

Mitglieder sind keine Belastung

Bernd Jacobs über den Wert und das Ansehen der Mitgliedschaft und das Mehrwertprogramm VR-AktivPlus

Bernd Jacobs ist Vorstand der Raiffeisenbank Lohr am Main. Der gebürtige Rheinländer kam 2004 als Vertriebsspezialist und Krisenmanager zur unterfränkischen Genossenschaft. Als Folge langjähriger Probleme hatte die Identifizierung der Mitglieder mit ihrer Genossenschaft stark gelitten. Gemeinsam mit den anderen Instituten des Kreisverbands Main-Spe-
sart rief er als Antwort darauf das Mitglieder-mehrwert-Programm „VR-Aktiv-Plus“ ins Leben.



Bernd Jacobs

Profil: Welche Bedeutung hat die Mitgliedschaft für VR-Banken?

Bernd Jacobs: Die Mitgliedschaft ist Markenkern und Alleinstellungsmerkmal von Genossenschaftsbanken. Über sie findet die Differenzierung im Wettbewerb statt. In den einzelnen VR-Banken herrscht allerdings eine höchst differenzierte Betrachtung über den Mehrwert der Mitgliedschaft. So werben viele Banken überhaupt nicht um Mitglieder. Andere nehmen schon seit Langem keine neuen Mitglieder mehr auf.

Profil: Warum sollten Kreditgenossenschaften darum bemüht sein, Kunden zu Mitgliedern zu machen?

Jacobs: Zum einen weil die Mitgliedschaft die Grundlage und der Ursprung der Genossenschaftsbewegung ist. Zum anderen weil Studien beweisen, dass das Mitglied eine höhere Verbundenheit zu seiner Genossenschaft hat. Betriebswirtschaftlich gesprochen: Der Leistungsaustausch, also die Geschäftstätigkeit zwischen Kunde und Bank, ist größer.

Profil: Seit dem Jahr 2000 haben Genossenschaftsbanken über eine Million neue Mitglieder gewonnen. Das ist doch eine beeindruckende Zahl, oder?

Jacobs: Das ist richtig. Betrachtet man jedoch die VR-Banken, haben diese zusammen keine 100.000 Mitglieder gewonnen. Die Sparda-Banken haben dagegen zirka 700.000 neue Mitglieder aufzuweisen. Den Rest haben die Spezial-

institute und PSD-Banken hinzugewonnen. In der Breite messen Volksbanken und Raiffeisenbanken der Mitgliedschaft keine ausreichende Beachtung bei. Der BVR bewirbt nicht umsonst seit einigen Jahren den Wert der Mitgliedschaft.

Profil: Was machen die Sparda-Banken anders?

Jacobs: Sparda-Banken koppeln ihre Dienstleistungen an die Mitgliedschaft. Das heißt, wer kein Mitglied ist, kann auch nicht Kunde werden. Dies widerspricht jedoch klar dem Ansatz der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Bei der Raiffeisenbank Lohr am Main verfolgen wir zwar das Ziel, alle Kunden zu Mitgliedern zu machen, aber wir setzen dabei auf die Kommunikation des Mitglieder-mehrwerts.

Profil: Welchen Mehrwert bietet denn die Mitgliedschaft in der Raiffeisenbank Lohr am Main?

Jacobs: Wir haben lange darüber nachgedacht, wie ein Mitglieder-mehrwert-System aussehen sollte, das voll und ganz auf die Bedürfnisse von VR-Banken zugeschnitten ist. Wir merkten dabei schnell, dass dieser Mehrwert größer sein muss als einfach nur eine Rückvergütung am Ende des Jahres. Deshalb haben wir im Kreisverband ein Programm namens VR-AktivPlus aus der Taufe gehoben. Unsere Mitglieder erhalten nun dreimal im Jahr einen Newsletter, der über die Aktivitäten der Bank vor Ort aufklärt. Es klingt banal, aber allein die Tatsache, dass ein Brief mit dem VR-Logo auf dem Küchentisch liegt, steigert die Identifikation mit dem Institut. Zudem bieten wir Kunden, die frisches Geld in die Bank bringen, besondere Konditionen nur für Mitglieder. Und natürlich haben wir auch ein Bonusprogramm etabliert.

Profil: Was erwidern Sie eigentlich auf den Einwand, dass Mitglieder sehr teures Eigenkapital sind?

Jacobs: Ich glaube, das Ziel einer Genossenschaftsbank kann

nicht nur die Maximierung des Gewinns sein, sondern muss in der Förderung der Mitglieder liegen. Man darf daher die Mitgliedsdividenden nicht einfach als eine Belastung des Bilanzgewinns sehen. Wir haben mit der Einführung von VR-AktivPlus im Übrigen unsere Grunddividende auf 2,5 Prozent gesenkt. Ein Mitglied kann aber auf seine Geschäftsanteile je nach Geschäftstätigkeit bis zu 15 Bonuspunkte sammeln. Mit Rückvergütung und Dividende erhält es auf diese Weise eine Rendite von bis zu 12,5 Prozent pro Anteil. Unsere Berater sind verpflichtet, den Kunden bei der Optimierung des Punkterwerbs zu unterstützen. Wir wollen damit erreichen, dass ein Mitglied, das im regen Geschäftskontakt zu uns steht, auch im besonderen Maße davon profitieren muss.

Profil: Können Sie denn bereits erste Erfolge vorweisen?

Jacobs: Allein in den letzten 15 Monaten stieg die Zahl unserer Mitglieder netto von 10.000 auf über 11.000 an. Im gesamten Kreisverband konnten wir rund 3.000 neue Mitglieder gewinnen.

Profil: Sehen Sie Spielräume, dieses System weiter zu optimieren?

Jacobs: Zunächst ist es schon eine Herausforderung, immer am Ball zu bleiben und den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen. Eines unserer nächsten Ziele ist, ein regionales Netzwerk aufzubauen. Dem sollen nicht nur die Kreisverbandsbanken angehören, sondern auch Einzelhändler. Wie bei einem Payback-System sollen Mitglieder auch hier von Vorteilen profitieren können. Außerdem wollen wir unser Controlling so anpassen, dass wir die Geschäftsabläufe von Mitgliedern und Nichtmitgliedern getrennt beobachten können. Nur so kann man nachhaltig den tatsächlichen Wert der Mitgliedschaft ermitteln. hh

Mehr dazu im Internet:
GVB00019

VR-AktivPlus
Das Mehrwert-Programm – exklusiv für Mitglieder.
VR-AktivPlus-Logo: Vor Ort eine Marke geschaffen.