisher noch nicht zu lauten, flächendeckenden Protesten?**
Zum einen sind die Konflikte regional sehr unterschiedlich geprägt. Zum anderen resignieren viele vor der Komplexität des Themas. Das Finanzsystem ist nicht so bildhaft darstellbar wie beispielsweise missglückte Bauprojekte. Wer kann sich schon etwas unter 9,6 Milliarden Euro vorstellen?
- 7. Was unterscheidet die junge Generation an Bankern von der, die jetzt abtritt?**
Es gibt kein Vorher und Nachher. Es liegt an jedem Einzelnen und seinem Denken. Eigenständiges Denken führt zu Konflikten. Da steht man manchmal vor der Entscheidung: Kann ich mir das erlauben oder gehe ich mit der Mehrheit d'accord? Das ist aber ein grundsätzliches Problem von Führungskräften.
- 8. Sie haben in Ihren Gesprächen sicherlich den einen oder anderen Fachbegriff der Finanzbranche kennengelernt. Welcher ist der schlimmste?**
stochastische Volatilität. Hierbei wird auch sehr schön die Funktion von Fachbegriffen deutlich: sie schrecken ab, viele Menschen verstehen sie nicht und bleiben somit außen vor. Die Entschlüsselung solcher Begriffe ist ein Teil meiner Arbeit.
- 9. Welchen Film würden Sie Absolventen, die in die Finanzbranche eingestiegen sind, für einen gemütlichen DVD-Abend empfehlen?**
Wenn es gemütlich werden soll: Margin Call. Allerdings haben Spielfilme immer die Herausforderung, komplexe Zusammenhänge stringent zu erzählen. Das ist schwierig. Daher habe ich für „Das Himbeerreich“ auch das Theater gewählt.

Du bist **Di Ba Du**,
weil du immer nach der
besten Perspektive suchst.

Komm zum Top-Arbeitgeber mit besten Einstiegsmöglichkeiten.



Mit deiner Stärke zum gemeinsamen Erfolg.

Ob Kreativität, Einfühlungsvermögen, Präzision oder das Gespür für Menschen – was auch immer deine Stärke ist – bei uns ist sie in besten Händen. Denn wir wollen, dass jeder seine individuellen Stärken und Fähigkeiten auch im Job nutzen kann. Bei dem Arbeitgeber, bei dem der Mensch im Mittelpunkt steht. Bei der ING-DiBa.

Wir suchen 2013 sehr gute Hochschulabsolventen für unser ING International Talent Programme (ITTP) in den Bereichen Projekt- und Veränderungsmanagement sowie Commercial Banking. Neben einem individuellen Entwicklungsplan sowie Skill- und Managementtrainings bereitet Sie Ihr Traineeprogramm sowie ein Auslandseinsatz auf eine internationale Karriere bei der ING vor. Mehr Infos gibt es unter www.ing.jobs/graduates.htm.

Bewerben Sie sich jetzt bei Europas größter Direktbank:
www.ing-diba.de/karriere

Ihr Profil:

- Hervorragender Master- oder Diplomabschluss
- Möglichst erste praktische Erfahrung im Finanzdienstleistungssektor
- Verantwortungsbewusstsein, unternehmerisches Denken
- Kundenorientierung und Teamplayerqualitäten

ING  **DiBa**
Die Bank und Du



Uns reizt das Besondere. An Aufgaben und Mitarbeitern.

Einfach gut können viele. Exzellent nur die wenigsten.

Bei Deloitte erwarten Sie nicht nur anspruchsvolle Kunden und Projekte, sondern auch Kollegen, die Sie fachlich fordern und menschlich begeistern werden. Wir streben nach exzellenten Leistungen für unsere Kunden und arbeiten nach höchsten Qualitätsstandards. Wenn dies auch auf Sie zutrifft, freuen wir uns, Sie kennen zu lernen. Ganz egal, ob Sie heute noch mitten im Studium stehen, sich kurz vor dem Abschluss befinden oder schon über Berufserfahrung verfügen – in unseren Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Corporate Finance stehen Ihnen alle Möglichkeiten offen, Ihren besonderen Weg einzuschlagen.

Es ist Ihre Zukunft. Wie weit wollen Sie kommen?



Entdecken Sie mehr Möglichkeiten
unter www.deloitte.com/careers



Besuchen Sie uns auch auf
www.facebook.com/Deloitte.Deutschland