

Bericht des Vorstands
über die Entwicklung der Bank im Geschäftsjahr 2014
anlässlich der Vertreterversammlung am 19. Juni 2015

- Manuskript zur Rede von Herbert Pfennig, Sprecher des Vorstands -

Liebe Eigentümerinnen und Eigentümer der apoBank,
meine sehr verehrten Damen und Herren!

Im Namen des Vorstands der apoBank, d. h. meiner Kollegen Harald Felzen, Eckhard Lüdering, Dr. Thomas Siekmann und Ulrich Sommer, sowie im Namen aller unserer Führungskräfte und Mitarbeiter begrüße ich Sie sehr herzlich zur wichtigsten Veranstaltung im Geschäftsjahr unseres Instituts.

Wir freuen uns, dass so viele Vertreter unserer Einladung gefolgt sind. Ihre Teilnahme ist für uns ein schöner Beweis für das große Interesse an unserem Haus – Ihrer Bank.

Herzlichen Dank dafür schon an dieser Stelle.

Das Wichtigste zum abgelaufenen Geschäftsjahr gleich vorweg: Mit unseren Ergebnissen sind wir voll und ganz zufrieden.

Unser tägliches Geschäft war geprägt von anhaltend niedrigen – teilweise sogar negativen – Zinsen, hohen regulatorischen Anforderungen sowie wachsenden geopolitischen und konjunkturellen Risiken.

Letztlich sind alle Banken zu Prozessoptimierungen und Sparprogrammen gezwungen und müssen gleichzeitig neue Ertragspotenziale realisieren. Mit diesem zunehmenden Druck auf die Rentabilität bleibt der Wettbewerb unter den Banken weiter sehr aggressiv. Selbst die Deutsche Bank muss sich inzwischen diesem Thema stellen und ihre Privatkundenstrategie überdenken.

Auf diesem steinigen Gelände ist es uns 2014 gelungen, unseren Wachstumspfad fortzusetzen und die ersten Früchte unserer Anstrengungen der letzten Jahre zu ernten.

Mit Anstrengungen meine ich

- die Neuausrichtung unseres Vertriebs,
- die Einführung unseres neuen Beratungskonzepts apoPur
- und die Optimierung unserer Kostenstruktur.

Unser Betriebsergebnis vor Steuern erreichte 133,8 Mio. Euro; damit haben wir nicht nur den Vorjahreswert, sondern auch unsere ambitionierte Planung deutlich übertroffen.

Nach Steuern weisen wir einen Jahresüberschuss in Höhe von 54,5 Mio. Euro aus, dies ist ein Zuwachs von 15 Prozent.

Das gute Ergebnis ermöglicht uns, Ihnen heute erneut vorzuschlagen, eine Dividende von vier Prozent auszuschütten. Hierzu erbitten wir gleich Ihre Zustimmung.

Gerade in Zeiten, in denen Negativzinsen kein Fremdwort mehr sind, ist das ein Spitzenwert, gerade im Vergleich zu den Dividendenrenditen vieler börsennotierter Unternehmen.

Und das, obwohl die Gewinnmaximierung gerade nicht unser Hauptziel ist. Oder sollte ich sagen, gerade weil die Gewinnmaximierung nicht unser Hauptziel ist, sondern die Förderung unserer Mitglieder.

Darüber hinaus waren wir einmal mehr in der Lage, unsere Reserven- und Rücklagenpolster aufzufüllen. Insgesamt waren es 148 Mio. Euro – das zeigt die herausragende Ertragskraft unserer Bank.

Dass unser Erfolg im vergangenen Jahr von einem Ausbau unserer Marktpositionierung begleitet war, qualifiziert ihn als nachhaltig.

Mit einem Zuwachs von 9.000 Kunden haben wir unsere Marktdurchdringung weiter ausgebaut. Mit Blick auf die aggressive Konkurrenz ist dies ein beachtlicher Erfolg.

Und auch die Zahl unserer Mitglieder ist weiter angewachsen: Über 4.000 neue Anteilseigner durften wir im vergangenen Jahr begrüßen. Ein schöner Vertrauensbeweis.

