

# Commerzbank will in der Region stärker wachsen

## Strategie Kampfansage an Mitbewerber

■ **Koblenz/Limburg.** Angriff ist die beste Verteidigung. Unter dieser Devise will die Commerzbank auch in der Region Marktanteile gewinnen. Denn angesichts der anhaltenden Niedrigzinsphase wird der Kuchen, von dem jeder Akteur natürlich das dickste Stück haben will, nicht größer. Das Management der Niederlassung Wiesbaden/Koblenz hat dabei alle Zielgruppen im Visier: Vom Normalverdiener über den Unternehmer bis zum sehr wohlhabenden Kunden. Dass dieser Ansatz funktionieren könnte, spiegeln die aktuellen Zahlen wider, die das Unternehmen jetzt präsentierte.

Insgesamt 61 760 Privat- und Geschäftskunden zählt die Niederlassung, die ein Geschäftsvolumen von insgesamt rund 1,4 Milliarden Euro und 13 Filialen hat. Die größten Standorte sind Koblenz und Wiesbaden. Die Niederlassung gewann im Vergleich zum Vorjahr 1768 Neukunden – davon allein in Koblenz 640, wie Filialleiter Ludger Kauth zufrieden anmerkte.

René Zinser begründet diesen Erfolg mit der Tatsache, dass die Verschmelzung von Commerzbank und Dresdner Bank erfolgreich abgeschlossen wurde: Straffere Führungsstrukturen und bessere Beratung sind die neuen Markenzeichen, fasste der Niederlassungsleiter Private Kunden zusammen. Und: Auch die kleinen Filialen im Raum Koblenz, also in Andernach, Bad Ems, Mayen und Neuwied bleiben feste Bestandteile eines Konzeptes, mit dem sich das Unternehmen als Multikanalbank positionieren will.

### Gratkonto bleibt

Anders als vielfach vermutet, will die Großbank das gebührenfreie Gratkonto und das Prämiemodell bestehen lassen, wenn Kunden Standardvorgänge online oder am Terminal erledigen. Während Mitbewerber diesen Ansatz als Wettbewerbsverzerrung kritisieren, sieht René Zinser das Girokonto als wichtiges Einstiegsgeschäft. Seine Botschaft: Ohne Wertpapiere können Kleinanleger keine vernünftige Altersvorsorge aufbauen. Dabei will die Bank helfen – und das natürlich nicht uneigennützig. Denn offenbar werden nur noch im Wertpapiergeschäft die Renditeerwartungen erfüllt. Auch das Kreditgeschäft bleibt ein wichtiges Stand-

bein. 2015 wurden neue Konsumentenkredite in Höhe von 13,9 Millionen Euro bewilligt. Das sind 28 Prozent mehr als 2014. Bei den Baufinanzierungen meldet die Niederlassung sogar ein Plus von 48 Prozent. Das bedeutet: Allein 2015 wurden 700 Eigenheime mit einem Gesamtvolumen von 99 Millionen Euro finanziert.

Trotz dieser Steigerung ist die Großbank in der Region kein Marktführer. Im Bereich exportorientierter Mittelstand sieht das anders aus: Die Commerzbank finanziert bundesweit jedes dritte Außenhandelsgeschäft. Sie will, so Peter Radermacher, Niederlassungsleiter für diesen Bereich, diese Kompetenz auch in der Region ausbauen: Die Niederlassung betreut derzeit 1548 größere mittelständische Unternehmen im Raum Koblenz, Limburg und Wiesbaden, wobei das Kreditvolumen um 15 Prozent auf rund 1,35 Milliarden Euro gestiegen ist.

### Limburg auf Wachstumskurs

Auch die Commerzbank in Limburg ist auf Wachstumskurs. „Wir haben in Limburg im letzten Jahr netto 350 neue Kunden gewonnen und betreuen jetzt 12 100 Privat- und Geschäftskunden“, sagte Dirk Schlüter, Filialdirektor der Filiale am Kornmarkt.

Starkes Wachstum habe die Filiale auch im Kreditgeschäft verzeichnet. Das Neugeschäftsvolumen mit Konsumentenkrediten belief sich auf 2,3 Millionen Euro, 19,5 Prozent mehr als im Vorjahr, meldet das private Kreditinstitut.

Und auch Eigentum stand 2015 hoch im Kurs: „Insgesamt haben wir Immobilien im Wert von 20,1 Millionen Euro finanziert“, sagte Schlüter. Das entspricht einem Zuwachs von 24,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Das Kreditvolumen belief sich auf 89,6 Millionen Euro, plus 4,7 Prozent. Das Depotvolumen erhöhte sich um 5,3 Prozent auf 104,5 Millionen Euro. „Deshalb investieren wir in unsere digitalen Angebote und treiben den Umbau zu einer Multikanalbank weiter voran“, erklärte der Limburger Commerzbank-Chef. „Zugleich bleibt die Filiale ein wichtiger Kanal. „Wir werden die persönliche Beratung stärken“, betonte Schlüter. „Und deshalb bekennen wir uns eindeutig zu unserer Filiale in Limburg.“ *kal/red*

## Immobilienprofi hat Tipps zum Hausverkauf

### Infoabend Experten geben Auskunft und weisen auf juristische Fallstricke hin

■ **Westerwaldkreis.** Was ein Haus- oder Wohnungseigentümer mit einem privaten Verkauf auf sich nimmt und welche – auch juristischen – Fallstricke dabei auf ihn warten, zeigt der österreichische Immobilienprofi Georg Ortner (Wien) gemeinsam mit Notar Oliver Spitzhorn (Montabaur) in einer Informationsveranstaltung der

Sparkasse Westerwald-Sieg unter dem Titel „Immobilien privat verkaufen – Chancen und Risiken“ am Donnerstag, 19. Mai, 19 Uhr, in der Stadthalle Montabaur auf. Erklärt wird dabei, was ein Privatmann beim Verkauf seiner Immobilie beachten sollte. Ortner, seit 30 Jahren im Immobiliengeschäft, zeigt auf, wie ein Käufer tickt, und

gibt Tipps, wo und wie das Objekt beworben und optimal präsentiert werden kann, und dass eine private Vermarktung eine Investition in Zeit und Geld bedeutet. Anmeldungen zur Veranstaltung sind telefonisch unter 02661/620 620 oder über die Homepage der Sparkasse [www.skwws.de/veranstaltungen](http://www.skwws.de/veranstaltungen) möglich. Der Eintritt ist frei.



Personalreferentin Sara Mimberg, Geschäftsführer Klaus Loerzer und die Studenten Franziska Immel und Tim Brilka standen Besuchern am Tag der Logistik in der Firma SSI Schäfer in Betzdorf Rede und Antwort. Foto: Markus Döring

## Hinter die Kulissen geblickt

### Wirtschaft SSI Schäfer hatte zum Tag der Logistik eingeladen – Ausbildungsmöglichkeiten im Fokus

■ **Betzdorf-Bruche.** Mit dem Lageristen früherer Tage hat die moderne technische Ausbildung zur Fachkraft für Lagerlogistik kaum noch etwas gemeinsam. Das erfuhren Besucher beim Tag der Logistik in der Firma SSI Schäfer in Betzdorf-Bruche. Der Hersteller von Lage- und Logistiksystemen öffnete seine Hallenportale für interessierte Besucher. Und so konnten in Betzdorf und Burbach Schüler, Studenten und weitere Gäste einen Blick hinter die Kulissen eines modernen Großunternehmens werfen.

Nach der gelungenen Premiere im vergangenen Jahr war dies gewissermaßen die logische Fortsetzung. Hautnah konnten die Besucher bei geführten Rundgängen von 10 bis 18 Uhr durch die bis zu 17 500 Quadratmeter großen Hallen in Betzdorf die Arbeitsprozesse verfolgen – vom Wareneingang über Kommissionierung und Lagerung bis zum Warenausgang. Zahlreiche Mitarbeiter der Firma standen dabei Rede und Antwort.

Auf großes Interesse stießen unter anderem die Ausbildungsmöglichkeiten im Unternehmen. Dazu gehören auch duale Studiengänge. So berichteten etwa die Studenten Franziska Immel und Tim Brilka über ihre eigenen Erfahrungen mit dem dualen Studium.

Klaus Loerzer, Geschäftsführer der SSI Schäfer Dienstleistungs-GmbH, zeigte sich mit der Resonanz zufrieden: „Wir hatten zwar nicht ganz die Besucherzahlen wie bei der Premiere, dafür aber viele Studenten, die sich für unsere vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten interessiert haben.“

An den Schäfer-Standorten Betzdorf, Weitfeld, Burbach und Neunkirchen arbeiten rund 2500 Menschen, davon etwa 150 Auszubildende. Damit ist das Unternehmen einer der größten Arbeitgeber der Region.

Der Tag der Logistik ist ein bundesweiter Aktionstag. Interessierten soll die Gelegenheit gegeben werden, Logistikbereiche in Unternehmen und Organisationen zu besuchen. *Markus Döring*

Der „Craft Master Two“ von Rastal hat den begehrten „Red Dot“ erhalten. Für das spezielle Craft-Bier-Glas ist dies bereits die zweite renommierte Auszeichnung. Der „Craft Master Two“ zählt auch zu den aktuellen Preisträgern des weltweit anerkannten iF-Labels.

Die Craft-Bier-Gläser wurden im Red Dot Award Product Design 2016 mit der Auszeichnung „Honorable Mention“ prämiert.

„Ohne die Temp-Methode hätten wir den Umschwung nicht in dieser Zeit geschafft“, ist sich Sommer sicher. Mit dem ganzheitlichen Analyse-Tool bekam die Geschäftsführung schnell einen Überblick, wie sie das Unternehmen umgestaltet und in den Bereichen Führung, Kunden, Mitarbeiter und Prozesse am besten aufstellt. Ein Berater von Tempus-Consulting begleitete zusätzlich die Anfangsphase.

Einige Mitarbeiter haben sich während dieser Zeit verabschiedet; sie wollten die Preissprünge vom Economy- ins Premiumsegment nicht mittragen. Kostete ein Haus vor der Re-Positionierung durchschnittlich 125 000 Euro, liegt der Durchschnittspreis heute bei 250 000 Euro.

Dafür finden Kern-Haus-Kunden inzwischen nur noch Markenprodukte renommierter Hersteller in ihrem neuen Heim. Eine dreifache Wärmeschutzverglasung gehört ebenso zum Standard wie ein energieeffizientes, massives Mauerwerk.

## Mühlenbäckerei ausgezeichnet

### DLG Hohe Produktqualität

■ **Westerburg.** Die Mühlenbäckerei Jung aus Westerburg ist jetzt von der DLG (Deutsche Landwirtschafts-Gesellschaft) zum vierten Mal mit dem „Preis für langjährige Produktqualität“ geehrt worden. Das Unternehmen erhält die Auszeichnung für die Qualität seiner Produkte, die im Rahmen der DLG-Qualitätsprüfungen für Brot und Kleingebäck regelmäßig getestet wurden. Die Auszeichnung wird jährlich an Hersteller von Lebensmitteln verliehen, die ihre Produkte seit vielen Jahren freiwillig von den Sachverständigen der DLG testen lassen. Unternehmen müssen fünf Teilnahmejahre in Folge mit jeweils mindestens drei Prämierungen pro Prämierungsjahr vorweisen. Ab dem fünften erfolgreichen Teilnahmejahr wird der Betrieb mit dem „Preis für langjährige Produktqualität“ ausgezeichnet.

## Energieeffiziente Sanierung

### Bau Förderung greift

■ **Westerwaldkreis.** Die Energiewende fängt zu Hause an: Im Westerwaldkreis wurden im vergangenen Jahr 552 Wohneinheiten energetisch saniert. Dafür flossen von der KfW-Bank rund 13 Millionen Euro an staatlichen Fördermitteln. Das teilt die IG Bau Wiesbaden-Limburg mit. Die Bau- und Umweltgewerkschaft erklärt: Jede Energiesparsanierung zählt. Es gibt allerdings noch viel Luft nach oben. „Fenster, Fassaden, Dächer, Heizungsanlagen – gerade bei Nachkriegsbauten aus den 1950er-, 60er- und 70er-Jahren haben wir einen großen Nachholbedarf“, sagt IG-Bau-Betriebsrat Karl-Heinz Michel. Viele dieser Häuser hätten „noch nie einen Dämmstoff gesehen“ und müssten dringend auf die heutigen Standards gebracht werden. Die Gewerkschaft appelliert an Haus- und Wohnungsbesitzer im Westerwaldkreis, auf die Förderung durch das KfW-Programm „Energieeffizient Sanieren“ zurückzugreifen.

## Design-Preis für Rastal

### Craft-Glas Red Dot Award

■ **Höhr-Grenzhausen.** Der „Craft Master Two“ von Rastal hat den begehrten „Red Dot“ erhalten. Für das spezielle Craft-Bier-Glas ist dies bereits die zweite renommierte Auszeichnung. Der „Craft Master Two“ zählt auch zu den aktuellen Preisträgern des weltweit anerkannten iF-Labels.

Die Craft-Bier-Gläser wurden im Red Dot Award Product Design 2016 mit der Auszeichnung „Honorable Mention“ prämiert.



Craft Master

## EWM präsentiert Schweißinnovationen



■ **Mündersbach/Koblenz.** Der erste „Innovation Day“ von EWM war für den größten deutschen Hersteller von Lichtbogen-Schweißtechnik ein enormer Erfolg. Rund 100 Teilnehmer kamen in die Handwerkskammer Koblenz, um sich insbesondere über die Einsparpotenziale des neuen Schweißprozesses „forceArc puls“ und weiterer EWM-Angebote zu informieren. Ihnen wurde neben fünf Vorträgen auch die Möglichkeit geboten, sich bei den anschließenden Schweißvorführungen selbst ein Bild zu machen. „Die Innovation Days sind eine Plattform, auf der die Firma Erfolgsrezepte präsentiert und Gäste neue Technologien kennenlernen sowie Anregungen im direkten Erfahrungsaustausch mitnehmen“, erläutert Susanne Szczesny-Oßing, Aufsichtsratsvorsitzende der EWM AG. Sie eröffnete die Auftaktveranstaltung.

## Kern-Haus setzt voll und ganz auf Premiumsegment

### Wandel Massivhaushersteller geht mit Mitarbeitern und Kunden neue Wege und gewinnt den Temp-Award

■ **Ransbach-Baumbach.** Die Firma Kern-Haus hat nach 2013 zum zweiten Mal den Temp-Award gewonnen. Damit würdigt die Unternehmensberatung Tempus-Consulting, dass der Massivhaushersteller sich fortlaufend weiterentwickelt und dabei mit Kunden und Mitarbeitern neue Wege geht.

„Die Krise haben wir als Chance genutzt“, sagte der Vorstandsvorsitzende der Kern-Haus AG, Bernhard Sommer, bei der Preisverleihung in Ulm. Während in den Jahren 2008 bis 2010 die Baubranche

um 50 Prozent schrumpfte und viele Firmen den Kopf einzogen, nutzte das Unternehmen aus Ransbach-Baumbach die Krise und wechselte ins Premiumsegment. Heute kann der Massivhaushersteller auf insgesamt 36 Jahre Firmengeschichte mit mehr als 12 000 fertiggestellten Häusern zurückblicken.



Bernhard Sommer

„Ohne die Temp-Methode hätten wir den Umschwung nicht in dieser Zeit geschafft“, ist sich Sommer sicher. Mit dem ganzheitlichen Analyse-Tool bekam die Geschäftsführung schnell einen Überblick, wie sie das Unternehmen umgestaltet und in den Bereichen Führung, Kunden, Mitarbeiter und Prozesse am besten aufstellt. Ein Berater von Tempus-Consulting begleitete zusätzlich die Anfangsphase.

Einige Mitarbeiter haben sich während dieser Zeit verabschiedet;