



# «Regionale Nähe wird besonders von KMU honoriert»

**COMMERZBANK SCHWEIZ** Vom Zürcher Seefeld aus betreibt die Commerzbank Schweiz ein äusserst erfolgreiches Firmenkundengeschäft. Schweiz-Chef Marc Steinkat über die Innovationskraft Schweizer Unternehmen, die Bank als digitale Vorreiterin und warum die Kombination von lokaler Nähe und internationaler Expertise ein Mehrwert für den Kunden ist.

INTERVIEW INÈS DE BOEL



#### ZUR PERSON

Marc Steinkat ist seit 2013 CEO der Commerzbank in der Schweiz. In dieser Funktion verantwortet er das Firmenkundengeschäft der Commerzbank und dessen weiteren Ausbau. Steinkat begann seine Banklaufbahn 1987 in Berlin, wo er nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann ins Firmenkundengeschäft einstieg. 1992 wechselte er als Firmenkundenbetreuer zur Bayerischen Vereinsbank, 1995 zur Commerzbank. Nach Stationen als Regionalleiter in Brandenburg und Berlin wurde er 2008 zum Mitglied der Geschäftsleitung Firmenkunden in München berufen. Von September 2009 bis August 2013 verantwortete er als Vorsitzender der Geschäftsleitung Mittelstandsbank Bayern-Süd das gesamte Firmenkundengeschäft der Commerzbank in dieser Region.



Der technologische Wandel ist im vollen Gange, er fordert und fördert sämtliche Akteure der Schweizer Wirtschaft – und das im Eiltempo. Dass die digitale Revolution auch vor dem Bankwesen nicht Halt macht, haben vor allem traditionelle Banken gespürt. Um neue Strategien und innovative Wirtschaftsprozesse kommen gerade sie nicht herum, wenn sie weiterhin erfolgreich Kunden gewinnen wollen. Aber auch Schweizer Unternehmen müssen die Chancen der Digitalisierung nutzen und dank hoher Innovationskraft aktiv mitgestalten. Das setzt auch voraus, dass internationale Fachkräfte attraktive und liberale Rahmenbedingungen vorfinden, ist Country Manager Marc Steinkat überzeugt.

**Marc Steinkat, die Commerzbank Schweiz konnte sich im Jahr 2016 weiter am Schweizer Markt etablieren. Das Firmenkundengeschäft konnte in allen Segmenten ein Wachstum von 20 Prozent aufweisen. Welche Erwartungen haben Sie für das laufende Jahr?**

Für 2017 haben wir uns wieder ein klares Ziel gesetzt: Erneutes starkes Wachstum im zweistelligen Bereich. Die Ergebnisse des ersten Halbjahres stimmen uns sehr zuversichtlich, da wir unser Geschäft mit international agierenden Schweizer Firmenkunden weiter ausbauen konnten. Zum einen sind wir im Bereich Exportfinanzierung stark gewachsen. Zum anderen sind wir in der Kundengewinnung wei-

terhin sehr dynamisch. Unsere Kunden schätzen unsere Servicequalität und Dienstleistungsorientierung sehr – das hat sich im Markt herumgesprochen. Das bestätigt auch die aktuelle externe Befragung zur Kundenzufriedenheit. Trotzdem arbeiten wir weiter daran noch besser zu werden. Die Digitalisierung hilft uns dabei. Digitaler Wandel heisst für uns nicht nur, dass wir alle relevanten Prozesse in der Bank digitalisieren und automatisieren, sondern auch, dass die Vorteile für unsere Kunden im geschäftlichen Alltag erlebbar sein müssen. Zudem sehen wir uns als aktiven Ideengeber und haben den Anspruch, auch bei neuen Entwicklungen führend zu sein.

**Sie sind vor drei Jahren angetreten, um auch KMU mit einem Jahresumsatz von mindestens 15 Millionen Franken bei ihren lokalen und internationalen Geschäften zu beraten. Im KMU-Segment sind Sie ausnehmend gut unterwegs. Allein das Wachstum im letzten Jahr beträgt 50 Prozent. Entspricht dies Ihren anfänglichen Erwartungen?**

Wir sind im Schweizer Markt mit sechs Standorten vertreten. Regionale Nähe wird besonders von den KMU honoriert. Unser Geschäftsansatz liegt darin, diese Regionalität mit der internationalen Ausrichtung der Commerzbank zu verknüpfen. Wir wickeln als Commerzbank bereits rund 30 Prozent des deutschen und einen wesentlichen Anteil des europäischen Aussenhandels ab. Diese Expertise und Dienstleistungsqualität wird auch zunehmend im Schweizer Markt geschätzt. Neben Deutschland sind wir bereits seit mehreren Jahrzehnten an vielen anderen internationalen Standorten erfolgreich tätig. In der Schweiz sind wir erst drei Jahre am Markt. Und obwohl wir damit einer der jüngsten Standorte der Commerzbank sind, haben wir bereits über 1600 neue Kundenverbindungen gewonnen. Das liegt weit über unseren ursprünglichen Erwartungen.

**Das Kreditgeschäft hat sich ebenfalls positiv entwickelt. Allein der KMU-Bereich ist bei der Kreditvergabe um 30 Prozent gewachsen. Bis 2020 will die Commerzbank 10 000 neue Firmenkunden dazu gewinnen. Profitieren Sie vom Umstand, dass viele Schweizer Unternehmen mit den Dienstleistungen der hiesigen Banken unzufrieden sind?**

In der Schweiz sind wir ausschliesslich als Firmenkundenbank tätig – mit klarem Fokus auf den internationalen Aktivitäten unserer Kunden. Wir begleiten Schweizer Firmen bei ihren Auslandsaktivitäten entlang ihrer gesamten Wertschöpfungskette. Wie bereits erwähnt liegt unser Erfolg darin, dass wir für Schweizer Unternehmen die Kombination aus lokaler Nähe und internationaler Expertise verbinden und somit einen Mehrwert bieten. In der Schweizer Bankenlandschaft haben wir damit ein klares Alleinstellungsmerkmal.

**Mit welcher Strategie gelingt es Ihnen, in der Schweiz neue Kunden für sich zu gewinnen?**

Nach unseren Erfahrungen gewinnen wir Kunden, wenn wir einen Mehrwert aufzeigen können und gleichzeitig Leistung und Qualität zu fairen Preisen bieten. Wir verstehen uns als Dienstleister und erarbeiten massgeschneiderte Lösungen. Zu unseren Kunden gehören Schweizer Unternehmen, die in ihrem Bereich Weltmarktführer sind und die einen ihrer Marktposition entsprechenden Service von uns erwarten. Entscheidend sind die Bedürfnisse unserer Kunden. Dazu gehört auch, dass unser Kunde nur einen Ansprechpartner hat, der ihn in seinem lokalen sowie internationalen Geschäft zur Seite steht. Unterstützt wird er durch ein Team von Spezialisten, die mit ihrem umfangreichen Know-How zur Verfügung stehen. Ein entscheidender Vorteil ist hierbei unsere Sektorexpertise, die eine zusätzliche Qualität in die Beratung und Entscheidungsprozesse bringt. Wir können über die aktuellen Trends in der jeweiligen Industrie informieren und darüber, was im Markt aktuell läuft und wo die Zukunftstrends liegen. Gerade im Vorfeld von strategischen Entscheidungen kann dies für ein Unternehmen sehr hilfreich sein und wird von unseren Kunden gerne in Anspruch genommen.

**Wie stellen Sie sich als traditionelles Kreditinstitut den Herausforderungen der Digitalisierung?**

Ohne Frage: Die Digitalisierung ist für unsere Kunden und uns eine grosse Herausforderung und Chance zugleich. Hohe Kosten und eine starke Schweizer Währung zwingen Schweizer Unternehmen dazu innovativ zu sein, um gegen internationale Konkurrenz zu bestehen. Ich sehe sie bei der Digitalisierung ganz vorne dabei. Für uns als Bank hat die

#### COMMERZBANK AG

Die 1970 gegründete Commerzbank mit Sitz in Frankfurt/M. ist eine führende, international agierende Geschäftsbank mit Standorten in knapp 50 Ländern. Sie wickelt 30 Prozent des deutschen Aussenhandels ab und ist Marktführer im deutschen Firmenkundengeschäft. Privat- und Unternehmerkunden bietet sie ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen an. In der Schweiz ist die Commerzbank seit 1985 vor Ort. Seit 2011 als Filiale für grosse Firmenkunden mit Bedarf an Investmentbanking. Daran knüpfte die Commerzbank Schweiz an und eröffnete neben dem Hauptsitz in Zürich fünf weitere Standorte in Basel, Bern, Lausanne, Luzern und St. Gallen, um flächendeckend langfristige Geschäftspartnerschaften auch mit Schweizer KMU zu entwickeln.



Digitalisierung strategische Priorität. Auf dem Weg zum digitalen Technologieunternehmen haben wir einen «Digitalen Campus» in Deutschland eingerichtet, in dem alle Digitalisierungsprojekte gebündelt sind. Aktuell arbeiten rund 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im «Digital Campus». Über unsere Tochterfirmen Main Incubator und Commerz Ventures investieren wir zudem seit einigen Jahren in erfolgversprechende Fintechs – nicht zuletzt um innovative digitale Produkte auch für unsere Kunden nutzbar zu machen. Mit der Digitalisierungsplattform #Open Space unterstützen wir Kunden aktiv bei ihrer digitalen Transformation.

**Noch eine Frage zum Brexit: Wie schätzen Sie die Auswirkungen auf dem Schweizer Finanzplatz ein. Kann die Commerzbank profitieren? Die Verhandlung zwischen Grossbritannien und der EU haben gerade erst begonnen. Insofern sind die Folgen**

eines Brexit noch schwer abschätzbar. Aber die Schweiz ist nicht Mitglied der EU. Banken, die zurzeit in London sind, dürften die Schweiz daher nicht als alternativen Standort betrachten. Von einem Brexit dürften eher Städte wie Frankfurt oder Paris profitieren.

**Welche Auswirkungen auf Ihr Kundengeschäft haben die seit langem andauernde Niedrigzinspolitik der EU sowie der starke Franken?**

Ich halte es für bewundernswert, wie sich die Schweizer Wirtschaft in den letzten zehn Jahren gegen die markante Aufwertung des Franken gestemmt hat. Es kam nicht zu einer katastrophalen Rezession wie prophezeit. Die Schweizer Unternehmen haben hierzulande konsequent rationalisiert und ihre Effizienz kräftig gesteigert. Wir unterstützen und begleiten unsere Kunden hier aktiv und können mit unserem breiten Dienstleistungsangebot optimal unterstützen. Unsere Kunden schätzen

besonders das Angebot eines ganzheitlichen, internationalen Cash-, Währungs- und Anlagemanagements.

**Was wünschen Sie sich für die Schweiz?**

Der anhaltende Trend der Digitalisierung wird uns auch in den kommenden Jahren weiter beschäftigen. Wir sollten die Chancen weiter aktiv nutzen, da viele Geschäftsmodelle weiter auf dem Prüfstand stehen. Dies können die Schweizer Unternehmen durch ihre ausgewiesene Innovationsexpertise aktiv mitgestalten, damit Wachstum und Wohlstand weiter erhalten bleiben. Das setzt auch voraus, dass internationale Fachkräfte attraktive und liberale Rahmenbedingungen vorfinden. ■

[www.commerzbank.ch](http://www.commerzbank.ch)