Unser Ergebnis, meine Damen und Herren, haben wir der harten Arbeit und dem Engagement unserer Mitarbeiter und Führungskräfte zu verdanken. Einige sind heute auch hier. Wir im Vorstand möchten Ihnen, stellvertretend für alle Ihre Kolleginnen und Kollegen, für Ihren tatkräftigen Einsatz ein herzliches Dankeschön aussprechen.

Blicken wir nun auf die wesentlichen Positionen der Gewinn- und Verlustrechnung.

Der Zinsüberschuss lag trotz historischer Niedrigzinsphase mit 698,3 Mio. Euro leicht über Vorjahr.

Zu dieser positiven Entwicklung haben unsere Erfolge im Kreditgeschäft sowie die gestiegenen Kundeneinlagen, aber auch eine günstigere Refinanzierung beigetragen.

Unsere Neuausleihungen im Darlehensbereich liegen mit 5,2 Mrd. Euro zwar auf einem stabil hohen Niveau. Allerdings motivierte das Zinsniveau auch im vergangenen Jahr zu hohen Kredittilgungen, so dass wir am Jahresende plus minus null auslaufen.

Beim Provisionsüberschuss freut uns besonders, dass wir mit einem Zuwachs von fast 20 Prozent die Kehrtwende eingeläutet haben. Im aktuellen Marktumfeld ist dies ein ungewöhnlicher Erfolg. Er ist insbesondere deshalb so wichtig, weil sich die Zinslandschaft nicht so schnell wieder normalisieren dürfte.

Verantwortlich für die gute Entwicklung war eine Belebung im Wertpapiergeschäft sowohl mit unseren Privatkunden als auch mit den institutionellen Kunden. Bei letzteren wurde die Consultingdienstleistung weiter ausgebaut, um besonders unsere Versorgungswerke im Niedrigzinsumfeld stärker zu begleiten.

Dass wir bei der Geldanlage eine hohe Expertise bieten, zeigen auch unsere Erfolge in der Vermögensverwaltung. Die von uns betreuten Assets under Management haben wir um 1,1 Mrd. Euro ausgebaut.

Mittlerweile machen das gesamte Depotvolumen der Privatkunden und das Direktbestandsmanagement für institutionelle Kunden rund 10 Mrd. Euro aus. Auch das ist ein schöner Beweis für das Vertrauen, das unsere Kunden uns entgegenbringen.

Auf der Aufwandsseite zeigen sich nach wie vor die positiven Effekte aus der Optimierung unserer Kostenstruktur, die wir in den vergangenen Jahren vorgenommen haben.

So stieg unser Verwaltungsaufwand nur moderat um vier Prozent auf 478,6 Mio. Euro – und das, obwohl wir höhere regulatorische Aufwendungen verkräften mussten und gleichzeitig gezielt in unsere Zukunft investiert haben.

Dazu zählt, dass wir beispielsweise 60 neue Kundenberater eingestellt haben, umfangreiche Trainings- und Schulungsmaßnahmen für unsere Berater durchgeführt und unsere digitalen Kommunikationskanäle ausgebaut haben – allesamt Investitionen in unser Kundengeschäft.

Auf der anderen Seite haben uns die regulatorisch getriebenen Projekte insgesamt gut 10 Mio. Euro gekostet. Davon entfielen allein 3,8 Mio. Euro auf den Stresstest der EZB. Die einheitliche europäische Aufsicht wird uns auch zukünftig viel Arbeit und Geld abverlangen.

Dies vor allem deshalb, weil wir als mittelständisch geprägte Bank den gleichen Kriterien unterworfen sind wie die Großbanken, die sich mit ihren großen Verwaltungs- und Rechenzentren viel leichter tun.

Künftig rechnen wir mit einem niedrigen zweistelligen Millionenbetrag – Tendenz leider steigend. Unsere gute Ertragskraft erlaubt uns aber, diese zusätzlichen und leider unvermeidbaren Aufwendungen zu stemmen.

Lassen Sie mich an dieser Stelle auch über eine Neuerung des Aufsichtsrechts sprechen – nämlich das neue Einlagensicherungsgesetz, das im Juli in Kraft treten wird.

Die gute Nachricht vorneweg: Für unsere Kunden wird es keine Änderung geben.

