

4. IM-Symposium
**„Erfolgsstrategien im Preis- und Qualitätswettbewerb –
Herausforderungen für die Finanzindustrie“**

- Ab 8:30** **Empfang und Frühstücksimbiss**
- 09:30** **Begrüßung durch Dr. Oliver Mihm, CEO Investors Marketing**
- 09:45** **Teil 1: Geschäftsmodelle mit Zukunft**
- 09:45-10:15 **„Kundenorientierung im Retail Banking – Kostentreiber oder Ertragsquelle?“**
• Was der Kunde wirklich will – aktuellste Erkenntnisse aus der IM-Privatkundenstudie 2010
• Aktives Preismanagement als zentrales Element einer kundenorientierten Strategie
Dr. Oliver Mihm, CEO Investors Marketing
- 10:15-10:45 **„Die Privatkundenstrategie der Deutsche Bank – Zielgruppenoptimale Organisation der Marken“**
Frank Strauß, Mitglied des Vorstandes Deutsche Bank Privat- und Geschäftskunden
- 10:45-11:15** **Kaffeepause**
- 11:15-11:45 **„Genossenschaftliches Private Banking – strategisches Geschäftsfeld der Zukunft“**
• Subsidiarität bei der Potenzialerschließung im genossenschaftlichen Verbund
• Kundennähe, Vertrauen und regionale Verankerung als Erfolgsfaktoren
• Höchstleistung durch integriertes on- und off-shore-banking
Dr. Stefan Schwab, Vorsitzender der Geschäftsleitung DZ Privatbank-Gruppe
- 11:45-12:30 **Podiumsdiskussion: „Kundenorientierung als Primat in der Finanzindustrie – viel Lärm um Nichts oder eine Frage des Geschäftsmodells?“**
• Welche Rolle spielen Kundenbedürfnisse in der Finanzindustrie wirklich?
• Verliert die Finanzindustrie die Hoheit über den Kunden auf Dauer an Apple und Co.?
• Erfolgsfaktor Geschäftsmodell: Differenzierung, Spezialisierung, Zentralisierung oder Dezentralisierung? Wer wird in Zukunft erfolgreicher sein?
Andreas Goßmann, Mitglied des Vorstandes Stadtparkasse Düsseldorf
Hans Joachim Reinke, stv. Vorstandsvorsitzender Union Asset Management Holding
Michael Rüdiger, CEO Credit Suisse Central Europe
Klaus Oskar Schmidt, Mitglied des Vorstandes ING-DiBa
- 12:30-14:00** **Gemeinsames Mittagessen**

- 14:00 Teil 2: Erfolgsstrategien von Banken und Versicherungen**
- 14:00-14:30 **„Eine Flächensparkasse zwischen Preis- und Qualitätsanforderungen – die Komfortstrategie der Naspa“**
- Erfolgstreiber einer Komfortstrategie
 - Vermögende Kunden in der Fläche gewinnen: das neue (andere) Naspa Private Banking Konzept
- Jürgen Bockholt**, Mitglied des Vorstandes Nassauische Sparkasse
- 14:30-15:00 **"Mit direktbankfähigen Beratungsmodellen Kunden begeistern und Wachstum forcieren"**
- Vom Online-Broker zur Direktbank erster Wahl – die strategische Entwicklung der comdirect bank
 - Beratung, die Vertrauen gewinnt: Unabhängigkeit, systemische Analyse und partnerschaftliche Begleitung
- Alexander Boldyreff**, Mitglied des Vorstandes comdirect bank
- 15:00-15:40 **Podiumsdiskussion: „Preisstrategien im Multikanalvertrieb – integrativer Ansatz sinnvoll oder wahrnehmbare Differenzierung notwendig?“**
- Gehört dem Internet die Zukunft: Wird der stationäre Vertrieb zum Ergänzungsvertrieb?
 - Teuer im Internet: Gibt es nicht oder geht nicht?
 - Einkanalvertrieb vs. Multikanalvertrieb
- Alexander Boldyreff**, Mitglied des Vorstandes comdirect bank
Carsten Jung, Mitglied des Vorstandes Berliner Volksbank
Dr. Helge Lach, Mitglied des Vorstandes Deutsche Vermögensberatung
Dr. Hartmut Nickel-Waninger, Mitglied des Vorstandes Gothaer Versicherung Gruppe
- 15:40-16:00 Kaffeepause**
- 16:00-16:30 **„Neukundengewinnung im Internet: Sind Grenzen erkennbar?“**
- Nutzungsverhalten in Deutschland und anderswo
 - Herausforderungen aus sich ändernden Rahmenbedingungen
 - Thesen zur künftigen Bedeutung des Internets für den Versicherungsabsatz
- Detlef Frank**, Vorstand Vertrieb HUK24
- 16:30-17:00 **„TARGOBANK – So geht Bank heute“**
- Nicht nur ein neuer Name, sondern auch eine neue Strategie
 - Erste Ergebnisse vier Monate nach dem Launch der neuen Marke
- Jürgen Lieberknecht**, Mitglied des Vorstandes TARGOBANK
- 17:00 Schlusswort und Ende der Veranstaltung**
- Anschließend Get Together in der Lifestyle Bar**