

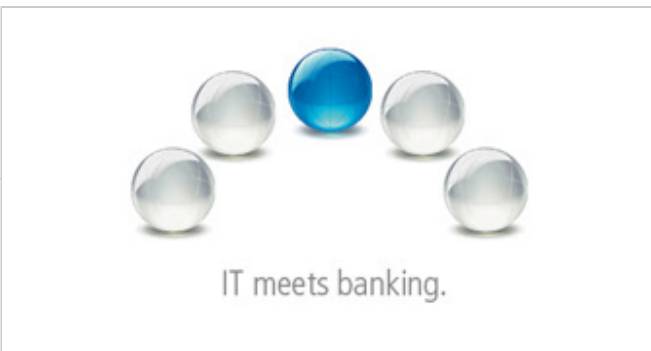
**Von:** Finance Forum Germany [news-germany@newsletter.finance-forum.com]  
**Gesendet:** Mittwoch, 17. Dezember 2008 15:00  
**An:** a.liebetrau@zukunftsinstitut.de  
**Betreff:** Ihr persönlicher Community-Newsletter!



**NEWSLETTER**

**FINANCE FORUM GERMANY**

Wiesbaden,  
Kurhaus  
2. und 3. Juni 2009



Top-Event der deutschen Finanzbranche

Finance Forum Germany  
Newsletter vom 17. Dezember 2008

**Sehr geehrte Leserinnen und Leser!**

Herzlich willkommen zur ersten Ausgabe des Finance Forum Germany-Community Newsletters!

Ab sofort erhalten Sie 14-täglich Nachrichten, Hintergrundberichte, Fachartikel u. v. m. aus der Finanzdienstleistungsbranche sowie aktuelle Informationen zum Finance Forum Germany 2009.

Gerne berichte ich auch über Ihre interessanten Produkte, Innovationen oder Pilotprojekte - ich freue mich auf Ihre Anregungen und Ihren Input.

Bis dahin - viel Freude beim Lesen!

Das gesamte Team des Finance Forum Germany wünscht Ihnen frohe Weihnachten und einen erfolgreichen Start in das neue Jahr!

Ursula Pelzl  
Pressearbeit  
Finance Forum Germany  
ursula.pelzl@finance-forum-germany.com

**Inhalt**

Forecast 2009:  
Wie Sie die Krise ohne Aktionismus meistern - Mutmacher aus Finance & IT [➔](#)

---

"Millennials":  
Multikanalvertrieb in den Zeiten von Web 2.0 [➔](#)

---

Risikomanagement:  
"Mehr Stringenz und mehr Transparenz erforderlich" [➔](#)

---

Personal:  
Ein Drittel der Finanzdienstleister rekrutiert im Ausland [➔](#)

---

Call for Paper  
Anmeldeschluss: 22. Januar 2009 [➔](#)

---

Beirat des Finance Forum Germany:  
Kompetente und prominente Unterstützung [➔](#)



*Wie geht es weiter? Die Aussichten für das Jahr 2009 sind so düster wie schon lange nicht mehr: Die Bundesregierung erwartet ein Wirtschaftswachstum im Promillebereich. Auf den Märkten lasten Rezessionsängste und Unsicherheit über den weiteren Verlauf der Krise. Die Glaubwürdigkeit der Banken ist erschüttert.*

*Doch es gibt auch Zeichen zu vermelden, die an kreative Wachstumsstrategien glauben lassen. Daniela Sturm und Axel Liebetrau vom Zukunftsinstitut, Kelkheim, präsentieren krisenresistente Strategien. Allen gemeinsam ist: Sie produzieren keine Krisengewinnler, sondern basieren auf Gelassenheit.*

**1. Kontinuität:** Paranoia und Aktionismus können in bestimmten Situationen Denkblockaden lösen - ausgerechnet der krisenaffine Handel demonstriert jedoch, dass die Märkte trotz Krise weiter wachsen können, und investiert in die Zukunft.