Der Bundesverband der Volksbanken und Raiffeisenbanken hat frühzeitig ein amtlich anzuerkennendes Einlagensicherungssystem entwickelt, das der neuen Gesetzeslage entspricht.

Parallel wird das für den genossenschaftlichen Verbund so einzigartige institutsbezogene Sicherungssystem weiter fortgesetzt.

Gerät eine Bank in wirtschaftliche Schwierigkeiten, wird es demnach durch Maßnahmen der Sicherungseinrichtung gestützt und so gestellt, dass es seine rechtlichen Verpflichtungen in vollem Umfang erfüllen kann.

Zurück zu unseren Geschäftszahlen.

Was hat sich bei unseren Risikokosten getan?

Unsere Wertberichtigungen für das Kundenkreditgeschäft lagen 2014 mit 78,3 Mio. Euro zwar deutlich über Vorjahr, dies aber nur wegen einer einzelfallbezogenen Vorsorgemaßnahme im Bereich der ambulanten Versorgungsstrukturen. Hierbei handelt es sich um Altgeschäft, das wir so heute nicht mehr betreiben. Im Übrigen haben wir dieses Portfolio inzwischen weitgehend abgebaut.

Insgesamt weisen wir unverändert niedrige Ausfallraten auf, was der guten Bonität unserer Kunden geschuldet ist; sie liegen im Kerngeschäft unter 0,2 Prozent – ein Wert, der, wie ich denke, für sich spricht.

Dass 998 von 1.000 getätigten apoBank-Existenzgründungsfinanzierungen problemlos bedient werden, zeigt, dass wir mit unserer Kreditvergabepolitik stabile Existenzen ermöglichen.

Für Finanzinstrumente und Beteiligungen lagen die Risikokosten und Vorsorgemaßnahmen mit 49,9 Mio. Euro unter Vorjahr. Dieser Posten hat ausschließlich Reservecharakter und stellt damit versteuertes Eigenkapital dar.

So viel zu dem, wie wir gewirtschaftet haben.

Was wir 2014 erreicht haben, lässt sich auch am Risikoprofil ablesen.

Wir haben in den vergangenen Jahren unsere Hausaufgaben konsequent abgearbeitet und alles über Bord geworfen, was nicht unmittelbar zu unserem satzungsgemäßen Auftrag zählte.

Unsere Risikoaktiva, das sind die mit Eigenkapital zu unterlegenden Bankgeschäfte, haben wir in den letzten vier Jahren mehr als halbiert.

Gleichzeitig haben wir aus eigener Kraft rund 600 Mio. Euro Eigenkapital generiert.

Erstmals in der Geschichte der Bank betragen unsere Geschäftsguthaben zum Jahresultimo 2014 mehr als 1 Mrd. Euro.

Diese Erfolge spiegeln sich auch in unseren Kapitalquoten wider: Unsere Kernkapitalquote hat sich in den letzten vier Jahren mehr als verdoppelt.

Die harte Kernkapitalquote, das ist die Quote mit den strengsten Anforderungen ans Kapital, lag zum Jahresende bei bemerkenswerten 20,2 Prozent; damit sind wir in der Bankenbranche von einem der letzten Tabellenplätze innerhalb weniger Jahre an die Spitze geklettert.

Wir haben die apoBank krisenfest und fit für die Zukunft gemacht. Das hat unser sehr gutes Abschneiden beim EZB-Stresstest gezeigt. Unter den Geschäftsbanken waren wir in Deutschland auf Platz 1. Von einer Bank mit so wunderbaren Kunden konnten Sie das auch erwarten.

Dass sich die Bonität der apoBank sehr positiv entwickelt hat, würdigt auch die Ratingagentur Moody's mit ihrer jüngsten Einschätzung. Danach stellt sie uns eine Erhöhung unseres langfristigen Kreditratings um gleich zwei Stufen von aktuell A1 auf Aa2 in Aussicht. Das ist die drittbeste Ratingnote, die Moody's vergibt. Europaweit gehören wir mit zur Spitze der gerateten Banken.

An dieser Stelle möchte ich darauf hinweisen, dass wir eines nicht vergessen: Die sehr gute Entwicklung unserer Bank haben wir auch unseren treuen Mitgliedern und Kunden, vielen Landesorganisationen sowie dem genossenschaftlichen Verbund zu verdanken!

