

**Performancesteigerung am Arbeitsplatz  
durch Einsatz neuer Lehr-Lernmittel bei  
den Raiffeisenbanken**

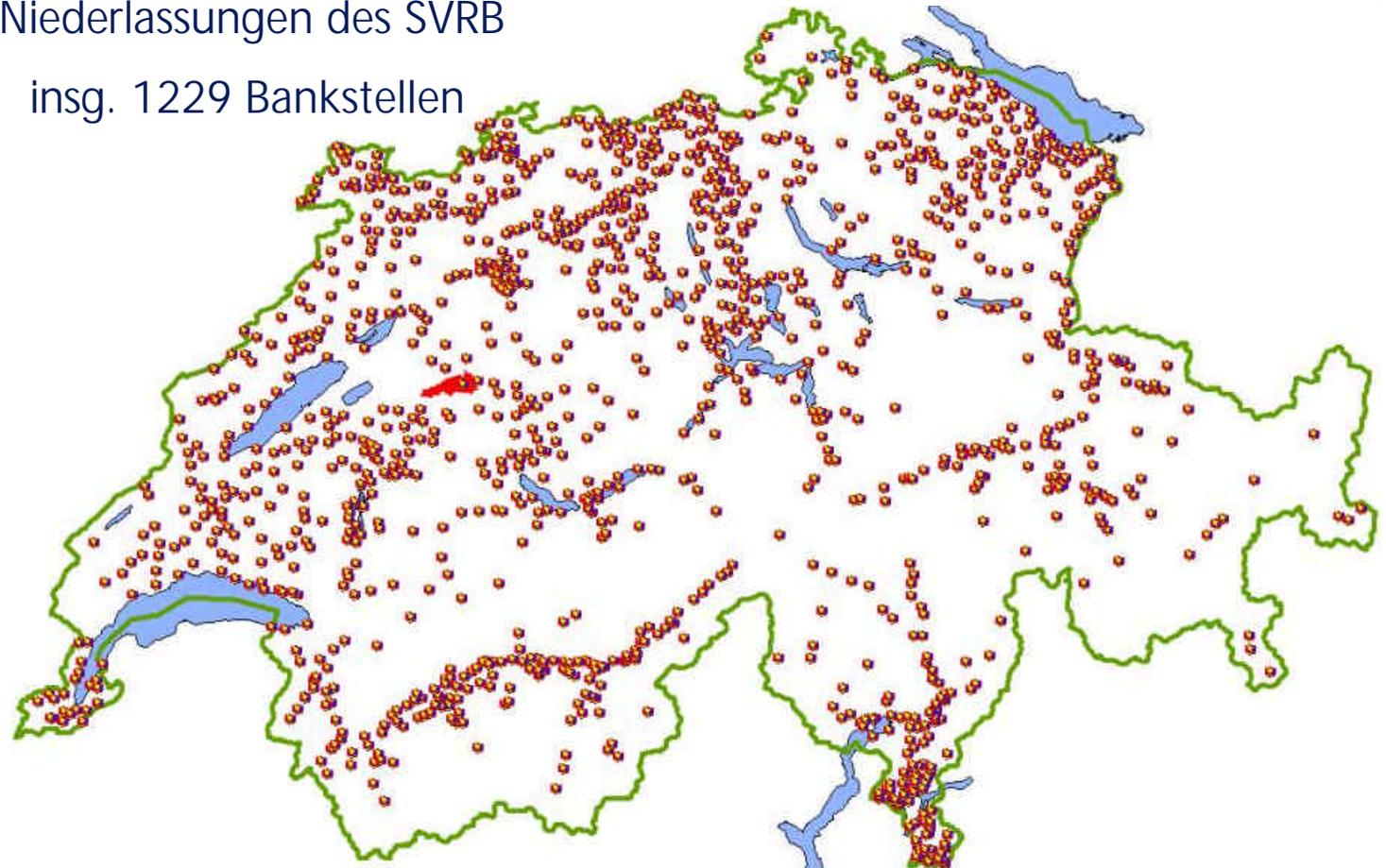
**School of Management  
Zürcher Hochschule  
Winterthur**

**Schweizer Verband  
der Raiffeisenbanken  
Torsten Maier**

**Leiter Fach- /Verkaufs- und Bankapplikations-Ausbildung**

# Grösstes Bankstellennetz in der Schweiz

450 autonome Raiffeisenbanken mit zusätzlich  
769 Geschäftsstellen und  
10 Niederlassungen des SVRB  
→ insg. 1229 Bankstellen



# Kennzahlen der Raiffeisen-Gruppe Schweiz



**2,5 Millionen Kunden**

Jeder vierte Einwohner unseres Landes ist Kunde bei einer Raiffeisenbank.