Obwohl die Lage der Wirtschaft bislang mehr von der düsteren Stimmung als tatsächlich durch die reale Situation getrübt wird, haben die ersten Unternehmen bereits Panik-Maßnahmenpakete für die Krise geschnürt: Einstellungsstopps, Urlaubsverzicht, keine Weihnachtsfeier oder wochenlange Werkschließungen. Zur gleichen Zeit verfolgt EDEKA seine Expansion mit Gelassenheit weiter: Bis 2010 sollen rund 1.000 neue Märkte eröffnet werden, was rund 25.000 neue Arbeitsplätze bedeutet. Angst ist hier kaum zu spüren. Für das Weihnachtsgeschäft wird sogar ein leichtes Plus im Vergleich zum Vorjahr erwartet. Auch REWE kündigte allein für Deutschland 25.000 neue Arbeitsplätze in 750 zusätzlichen Filialen an.

**Tipp:** Lassen Sie sich durch äußere Umstände nicht zu schnell zu einem Kurswechsel bewegen. Kunden beurteilen Sie dadurch als verlässlicher - gerade in Krisenzeiten -, wenn Sie an Ihren Unternehmenszielen langfristig festhalten.

**2. Regionalisierung:** Vertrauen entsteht vor Ort und im alltäglichen Handeln.

Sparkassen und VR-Banken erhalten jetzt die Chance, ihr verstaubtes Image aufzupolieren. Während die Rückbesinnung auf lokale Besonderheiten die Gastronomie längst zu neuer Blüte geführt hat, scheinen andere Branchen erst langsam den dadurch gewonnenen Authentizitätsmehrwert für sich zu entdecken. Wie gerade die Banken davon profitieren können, beweisen die Sparkassen. Sie verzeichnen derzeit enorme Zuwächse im Einlagenbereich. Dank regionaler Identität profitieren sie in Krisenzeiten nicht nur davon, 90 Prozent ihres Geldes aus Einlagen der Sparer zu beziehen. Das Lokalkolorit sorgt für einen großen Vertrauensbonus. Ähnlich geht es bei den VR-Banken zu. Mit dem dort vorhandenen haftenden Eigenkapital kann nach Aussage der Genossen das Kreditgeschäft der nächsten Jahre problemlos finanziert werden.

**Tipp:** Achten Sie auf Ihre regionale Verankerung, und profitieren Sie davon - gerade vor dem Hintergrund des globalen und für viele beängstigend unüberschaubaren Marktes. Das Lokalkolorit eines Unternehmens und die Präsenz vor Ort bauen nicht nur Ängste ab, sondern ermöglichen in Krisen einen schnellen und persönlichen Kundenkontakt.

**3. Konsequente Globalisierung:**

Wer die Emerging Markets ernst nimmt und nicht nur auf den amerikanischen Markt stiert, macht sich langfristig krisenfest.

Viele Menschen fühlen sich derzeit in ihrer Anti-Globalisierungshaltung bestätigt. Für viele Deutsche ist die Globalisierung pures Teufelswerk. Die Krise zeige, wie Fehlspekulationen auf der anderen Seite des Ozeans plötzlich die Realwirtschaft ins Wanken brächten. Es könnte sich jedoch zeigen, dass in der Globalisierung nicht nur die Ursache, sondern auch die Problemlösung liegt. Während in der westlichen Welt die Kurse dahinschmelzen, zeigen sich der Nahe und der Ferne Osten, Australien und Südamerika bislang weitestgehend unbeeindruckt. Dem Computerriesen IBM geht es trotz Finanzkrise glänzend. Das Unternehmen profitiert vor allem vom Geschäft mit Dienstleistungen und Software, die mit längerfristigen Verträgen geregelt und dadurch weniger anfällig für Krisen sind - und davon, dass es den Großteil seines Geschäfts nicht in den USA macht.

**Tipp:** Der (tatsächlich) globale und nicht nur westwärts gewandte Ausbau der Absatzkanäle wird für viele schneller als erwartet zu einem überlebenswichtigen Zukunftsfaktor.