Nach ursprünglich starker Betroffenheit sind wir gestärkt aus der Finanzmarktkrise hervorgegangen. Das haben wir im Team erreicht! Wir können stolz darauf sein, nicht nur zur alten Stärke der apoBank zurückgekehrt zu sein, sondern sie noch kräftig ausgebaut zu haben.

Stärke im Sinne von gemeinsamer Stärke ist auch die Kernidee unseres genossenschaftlichen Verbundes.

Diesen genossenschaftlichen Gedanken haben wir auch in unsere Stiftung getragen.

Einige von Ihnen erinnern sich vielleicht: Wir hatten bereits 2002 eine gemeinnützige Stiftung ins Leben gerufen, vorrangig um den von den Schäden der Oderflut betroffenen Heilberuflern rasch und unbürokratisch helfen zu können.

Nun werden wir unsere Stiftung neu aufstellen. Der Stiftungsbeirat, der eingehende Anträge priorisiert und dem Stiftungsvorstand vorschlägt, besteht künftig aus sechs Personen – alle Genossenschaftsmitglieder. So werden wir der genossenschaftlichen Idee, der Hilfe zur Selbsthilfe, gerecht.

Was wollen wir mit unserer Stiftung erreichen? In erster Linie geht es darum, die Berufsausübung der akademischen Heilberufe in Deutschland zu fördern.

Beispielsweise unterstützen wir pilotartige und regionale Projekte, die wegweisend sind, um Versorgungsprobleme zu lösen.

Zudem wollen wir in Ländern Verantwortung übernehmen, in denen die Entwicklung guter Arbeitsbedingungen für Heilberufler und eine breite medizinische Versorgung noch ganz am Anfang stehen.

Ich persönlich sehe in den Aktivitäten unserer Stiftung einen Beitrag, jenseits des Bankgeschäfts überzeugend und wirksam gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Es sollte für uns alle ein Anliegen sein, Solidarität und spürbare Unterstützung zu zeigen.

Richten wir nun den Blick nach vorn.

Dass 2014 ein gutes Jahr war, besteht kein Zweifel. Dies darf uns aber nicht dazu verleiten, jetzt euphorisch zu werden. Denn die Zukunft wird kein Spaziergang werden.

Ich meine hier – neben der zunehmenden Regulatorik und steigendem Wettbewerb – insbesondere die Auswirkungen der Niedrigzinsphase. Die Zinslandschaft wird für alle Akteure am Finanzmarkt, für Versicherungen, Banken, Investoren DIE Herausforderung der nächsten Jahre sein. Hier wird sich die Spreu vom Weizen trennen.

Was heißt das für unsere Geschäftsentwicklung im Jahr 2015?

Auch bei uns kommt der Zinsüberschuss unter Druck. Und wir merken es jetzt schon.

Nach den ersten fünf Monaten liegt der Zinsüberschuss bei 292,9 Mio. Euro – saisonal bedingt aktuell zwar nur ein Prozent unter dem Vorjahreswert. Im weiteren Jahresverlauf gehen wir aber davon aus, dass sich die Differenz zum Vorjahr weiter vergrößern wird.

Beim Provisionsüberschuss setzte sich der Wachstumstrend fort. 54,2 Mio. Euro Provisionserträge haben wir bereits in unserer Gewinn- und Verlustrechnung eingestellt – ein Plus von 11 Prozent.

Insgesamt liegt der Jahresüberschuss zum 31. Mai bei 22,8 Mio. Euro. Das entspricht einem Anstieg von rund 11 Prozent.

Ich darf auch an dieser Stelle verraten, dass wir vorher wiederum versteuerte Reserven und damit Kapital in sehr ansehnlicher Größenordnung gebildet haben.

Wir gehen davon aus, dass auch das Gesamtjahr insgesamt gut verlaufen sollte und dass das robuste Fundament weiter Früchte trägt.

Zwar sind die Erwartungen für den Zinsüberschuss sicherlich gedämpft. Allerdings möchte ich mich soweit vorwagen: Ja, das niedrige Zinsniveau trifft uns, es schockt uns aber nicht. Wir sind fundamental so gut aufgestellt, dass wir auch eine länger anhaltende Phase niedriger Zinsen unbeschadet bestehen und gleichzeitig aus eigener Kraft weiter Kapital für künftiges Wachstum aufbauen können.