**Über 1,25 Millionen Mitglieder**  **6% 2004**

Über 1,25 Millionen Mitglieder sind als Genossenschaftler auch Mitbesitzer einer Raiffeisenbank.

**450 Raiffeisenbanken mit rund 1200 Bankstellen**

Jede dritte Bankstelle in der Schweiz ist eine Raiffeisenbank.

**106,1 Mia. Franken Bilanzsumme**  **3,9% 2004**

Mit 106,1 Mia. Franken Bilanzsumme steht die Raiffeisen an 3.Stelle im Schweizer Bankenmarkt.

**17 Prozent Marktanteil**

17 Prozent der klassischen Kundengelder (Spar-einlagen, Kassenobligationen)

**80,8 Mia. Franken Kundengelder**  **7,5% 2004**

Das Wachstum bei den Kundengeldern ist ein echter Vertrauensbeweis.

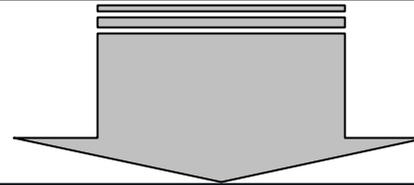
**79,5 Mia. Franken Hypotheken**  **7,2% 2004**

Jede vierte Hypothekarkredit in der Schweiz. Dies entspricht Betragsmässig einem Anteil von 13%.  
Rückstellungsquote 0,58%, Effektive Verluste 0,1%

# Raiffeisen-Gruppe

Gruppengewinn 2004 506 Millionen Franken +11,6%

Ca. 1.25 Millionen Genossenschafter (Mitglieder)



Ca. 450 Raiffeisenbanken mit 1200 Geschäftsstellen

ca. 5.000 Mitarbeitende +200 MA in 2004

Organisiert in

Organisiert in

22 Regionalverbände

Schweizer Verband der Raiffeisenbanken

ca. 1.500 Mitarbeitende +46 MA in 2004 inkl. RIAG  
(350 Mitarbeitende IT-Dienstleister)

# Vision, Mission, Werte, Leitbild und Grundstrategie der Raiffeisengruppe



## Vision

Raiffeisen ist die führende Schweizer Retailbank. Retail Banking ist das Kerngeschäft, in dem weiterhin Marktanteile gewonnen werden sollen. Im indifferenten Geschäft werden integrierte Finanzdienstleistungen in den Bereichen Anlegen, Vorsorgen und Absichern angeboten.

## Mission

Raiffeisen will weiterhin im Kerngeschäft (Hypotheken und Spargelder) durch das Anbieten von standardisierten Beratungs- und Serviceleistungen wachsen und neue Kunden gewinnen. Eine Diversifikation der Erträge im Retailgeschäft wird durch den Ausbau der Erträge im indifferenten Geschäft erzielt.

## Werte/Image

- Kundennähe
- Sympathie
- Fairness
- Verständlichkeit
- Langfristige Beziehungen
- Lokale Verbundenheit