**4. Ehrlichkeit:** In einer Welt, in der scheinbar alles komplizierter und diffuser wird, gilt mehr denn je die Maxime "Information statt Image".

Die Krise macht deutlich: Die globalisierte Mediengesellschaft leidet nicht an "Mobilisierungs-

hemmungen", wenn sich Unternehmen Fehlritte erlauben. Vertrauenskrisen sind in der vernetzten Welt eines der größten Umsatzhemmnisse. Nur wer rechtzeitig und ehrlich kommuniziert, bleibt langfristig vertrauenswürdig. Und das ist keine Binsenwahrheit, sondern bringt jede Menge Neukunden. Das Magazin "AWD Finanzplaner" beispielsweise informiert seine Kunden kompetent über Bankingthemen. Im Gegensatz zu anderen Formaten geht es hier in erster Linie um nutzwertige Information. Das Konzept der produktrelevanten statt imageorientierten Berichterstattung geht auf: Laut Marktforschung soll der Titel jedem dritten Rezipienten schon einen direkten Anstoß zum Vertragsabschluss gegeben haben.

**Tipp:** Informieren Sie Ihre Kunden rechtzeitig und umfassend - auch und gerade bei negativen Nachrichten. Selbst wenn Sie dadurch (kurzfristige) Verluste in Kauf nehmen müssen, sind diese leichter zu verschmerzen als eine ausgewachsene Vertrauenskrise.  
(Daniela Sturm, Axel Liebetrau)

Weitere Informationen unter:

→ [www.zukunftsinstitut.de](http://www.zukunftsinstitut.de)

## "Millennials": Multikanalvertrieb in den Zeiten von Web 2.0



*In diesen turbulenten wirtschaftlichen Zeiten ist es nachvollziehbar, dass Banken daran interessiert sind, neue Kunden zu werben und zu halten. Im besonderen Fokus ist dabei die zukünftig kaufkräftige Gruppe der 18- bis 30-Jährigen, welche jetzt in den Arbeitsmarkt drängen, um ihr erstes Geld zu verdienen. Rund 95 Prozent der neun Millionen Deutschen in dieser Altersgruppe sind technikaffin und nutzen das Internet täglich - "eine Chance für*

*deutsche Kreditinstitute", so **Stephan Dohmen, Industry Manager Financial Services, Microsoft Deutschland.***

Banken, die Kunden dieser sogenannten Generation der "Millennials" gewinnen und halten möchten, müssen technik-lastigere Kommunikationskanäle anbieten, um für diese Klientel attraktiv zu sein. Das hat eine Befragung ergeben, die die kalifornische Javelin Strategy and Research im Auftrag von Microsoft im Herbst 2008 bei 1.600 Personen durchgeführt hat ("Millennials in Banking Survey 2008").

Der Studie zufolge bevorzugen 74 Prozent der sogenannten Millennials auch moderne Kommunikationsmittel, wenn Sie ihren Berater persönlich sprechen möchten, 15 Prozent sind an Kontakt über Instant- oder Text-Messaging (blogs) interessiert.

Kein Wunder: Millennials sind mit digitaler Technologie aufgewachsen. Dementsprechend sind ihre technologischen Erwartungen an die Art und Weise, wie sie mit Dienstleistern kommunizieren möchten, hoch. Die Erfüllung dieser Erwartungshaltung erfordert einen über alle Vertriebskanäle - Web, Filiale, Callcenter - hinweg nahtlos integrierten, techniklastigeren, leicht bedienbaren und interaktiven Bankenvertrieb.

Aber auch generell lässt sich feststellen, dass Bankkunden heute über viele Kanäle hinweg aktiv sind. Wichtig dabei ist es, nicht "Informationssilos" anzubieten, sondern ein in Echtzeit orchestriertes System von Kommunikationskanälen, welches ohne Medienbrüche funktioniert. Eine einmal begonnene Transaktion geht über die diversen Kanäle hinweg nicht verloren, sondern kann an beliebiger Stelle wieder aufgegriffen und weitergeführt werden. Die mit der Transaktion betreuten Mitarbeiter können aus ihren jeweiligen Spezialanwendungen heraus jederzeit alle Informationen aufrufen und bearbeiten und so einen Prozess vom Anfang bis zum Ende ohne Unterbrechungen, Doppelerfassungen oder Medienbrüche abwickeln.