Mit Rückenwind von unserem Anlagegeschäft, unser neuer Wachstumsmotor, zielen wir im Gesamtjahr auf einen weiterhin steigenden Jahresüberschuss ab. Der würde eine stabile Dividende gewährleisten und uns auch erlauben, die Reservenpolster weiter zu füllen.

Das ist nicht zuletzt auch deswegen von Bedeutung, als dass wir uns vor dem Hintergrund des aktuellen Umfelds mit diesen Rücklagen ein gewisses Rüstzeug schaffen, um für denkbare Investitionen zur Anpassung unserer IT-Landschaft an steigende aufsichtliche Anforderungen gewappnet zu sein.

Vom finanziellen nun zum strategischen Ausblick. Wir bleiben unserer Strategie treu. Zur stabilen Weiterentwicklung unseres Geschäfts sehen wir weiterhin diese vier großen Themen:

Erstens: Die Förderung von Existenzgründungen.

Zweitens: Eine intensive Betreuung angestellter Heilberufler und Studenten.

Drittens: Die Stärkung des Anlagegeschäfts.

Und viertens: Der Ausbau unseres Firmenkundengeschäfts.

Aber der Reihe nach.

Die wichtigste Säule bilden unverändert die wirtschaftlich selbständigen Heilberufler.

Wir alle wissen, dass deren Zahl bedingt durch den strukturellen Wandel im Gesundheitswesen stetig abnimmt – allein zwischen 2009 und 2013 haben wir einen Rückgang von 6.700 zu verzeichnen.

Ein besonderer Fokus liegt 2015 daher auf der Förderung von Existenzgründungen von Heilberuflern. Unserer Studie „Chance Niederlassung“, die wir Ihnen im letzten Jahr vorgestellt haben, sollen nun Taten folgen.

Was heißt das konkret?

Wir wollen uns bei diesem Thema mit den Standesorganisationen noch intensiver verzahnen und unsere Beratungs- und Unterstützungsangebote vor Ort besser synchronisieren.

Dazu gehört im ersten Schritt, gegenseitige Transparenz über alle Unterstützungsangebote der wesentlichen Akteure vor Ort zu schaffen.

Das hört sich zwar sehr trivial an, aber ich bin mir sicher, dass es das in dieser Form noch nicht gibt.

Ist die gemeinsame Basis erst einmal geschaffen, können wir gemeinsam überlegen, wie wir niederlassungswillige Heilberufler bei ihrem Vorhaben noch besser unterstützen können.

Ich denke, dass es gerade bei diesem Thema essenziell ist, dass alle Beteiligten an einen Tisch kommen. Denn wir sitzen alle im gleichen Boot.

Nicht zuletzt spielt unsere Beratung eine entscheidende Rolle. Diese stellen wir nicht isoliert auf die Finanzierung ab. Im Gegenteil, wir verstehen uns als „Begleiter“ für Existenzgründungen – in allen Belangen.

Als Spezialbank tun wir das maximal Leistbare, dass die Risiken der unternehmerischen Selbständigkeit tragbar, beherrschbar und vor allem nicht belastend sind.

Und weil Studenten die Heilberufler von morgen sind, gehen wir verstärkt auf sie zu. In einem bundesweiten Ideenwettbewerb mit dem Titel „Jetzt Freiheit gewinnen“ haben wir Studenten gefragt, was sie für ein erfolgreiches Studium brauchen.

180 Ideen wurden eingebracht. Und mehr als 380.000 Personen haben unsere Internetseite besucht.

Jetzt wissen wir, wie wir die Heilberufler von morgen bereits bei ihren ersten Schritten unterstützen können. Eine Jury hat dem Thema „Mobilität“ Vorrang gegeben und einer Idee den ersten Preis verliehen, die einen BahnCard- bzw. Fernbuszuschuss vorschlägt. Diese Gewinneridee wollen wir nun in unser Leistungsportfolio aufnehmen, so dass alle davon profitieren können.

Bei der apoBank ist es nicht nur eine Phrase, dass der Kunde im Mittelpunkt steht. Wir bekennen Farbe und entwickeln gemeinsam mit den Kunden Leistungen der Bank.