**Leitbild**  
Genossenschaft + Mitgliedschaft als Grundwerte

## Grundstrategie

Wettbewerbsstrategie

Marketingstrategie

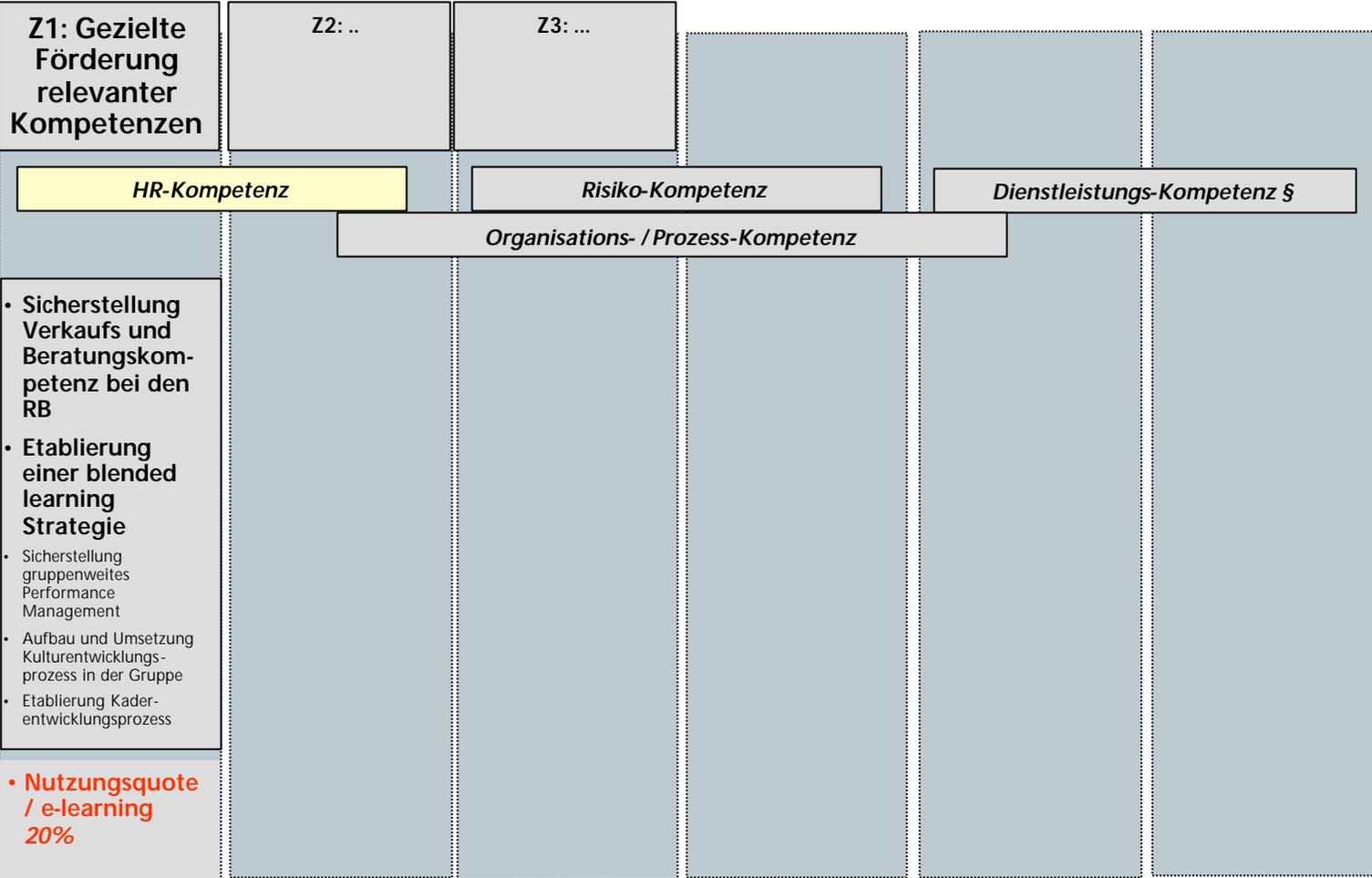
Produktionsstrategie

Funktionale Strategie

# BSC Departement Unternehmensentwicklung



Wir entwickeln die Raiffeisen-Gruppe strukturell und kulturell weiter und reduziert aktiv die Gruppenrisiken



# BSC Departement HRM



Wir entwickeln die Kernkompetenzen unserer Mitarbeitenden zur Realisierung der Unternehmensziele hinsichtlich der Fach- und der persönlichen Kompetenz sowie im Hinblick auf unternehmerisches und kundenorientiertes Verhalten. Für unsere Kunden sind wir ein attraktiver Arbeitgeber mit Entwicklungsperspektiven und stellen qualitativ hochstehende Dienstleistungen zur Verfügung.

**Z1:**  
Wir verfügen über Instrumente und Know how, um die Beratungs- und Verkaufskompetenz der Mitarbeitenden zu fördern.

**Z2:**  
....

*Beratungs-, Verkaufs- und  
Fachkompetenz*

- Prozess zur Erarbeitung und Auswertung der Transferskala sowie zur Umsetzung in neues Ausbildungsangebot initiieren
- Ausbildungsangebot "Beratung und Verkauf" dezentral und zentral für sämtliche Funktionen ausbauen
- Neupositionierung der Ausbildung
- Systematisierung der Ausbildungsschritte im Rahmen eines Blended-Learning-Konzepts

- Umsetzungsgrad Ausbildungsmaßnahmen
- %-Anteil blended Learning



1. Verbindliches Gesamtkonzept Ausbildung
2. Blended-Learning-Ansatz für Schulungen
3. Coachings – produkt- und vertriebsorientiert  
(Vontobel / Helvetia Patria Versicherungen)
4. Einheitliches Pricing der Dienstleistung im Umfeld  
Schulung - Coaching ist Kostenlos
5. Integration Risikomanagement / Sicherheit /  
Finanzielle Führung / Regulatorien ins Ausbildungs-  
programm
6. Etatprierung  
des Brand

**RAIFFEISEN**academy  
Dein kompetenter Bildungspartner.

# Blended Learning – Strategie

getrieben durch eine Content-Strategie



## Blended Learning Präsenzseminar

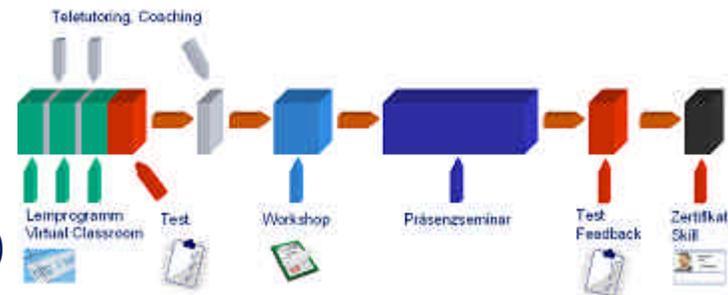
Wir verstehen **e-learning** als integralen Bestandteil in **Blended Learning-Konzepten**\*, die zielgruppenspezifisch, ganzheitlich und bedarfsorientiert Lernziele vermitteln und gleichzeitig die Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit und den Transfer sicherstellen.

**Business- und Strategie-Themen** werden bei der Einführung aktiv mit Blended Learning-Konzepten unterstützt und gewähren somit einen optimalen Nutzungsgrad. Dabei bilden die Verkaufs- / Beratungs- / Fach-Kompetenzen (inkl. Produktwissen), sowie Prozess- und Bankapplikationswissen die Schwerpunkte.

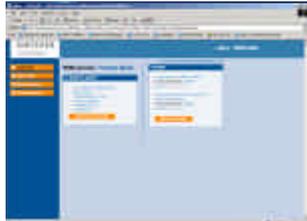
Blended Learning soll

- **einfach** (Standards, pragmatisch)
- **schnell** (Flexibilität, effektiv)
- **günstig** (Preiswert, kostenoptimiert)

sein.

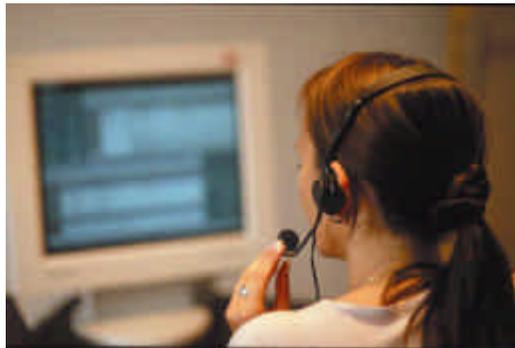


\*Unter Blended Learning verstehen wir die sinnvolle, wirtschaftliche und didaktisch/methodische Kombination aus vorhandenen Qualifizierungsmethoden (Seminaren, Coachings...) und den neuen e-learning-Methoden (Lernprogramme, e-Testing, Foren...).



- Zentrales Lernportal der RAIFFEISEN-Gruppe Einfacher und schneller Zugriff übers RAIweb / RAIbusiness (SSO)
- Darstellung des gesamten Ausbildungsangebotes der RAIFFEISEN-Gruppe
- Online Anmeldung über das RAIweb-Passwort (SSO)
- Darstellung des gesamten Bildungsprozesses (Blended Learning)
- Zugriff auf seine persönliche Bildungshistory
- Schnittstellen zum HR-System (täglicher Abgleich)
- täglicher Userimport von ca. 9'000 Mitarbeiter
- Durchführung von elektronischen Lernerfolgskontrollen, Zertifizierungstests, Lernprogrammen
- Direkte Feedbackmöglichkeit zu Lernprogrammen, Anlässen
- Einladungen per E-Mail
- Umfangreiche Reports für die Mitarbeiter
- Grundlage des Gruppenweiten Bildungscontrollings

## „Aktive telefonische Kundenbearbeitung /-pflege“



- Grundwissen im Vorfeld durch Integration von Lernprogramme
- Integration der Unterstützungsmöglichkeiten im DIALBA2000 – CRM Tool (z.B. Kontakt-/ Pendenzenmanagement / Verkaufsmessung)
- Lernerfolgsmessung durch elektronische Tests (im Vorfeld) nach dem Live-Training und Feedback-Bogen
- Vertiefung der Kenntnisse die über das Lernprogramm vermittelt wurden, Fallbeispiele im Live-Training
- Telefonieren mit Kundendaten (CRM-Tool), Trainer begleitet den direkten Transferprozess als Coach
- Anschliessende Verkaufsmessung direkt im CRM-Tool (Termine für Kundenberatungsgespräche, Anzahl geführter Telefonate...)
- Nachbereitung über Lernprogramme (DIABLBA2000, Telefonieren)



- Startseite
- Mein Profil
- Meine Klassen
- Klassenkatalog

→ LEGENDE

- Test
- Training
- Offen
- Geschlossen
- Bestanden
- Nicht bestanden
- Nicht gestartet
- Unvollständig
- Erfüllt

→ KURSE DER KLASSE 'VORSORGEKAMPAGNE 2005'

	Datum	Resultat	Status
<b>Vorsorgekampagne</b>			
FinanceExpert			
FinanceExpert	12.10.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feedback-Bogen FinanceExpert	20.10.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorsorge Basis			
Lernprogramm Vorsorge - Basis 3-Säulen	19.10.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feedback-Bogen Lernprogramm Vorsorge Basis	10.10.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Lernerfolgskontrolle Vorsorge Basis	10.10.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vorsorgeplan 3 (VP3)			
Lernprogramm Vorsorgeplan 3 (VP3)	29.08.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Feedback-Bogen Lernprogramm VP 3	20.10.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input checked="" type="checkbox"/> Lernerfolgskontrolle - VP3	15.09.2005	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

→ MEINE KLASSEN

1 2 3 ▶▶

Klassenname	Datum	Status
DIALBA2000 Release Veranstaltung 10.1 - ...	10.10.05 - 15.11.05	<input type="checkbox"/>

# Vorsorge-Kampagne 2005



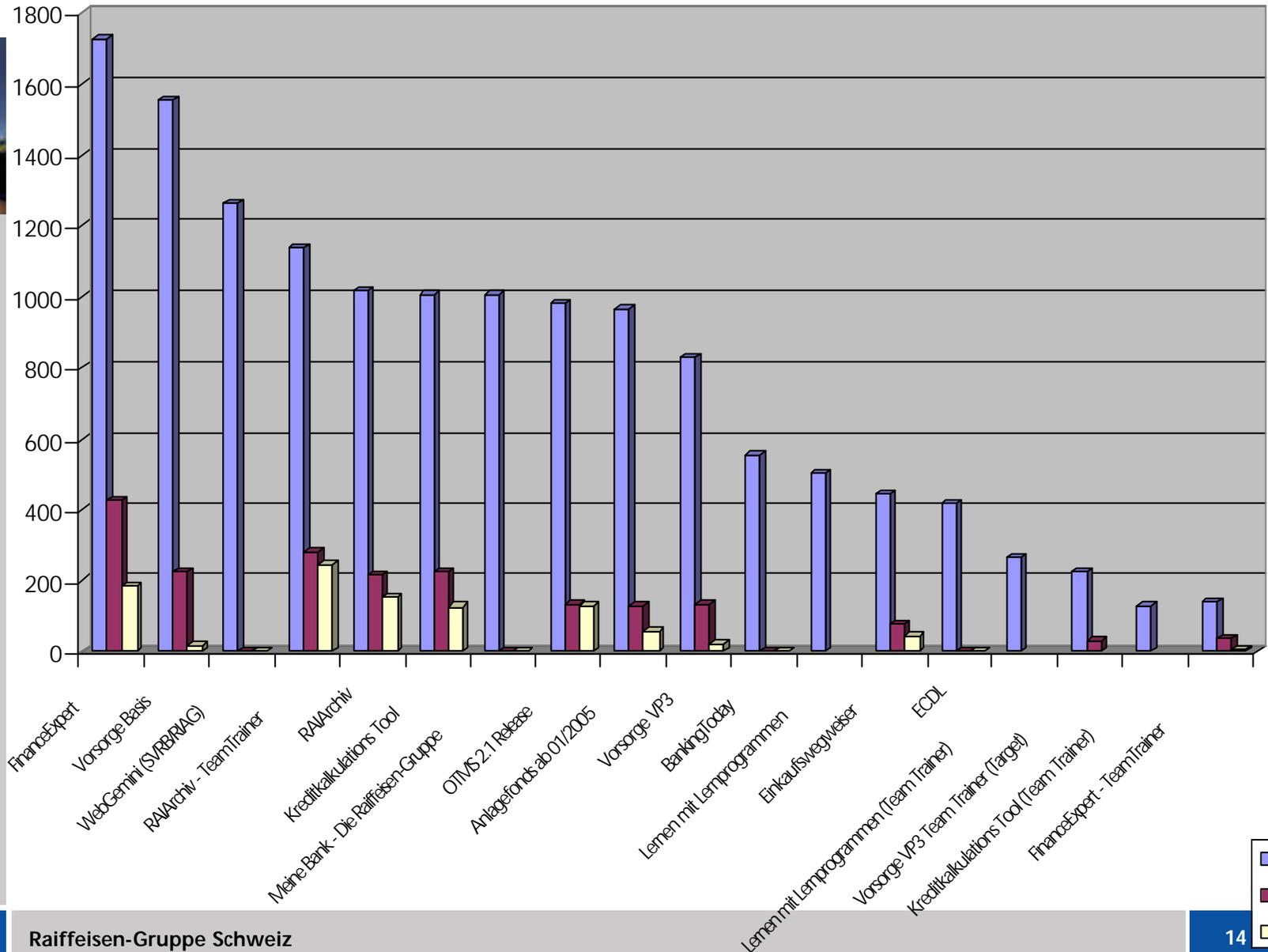
Direkte Zugriffe über die RAIFFEISENacademy zur  
Vorsorge-Kampagne (Stand 06.11.2005)

Laufzeit der interne Kommunikation Lernprogramme 3 Wochen  
– Start der Kampagne für Endkunden am 19.10.2005

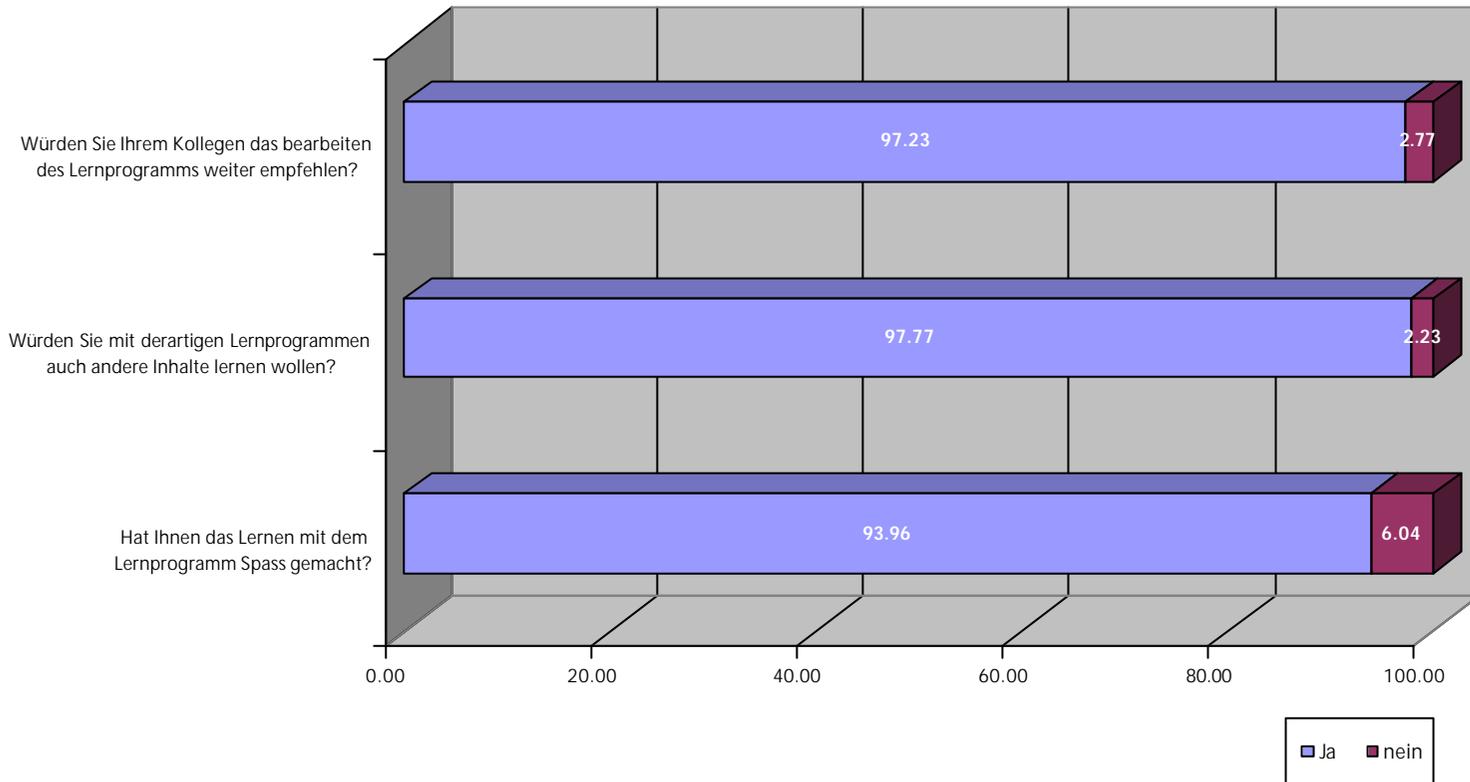
Lernprogramm Vorsorge Basis	2225 Mitarbeiter
Lernprogramm Vorsorgeplan 3 (VP3)	1432 Mitarbeiter
FinanceExpert	714 Mitarbeiter
Lernerfolgskontrolle Vorsorge Basis	509 Mitarbeiter
Lernerfolgskontrolle Vorsorgeplan 3 (VP3)	771 Mitarbeiter

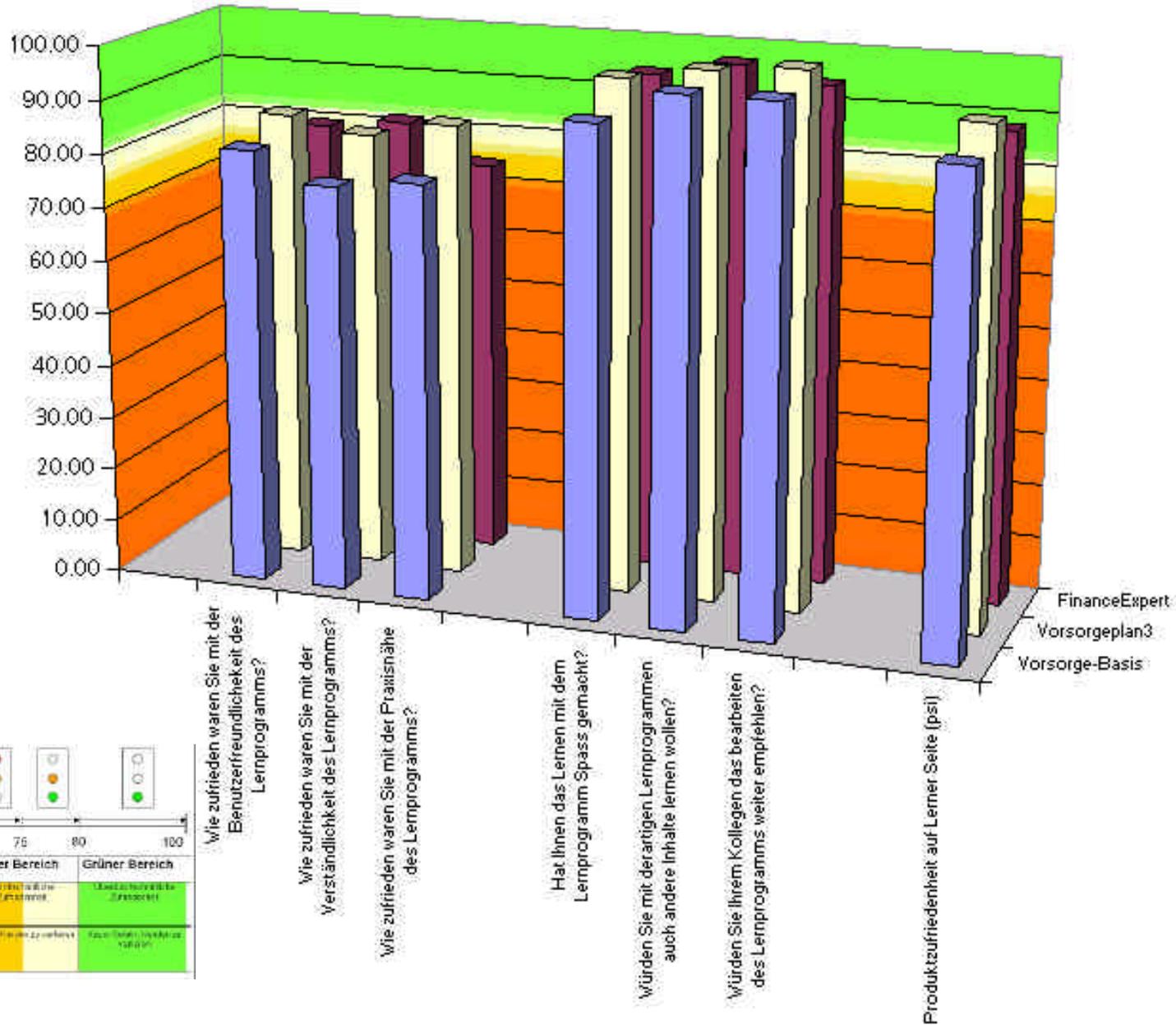
# Zugriffe Lernprogramme

(Stand 10/2005 - 11/2004 - 10/2005)



# Feedback zu den Lernprogrammen





	Roter Bereich	Gelber Bereich	Grüner Bereich
Skala Zufriedenheitsstufe	0 bis 70	70 bis 80	80 bis 100
Skala Loyalitätsstufe	0 bis 70	70 bis 80	80 bis 100

## Aktuelle Projekte (Auszug)



- Anlageoffensive (Bedarfsanalyse, Beratungs- und Verkaufstraining zusammen mit Vontobel)
- Anlageberatungstool (Raiffeisen Invest)
- OTMS - Handelssystem
- Strukturierte Produkte
- Bau- und Gebäudeversicherung (Nichtleben) – Blended Learning
- Leben-Produkte (Versicherungsantrag)
- Neuer Zahlungsverkehr - Blended Learning
- Basiskredit inkl. ETP - Blended Learning
- Kredit Standardprozess GK+ - Konzeptphase
- Zertifizierung Anlagegeschäft – Umsetzung Stufe 1 / 3 wird mit dem Ausbildungsprogramm 2006 kommuniziert
- Sicherheit in Raiffeisenbanken
- DIABAL2000 (CRM-Tool)
- Kreditabwicklungstool (DIALBAKAT)
  
- **Veranstaltung 17.11.2005 in der Stadtlounge Raiffeisen (Ausbildungszentrum) St. Gallen**  
- Training am Point of Sales - Die Rolle von E-Learning im Vertrieb

# Noch Fragen?