Es wird vielfach fälschlich angenommen, dass die Qualität der Produkte oder Dienstleistungen allein Einfluss auf die Kundenzufriedenheit hat. Tatsächlich ist aber erwiesen, dass sich insbesondere die folgenden zwei Kundeninteraktionen auf die Zufriedenheit und damit auch auf die Loyalität des Kunden auswirken: Die emotionalste und die letzte ? unabhängig davon, ob diese gut oder schlecht war. Es muss also das Ziel einer Bank sein, dass aus Sicht des Kunden

jede Interaktion mit dem Unternehmen eine positive Nutzer-Erfahrung mit sich bringt.

### Anforderungen an Multikanallösungen

Um dies zu erreichen, sollte eine Multikanallösung folgendes leisten:

- Sie soll Wissen über die Infrastruktur, die Geschäftsregeln, die Prozesse und "best practices" eines Unternehmens sammeln und aggregieren, damit darauf aufbauend ein verwaltbares System automatisierter Prozesse errichtet werden kann, dessen Zweck es ist, die Ausführung von Geschäftsaufgaben und -prozessen über alle Anwendungen hinweg zu ermöglichen.
- Jede Kundeninteraktion wird automatisch und in Echtzeit vom System erfasst und über die diversen Geschäftsanwendungen direkt den Mitarbeitern der Bank oder Versicherung zur Verfügung gestellt.
- Jeder Mitarbeiter im Unternehmen, der mit einer Kundeninteraktion ganz oder nur in Teilen betraut ist, hat jederzeit eine komplette Sicht auf alle relevanten Informationen im Kontext seines Arbeitsbereiches.

Existierende Systeme (LOB, Front- und Backoffice, Datenbanken, CRM usw.) werden nicht verändert oder angepasst. Die Multikanallösung "zapft" diese Systeme an und publiziert die benötigten Informationen im Kontext über Services an die verschiedenen Kanäle.

Das Microsoft Customer Care Framework 2009 (CCF) ist eine Frontend-Integrationslösung, die es erlaubt, heterogene Bank-Systeme nachweislich schneller und kosteneffizienter zusammenzubringen, als klassische EAI-Lösungen dies vermögen. Das Microsoft Customer Care Framework 2009 integriert jede Art von LOB-Systemen einer Bank und stellt deren Dienste den unterschiedlichen Nutzeroberflächen zur Verfügung (siehe Grafik). Die Integration verläuft dabei unabhängig von den Geschäftslogiken der darunterliegenden Systeme (welche eins zu eins weiterverwendet werden), wodurch ein CCF-Projekt nachweislich risikoarm und kosteneffizient verläuft und binnen Jahresfrist umgesetzt werden kann.  
(Stephan Dohmen)

Weitere Informationen und Lösungsvorschläge unter:

- [www.microsoft.com/germany/branchen/finanzdienstleistungen](http://www.microsoft.com/germany/branchen/finanzdienstleistungen)
- <http://www.microsoft.com/serviceproviders/solutions/ccf.mspix>

## Risikomanagement: "Mehr Stringenz und mehr Transparenz erforderlich"



*Die Ratingagentur Moody's hat das bankinterne Risikomanagement jüngst als zunehmend wichtigeren Wettbewerbs- und damit auch Ratingfaktor bezeichnet. Wo liegen die Herausforderungen für die deutsche Kreditwirtschaft? Drei Fragen an **Thomas Reher, Vorstand der PPI AG.***

**Welches sind die wichtigsten Punkte im Risikomanagement, die Kreditinstitute 2009 kritisch hinterfragen und/oder optimieren sollten?**

**Thomas Reher:** "Die aktuelle Situation an den Finanzmärkten zwingt die Banken dazu, ihre Strategien zu überdenken. Insgesamt werden Risikostrategien und damit auch die grundlegenden Geschäftsmodelle eine sehr wichtige Rolle spielen. Im Risikomanagement müssen sich die Banken mit den gelebten Prozessen befassen und durch entsprechendes Redesign mehr Stringenz und durch Reporting-Tools mehr Transparenz schaffen."