Während die Zahl der wirtschaftlich selbständigen Heilberufler stetig abnimmt, wächst kontinuierlich die Zahl der angestellten Heilberufler. So waren 2013 rund 40.000 mehr Heilberufler in der ambulanten Versorgung angestellt als noch 2009.

Schon heute ist gut jeder vierte angestellte Heilberufler unser Kunde. Dieser Geschäftszweig hat sich schon toll entwickelt. Aber er muss noch weitergehen.

Die Betreuung für angestellte Heilberufler und für Studenten werden wir daher weiter intensivieren. Neben mehr Kundenberatern werden wir unsere Uni- und Klinikstandorte weiter ausbauen, um noch präsenter und näher der für unsere Zukunft so wichtigen Klientel zu sein.

Wo sehen wir weitere Wachstumsfelder?

Ganz klar im Anlagegeschäft. Mit unserem Beratungskonzept apoPur haben wir die Basis bereits dafür gelegt. Das erfordert natürlich sowohl mehr Berater als auch eine breite Produktpalette, die wir Schritt für Schritt weiter ausbauen.

Seit Beginn des Jahres können unsere Kunden beispielsweise mit dem neuen Mischfonds apo Medical Balance von unserer Tochter apo Asset Management mit einem weiteren Spezialprodukt am prosperierenden Gesundheitsmarkt partizipieren. Der Fonds investiert als erster seiner Art in Europa in Gesundheitsaktien und -anleihen weltweit.

Neben dem Anlagegeschäft sehen wir unverändert ein steigendes Marktpotenzial bei Gesundheitsunternehmen. Daher werden wir unser Kreditvolumen im Firmenkundengeschäft deutlich ausbauen und uns noch stärker als bisher als Kreditspezialist für Firmenkunden und Gesundheitsimmobilien positionieren. Die Voraussetzungen dazu haben wir im letzten Jahr bereits geschaffen.

Wir werden nur dort tätig, wo wir mit Spezialwissen ebenfalls weit unterdurchschnittliche Risikokosten erreichen können.

Unsere Aufgabe sehen wir darin, den Ausbau der Infrastruktur und Unternehmen im Gesundheitssektor zu unterstützen, die zum Erhalt einer qualitativ hochwertigen Versorgung beitragen.

Schließlich steht für uns noch ein weiterer Punkt ganz oben auf der Agenda: Die Digitalisierung.

Internet und Smartphones haben unser Verhalten in nahezu allen Lebensbereichen verändert. Und wir stehen heute erst am Anfang eines umfassenden Digitalisierungsprozesses, der unser tägliches Leben viel stärker verändern wird, als wir es uns heute vorstellen können.

Auch der Bankenmarkt unterliegt zunehmend diesem Wandel. Eine ganze Reihe so genannter „Fintechs“ und Internetportale sind dabei, sich am Markt zu etablieren; sie treten in Teilen des Bankgeschäfts in Konkurrenz zu den klassischen Banken und beanspruchen natürlich auch für die angebotenen Dienstleistungen auch Erträge, die den Banken dann fehlen. Wir sprechen hier über disruptive Innovationen.

Auch wir müssen auf die veränderten Kundenbedürfnisse proaktiv und mit hoher Kreativität reagieren.

Deshalb passen wir unser Dienstleistungsangebot an die digitale Medienwelt an und eröffnen unseren Kunden zusätzliche Kommunikationskanäle.

Eine Video- und Chatberatung haben wir bereits eingeführt. Unsere Erfahrungen nach den ersten Monaten sind ausgesprochen positiv.

Bei allen digitalen Anwendungen bleibt unser Credo jedoch: Wer ausschließlich digital ist, wird den Kundenbedürfnissen nicht gerecht und wird auch austauschbar. Entscheidend ist, die Zugangsmöglichkeiten auszubauen, ohne direkte Marktpräsenz zurückzufahren. Denn letztlich entscheidet unser Kunde, wie und wann er mit uns in Kontakt treten will.

Wenn wir über Digitalisierung sprechen, darf ein Medium natürlich nicht fehlen: die sogenannte App – heute aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken.

Und wer kennt die Bedürfnisse unserer Kunden nicht besser als sie selbst? Daher haben wir in Kreativworkshops gemeinsam mit einer repräsentativen Auswahl digitale Leistungen für Heilberufler und für Studenten entwickelt.

Hier zeigt sich, was wir unter Kundenorientierung verstehen. Wie das im Zeitalter der Digitalisierung genau aussieht, das können Bilder besser beschreiben als Worte.

[Ein Video wird eingespielt.]

Diese Frage kann ich Ihnen zwischenzeitlich beantworten.

Die Ergebnisse können sich sehen lassen.

Ärzte und Apotheker erhalten mit unserer neuen App namens „Erfolgsrezept“ fundierte Tipps, wie sie die Wirtschaftlichkeit ihrer Praxis spürbar verbessern können.

Ausgehend von diversen Parametern, wie Einnahmen, Ausgaben usw., leitet die App auf Basis unseres umfangreichen Datenbestands Handlungsempfehlungen ab.

Studenten der Heilberufe haben naturgemäß einen anderen Fokus. Deshalb macht sie die neue App mit dem Namen „Lass mal kreuzen“ mit unserer Prüfungsvorbereitung fit für das Physikum bzw. fit für das erste Staatsexamen.

Die Möglichkeit, dass die Anwender im Wettkampf gegeneinander antreten, bietet hierbei die richtige Portion Motivation.

Ich hoffe, ich habe Ihre Neugier geweckt. Noch im Sommer werden die neuen Anwendungen im App-Store erhältlich sein.

Bevor ich zum Schluss komme, lassen Sie mich noch kurz etwas zu einem Thema sagen, was schon fast zum Dauerbrenner geworden ist: Unsere telefonische Erreichbarkeit. Die Zufriedenheit unserer Kunden mit unserem Telefonservice hat sich im letzten Jahr deutlich verbessert.

Hier werden wir noch einen Zahn zulegen: Mit unserer neuen Service-Plattform „Konnektum“, die im zweiten Halbjahr 2015 am Standort Düsseldorf starten wird, werden wir mit einem umfangreicheren Angebot die Qualität steigern und mehr Kundenanfragen abschließend bearbeiten. Auf diese Weise sind wir zuversichtlich, die Kundenzufriedenheit nochmals zu erhöhen.

Für unsere Mitglieder und Kunden werden wir mittelfristig Internetbanken überflüssig machen. Technische Funktionalitäten werden eine Selbstverständlichkeit sein. Bei uns sollen das Filialnetz, die spezielle Expertise im Gesundheitswesen und Technik den Kontext für die Nutzung der Bank auf jedem gewünschten Kanal darstellen.

Sie sehen, wir sind am Puls der Zeit. Wir investieren in die Zukunft der Bank. Wir werden dem genossenschaftlichen Prinzip „Hilfe zur Selbsthilfe“ auch in einem sich wandelnden Umfeld weiter voll gerecht werden.

Nach dem Motto „Wer aufhört, besser zu werden, hat aufgehört, gut zu sein“ ist es unser Anspruch, unseren Kunden ein einzigartiges Kundenerlebnis zu verschaffen und kontinuierlich besser zu werden. Die räumliche Nähe durch die Filiale und die menschliche Komponente bleiben – die Technologie und die Wahlmöglichkeit des für den Kunden bequemsten Kanals kommt dazu.

Meine verehrten Damen und Herren,

die apoBank ist und bleibt die erste Adresse für alle Heilberufler und ihre Organisationen, sie steht gut da. Und sie ist für die Zukunft gut gerüstet.

Mein Dank gilt an dieser Stelle den Mitgliedern des Aufsichtsrats, die uns auch im vergangenen Jahr mit stets treffsicherem Rat begleitet haben, indem sie uns ihre Expertise bei vielen Entscheidungsvorbereitungen, aber auch bei den Diskussionen strategischer Fragen zur Verfügung gestellt haben.

Und ich danke auch noch einmal Ihnen, sehr verehrte Mitglieder und Vertreter der Mitglieder, für das Vertrauen, das Sie uns schenken und für Ihr ausgeprägtes Interesse an der apoBank und ihrer weiteren Entwicklung.

Wir freuen uns auf ein weiteres erfolgreiches Jahr mit Ihnen!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!