**Wo gibt es besonderen Nachhol- bzw. Nachrüstbedarf?**

**Thomas Reher:** "Das Management des Liquiditätsrisikos wird einen völlig neuen Stellenwert bekommen - nicht nur in der internen Banksteuerung, sondern auch im Rahmen des Aufsichtsrechts. Die Eigenkapitalunterlegung strukturierter Produkte (Verbriefungsstrukturen) wird durch den geforderten Selbstbehalt einer Emission erhöht werden. Die Häuser müssen die Anforderungen an die Einführung neuer Produkte nach dem "Neue-Produkte-Prozess" laut MaRisk noch stringenter umsetzen, d. h., insbesondere Risiko und Performance täglich messen und das Liquiditätsrisiko berücksichtigen."

In der Gesamtbanksteuerung den Überblick zu behalten und Gesamtszenarien für die ganze Bank zu rechnen, ist angesichts der komplexen Geschäfte immer komplizierter geworden. Die aktuelle Finanzkrise hat gezeigt, dass Banken hier nicht schnell genug auskunftsfähig sind.

Gefordert ist deshalb ein transparentes, schnelles und integriertes Reporting über alle bankbetrieblichen Erfolgskomponenten (Ertrag, Risiko, Kosten).

Voraussetzungen dafür sind eine verbesserte Datenqualität in den IT-Systemen sowie ein zentraler Grunddatenpool (Data Warehouse) für Finance, Risk und Controlling. Internes und externes Berichtswesen müssen harmonisiert und auch die Liquiditätsrisiken in das Reporting einbezogen werden."

#### **Wie können IT-Dienstleister ihre Kunden unterstützen?**

**Thomas Reher:** "Um diese Herausforderungen zu meistern, bietet PPI Leistungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette an: von der fachlichen Beratung bis zur IT-Umsetzung. Wir haben Kunden dabei geholfen, den IRB-Ansatz erfolgreich umzusetzen und tatsächlich Eigenkapitaleinsparungen zu erzielen. Mit unserem Produkt Rating-Flex können Kunden auch bislang nur prototypisch entwickelte Rating-Verfahren sehr schnell in reversionssichere IT-Systeme umsetzen. Auf der finanzmathematischen Seite unterstützen wir unsere Kunden dabei, Risiken und Chancen für hochkomplexe Finanzierungen quantitativ schnell zu ermitteln. Für das Reporting entwickeln wir Data-Warehouse-Systeme mit entsprechenden Auswertungswerkzeugen."  
(Ursula Pelzl)

Weitere Informationen unter:

[www.ppi.de](http://www.ppi.de)

## Personal: Ein Drittel der Finanzdienstleister rekrutiert im Ausland



*Rund ein Drittel der Finanzdienstleister rekrutiert Spezialisten im Ausland. Das ist das Ergebnis einer Studie des Institutes für Beschäftigung und Employability (IBE) an der Fachhochschule Ludwigshafen. Im Auftrag des Personaldienstleisters Hays befragte das IBE Entscheider aus Banken und Versicherungen.*

Vorrangig suchen die befragten Finanzdienstleister Kandidaten für die Bereiche

- IT (70 Prozent),
- Vertrieb (40 Prozent),
- Controlling/Finance (30 Prozent) und
- Marketing (20 Prozent).

Als Gründe für die Rekrutierung im Ausland nennen die Hälfte der befragten Personalentscheider, dass sie in Deutschland nicht die geeigneten Fach- und Führungskräfte finden. Ebenso viele geben an, für ihr Geschäft internationale Kompetenzen zu benötigen.

### **Neue Strategien für 2009?**

Viele Kreditinstitute sind aktuell jedoch auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen. Mehr "local business", weniger "global business" scheint vielerorts die neue Devise zu sein. Welche Auswirkungen wird das auf die Rekrutierungsstrategie der Kreditinstitute haben? Drei Fragen an **Frank Schabel, Head of Marketing/Corporate Communications der Hays AG.**

#### **Wird sich die Nachfrage nach Arbeitskräften unter den veränderten Rahmenbedingungen in der Kreditwirtschaft verändern - mehr Inländer statt Ausländer?**

**Frank Schabel:** "Die aktuelle Situation in der Finanzwirtschaft wird sich hierauf nicht auswirken. Ganz abgesehen davon sind Spezialisten - egal aus welchem Land - weiterhin gefragt. Denn z. B. im IT-Umfeld ist die Nachfrage nach Experten oft höher als das Angebot verfügbarer Spezialisten."

#### **Sind internationale Skills weiterhin gefragt?**

**Frank Schabel:** "Natürlich. Gerade die Finanzwirtschaft als die Branche, die am stärksten global agiert, benötigt für ihre Zukunft Mitarbeiter aus anderen Ländern. Um interkulturelle Kompetenzen aufzubauen, Wissen aus anderen Märkten zu integrieren und sich wirklich als globale Organisation aufzustellen."

#### **Im IT-Umfeld gilt es, die Weichen neu zu stellen: Risikomanagement, Outsourcing, Partner-Netzwerke sind hier die Schlagworte. Welche Vorteile bietet die projektbegrenzte Zusammenarbeit mit spezialisierten IT-Fachleuten aktuell?**

**Frank Schabel:** "IT-Freelancer bringen ihr Know-how und ihre Erfahrung sehr punktgenau in die anstehenden Projekte ein. Sie werden - dies zeigt eine Studie von Hays - mehr und mehr als Coach und Berater genutzt. Insgesamt bietet das Modell den Unternehmen eine hohe Agilität, ad hoc das notwendige Wissen um externe Spezialisten zu nutzen."

Eine weitere Umfrage zur Personalpolitik und zum Einsatz von Spezialisten bei Finanzdienstleistern in Deutschland plant die Hays AG im Frühjahr 2009. Die Ergebnisse der Umfrage werden anlässlich des ersten Finance Forum Germany am 2. und 3. Juni 2009 in Wiesbaden vorgestellt.

Weitere Informationen unter:

➔ [www.hays.de](http://www.hays.de)

#### Call for Paper Anmeldeschluss: 22. Januar 2009

Am Finance Forum Germany 2009 können Aussteller und Nicht-Aussteller ihre erfolgreichen Projekte einem motivierten und aufgeschlossenen Publikum in unterschiedlichen Foren und Zeitfenstern präsentieren: Melden Sie jetzt Ihren Vortrag an - Best Practice Session, Speakers Corner und Focus Session sind die Formate, die sich neben den beiden Hauptkonferenz-Tracks für Ihre Präsentationen anbieten. In jedem Referat

- soll ein innovativer Lösungsansatz zu einem finanzspezifischen Thema aufgezeigt werden, der von großer Relevanz für den Markt ist,

- soll mindestens ein konkretes Kundenbeispiel aufgezeigt/angegeben werden, und ferner

- soll der Referent eine bekannte Persönlichkeit oder ein Mitglied des obersten Management eines Kreditinstitutes sein.

Die abschließende Auswahl der Referate erfolgt durch den Beirat des Finance Forum Germany - bestehend aus Bankern sowie Partnern der Finanzindustrie, der Wissenschaft und der Bankmedienlandschaft.

Weitere Informationen zur Anmeldung unter:

➔ <http://www.finance-forum-germany.com/callforpaper>

#### Beirat des Finance Forum Germany: Kompetente und prominente Unterstützung

Der Beirat des Finance Forum Germany - namhafte Persönlichkeiten mit hoher Kompetenz - unterstützt den Veranstalter in der Vorbereitung des Community-Events am 2. und 3. Juni 2009 im Kurhaus Wiesbaden.

##### **Beiräte mit Partnerstatus:**

Uwe Krakau, Head Customer & Community Management, Avaloq Evolution AG  
Christian Steinebach, Mitglied der Geschäftsleitung/Director Financial Services, CSC GmbH  
Volker Gollin, Mitglied der Geschäftsleitung, COMIT GmbH  
Frank Schabel, Leiter Marketing/Corporate Communications, Hays AG  
Stefan Riedel, Vice President Financial Services, IBM Deutschland GmbH  
Thomas Reher, Vorstand, PPI AG Informationstechnologie  
Michael Strauß, Industry Business Development Manager Banking, SAP Deutschland AG & Co. KG

##### **Beräte aus der Bankenwelt:**

Wilfried Hoffmann, Vorstand, Merck Finck Treuhand AG  
Stephan Ziegler, Vorstandsvorsitzender, Nassauische Sparkasse, Wiesbaden  
Dr. Martin Deckert, Vorstand, UBS Deutschland GmbH

##### **Wissenschaftliche Partner:**

Axel Liebetrau, Partner, Zukunftsinstitut GmbH  
Prof. Dr. Rolf Tilmes, M.M., CFP, HonCFEP, PFI Private Finance Institute/EBS Finanzakademie

##### **Medienpartner:**

Margaretha Hamm, Chefredakteurin, Banken+Partner  
Cord Dreyer, Geschäftsführer/Chefredakteur, dpa-AFX Wirtschaftsnachrichten GmbH

Weitere Informationen unter:

➔ [www.finance-forum-germany.com](http://www.finance-forum-germany.com)

Vielen Dank, dass Sie unseren Newsletter abonniert haben.  
Wir werden Sie weiterhin auf dem neuesten Stand halten.

Ihr Finance Forum Germany Team

[www.finance-forum-germany.com](http://www.finance-forum-germany.com)

**Impressum:**

**Redaktion:**

**Finance Forum Management AG**  
**Ursula Pelzl, Pressearbeit Finance Forum Germany**  
**Phone: +49 6127 66 03 26 Mobile: +49 170 486 18 42**  
[ursula.pelzl@finance-forum-germany.com](mailto:ursula.pelzl@finance-forum-germany.com)

Das Finance Forum Germany ist eine Veranstaltung der Finance Forum Management AG. Diese befindet sich im Besitz von Privatpersonen aus der Banken- und "IT in Finance"-Industrie sowie der Geschäftsleitung. Ihren Sitz hat die Firma in Pfäffikon SZ.

Das Organisationskomitee ist eine Art «virtuelle Unternehmung» und vereint verschiedene Personen und Firmen, die für die Durchführung des Finance Forum Germany verantwortlich sind.

Finance Forum Management AG  
Seedammstrasse 3, Postfach  
CH-8808 Pfäffikon SZ  
Telefon +41 (0)55 417 45 00  
Fax +41 (0)55 417 45 99  
[www.finance-forum.com](http://www.finance-forum.com)

**Verwaltungsrat**

Präsident des Verwaltungsrats  
Urs Buner (VR-Vizepräsident, COMIT AG)

**Mitglieder des Verwaltungsrats**

Dr. Patrik Gisel (Stv. CEO, Raiffeisen Schweiz)  
Felix Aeschlimann (CEO, Telekurs Card Solutions)

**Geschäftsleitung**

René Meier, Managing Partner  
Jacqueline Schleier, Managing Partner

**Büro Finance Forum Germany:**

Lutz Pelzl, Managing Partner  
Auringer Mühle, Alt-Auringen 10  
D-65207 Wiesbaden  
Telefon +49 (0)6127 66 03 69  
Fax +49 (0)6127 96 59 732  
[www.finance-forum-germany.com](http://www.finance-forum-germany.com)

Unsere Partner:

