

# BANKINGNEWS

aktuell.unabhängig.institutsübergreifend.

## Editorial

## Sündenbock „Banker“

### INHALTSVERZEICHNIS

Sündenbock „Banker“	... 1
Aufschwungsaussichten Impressum	... 2
IT- und Fachabteilungen: Gut abgestimmt	... 3
Gehaltsgürtel enger schnallen	... 4
Affiliate Marketing für die Finanzbranche - Gestern, heute und in Zukunft	... 5
Recruiting Après-Ski	... 6

Wenn in der Wirtschaft jemand zu Unrecht zu viel Geld verdient, wird es wohl ein Banker sein. Oder?

Als vor einigen Tagen 690 deutsche Führungskräfte in einer repräsentativen Forsaumfrage gefragt wurden, ob man die Bonuszahlungen von Bankern deckeln sollte, stimmten dem zwei Drittel zu. Eine Deckelung in der restlichen Wirtschaft – oh Wunder – hielten 56 Prozent der Befragten nicht für erforderlich. Es sind halt immer die anderen, die Verfehlungen begehen, zu tief in die Unternehmenskasse greifen oder Steuern hinterziehen.

Und so verdient der Chef des Autobauern Volkswagen schlappe 17 Millionen Euro. Inklusive unge-



**Thorsten Hahn**  
Herausgeber  
BANKINGNEWS

deckeltem Bonus. Auch die Top-Manager in der Pharmaindustrie und bei den Versorgern liegen mit ihren Gehältern weit vorne. Die Finanzbranche liegt heute nur noch im Mittelfeld. Und dass auch die Autoritäten in der Krise mit Steuern gerettet wurden, haben die meisten heute vergessen.

Im Grunde verdient jeder Mitarbeiter sein Geld aus den Erlösen mit Kunden. Sind genug Autos verkauft, kann ich mir auch 17 Millionen gönnen. Wenn die Werbe-, Ticket und Lizenzentnahmen in einem Fußballclub fließen gibt es für Spieler und Manager genügend zu verdienen. Hier regen sich die Fans aber nur mäßig darüber auf, was mit Ihren Ticketgebühren passiert. Beim Banker ist dies anders. Hier vermutet der Kunde eine hohe Korrelation zwischen dem Gehalt des Bankers und der mickrigen Rendite auf sein Tagesgeld. Unser Gehalt mindert die Kundenrendite oder erhöht seine Kreditzinsen. Skandal! Zudem beherrscht nach wie vor das Thema Rettung der Banken mit Steuergel-



## FATCA-Fachtagung

Abkommen zur Förderung der Steuerehrlichkeit bei grenzüberschreitenden Sachverhalten von Deutschland und den USA

am Mittwoch, den 29. Mai 2013 in Köln

## FATCA-Intensivtraining

FATCA kompakt: IGA Deutschland-USA und Final Regulations

am Freitag, den 7. Juni 2013 in Köln



[www.fatca-portal.de](http://www.fatca-portal.de)

Bank-Verlag GmbH  
Wendelinstraße 1 | 50933 Köln

Anzeige

dern die Medien, dass die Banken sich mit Staatsanleihen überschuldet haben, ist der breiten Masse schwer verständlich zu machen.

Es sind halt immer die anderen.

Und so wird die Diskussion über die gerechte oder ungerechte Höhe von Managergehältern wohl auch in Zukunft nicht versiegen. Bleibt zu hoffen, dass wenigstens die Steuern dem Gemeinwohl zukommen...

## Aufschwungsaussichten

Im Gegensatz zum Frühling in diesem Jahr, der lange auf sich warten ließ, sollte es zumundesr mit der Konjunktur bergauf gehen. So sicher war die konjunkturelle Erholungsphase.

Es ist die vielleicht wichtigste Frage dieser Tage: Kommt der Aufschwung oder kommt er nicht? Es war ja nicht so, dass eine konjunkturelle Erholungsphase so sicher war wie die Sonne im Frühling; aber es gab so zu Jahresbeginn schon eine Reihe von Argumenten, die dafür sprachen, dass es mit der Konjunktur in Europa graduell, in der Tendenz jedoch eindeutig, bergauf gehen würde / müsste / sollte: In den USA läuft es vergleichsweise robust (im ersten Quartal sogar dynamischer als man das angesichts von Fiskalklippe und Sequester hätte erahnen können); China hat das von etlichen Beobachtern befürchtete Hard Landing verhindert; in Europa gehen die Belastungen im Zuge der Maßnahmen zur Fiskalkonsolidierung allmählich zurück; und Deutschland sollte als Lokomotive der Währungsunion, getragen vor allem von einer anziehenden Investitionstätigkeit der Unternehmen, helfen die schwächeren EUWU-Länder nach oben zu ziehen.

In den kommenden Tagen steht der Lackmestest an. Am Dienstag gibt es die vorläufigen Einkaufsmanagerindizes (PMIs), am Mittwoch den Ifo Index und am Donnerstag legt die Bundesregierung ihre Frühjahrsprognose vor. Welche Bedeutung habe all diese Zahlen für den Wachstumsausblick, für die Europäische Zentralbank und schließlich für die Finanzmärkte?

Unstrittig ist, dass ein Anstieg in den Stimmungsindikatoren nach

den schwächeren Daten im Vormonat die Wachstumshoffnungen für Deutschland und damit für die Eurozone neu beflügeln würde. Aber auch ein leichter Rückgang in Ifo & Co.würde – nach den starken Anstiegen der vorangegangenen Monate insbesondere im Ifo Index – die Wachstumshoffnungen für Deutschland nicht ersticken können. Sollten die Stimmungsindikatoren jedoch quer durch Europa nachgeben, wäre die Europäische Zentralbank alarmiert. Wir hatten es bereits nach der letzten EZB Pressekonferenz angedeutet, und während des G20-Treffens vom vergangenen Wochenende wurde es beispielsweise von EZB Direktoriumsmitglied Jörg Asmussen bestätigt: Wenn sich die Datenlage verschlechtert, wir die EZB ihre Leitzinspolitik überdenken. Eine Zinssenkung wurde im EZB-Rat bereits in den vergangenen Monaten mal mehr, mal weniger diskutiert. Die Anleger würden verschlechterte Vorlaufindikatoren wahrscheinlich zum Anlass nehmen, eine Rücknahme im Refi-Satz um 25 Basispunkte auf dann 0,50% einzupreisen – was weitere Unterstützung für den Geldmarkt und Bundesanleihen bedeuten würde.

Mit Spannung wurde am Montagmorgen auch die Marktreaktion auf die Ereignisse in Italien gewartet. Am Samstag wurde im sechsten Wahlgang der amtierende Staatspräsident Giorgio Napolitano wiedergewählt. Die Mitte-Links-Partei

um Pier Luigi Bersani gab während des dreitägigen Wahlmarathons keine glückliche Figur ab. Der Parteichef trat nach der Wahl Napolitanos zurück. Napolitano wurde letztendlich jedoch von einer breiten Koalition der meisten Parteien unterstützt. Aus einer Position der Stärke heraus könnte es ihm nun doch noch gelingen, eine Art „Präsidentschaftsregierung“ zu bilden. Nach Einschätzung unserer italienischen Kollegen sind Neuwahlen nun unwahrscheinlicher geworden, was letztendlich italienische Staatspapiere beflügeln sollte.

G20-Treffen? Ich erwähnte es oben kurz. Das wichtigste Ergebnis war wohl: Japan wurde für seinen sehr expansiven Politikansatz nicht offiziell kritisiert. Dies zog im asiatischem Handel eine weitere Schwächung des Yen nach sich. USD-JPY kratzte bei 99,90 kurzzeitig an der magischen 100er-Marke. Ansonsten ist die Marktstimmung heute früh freundlich bis gut – aber die wichtigsten Fragen dieser Woche sind ja auch noch nicht beantwortet...



**Kornelius Purps**  
Fixed Income Strategist  
UniCredit Research

## BANKINGCLUB Partner



## Impressum

Herausgeber  
BANKINGCLUB GmbH  
Dipl.-Kfm. Thorsten Hahn  
Jakob-Kaiser-Str. 13  
50858 Köln  
USt.-Idnr.: DE173444638

Kontakt  
tel + 49 221 99 50 91 - 0  
fax + 49 221 99 50 91 - 29  
redaktion@bankingnews.de  
www.bankingnews.de  
Erscheinungsweise: 40x jährlich



Bildnachweis

## IT- und Fachabteilungen: Gut abgestimmt

Im Gespräch mit Dr. Walter Kirchmann, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Finanz Informatik Technologie Service (FI-TS).



**Dr. Walter Kirchmann**  
Vorsitzender  
FI-TS

Wenn Fachbereiche, wie Marketing, Risikomanagement oder Fraud-Management in Finanzinstituten neue Anwendungen einführen möchten, können sie unabhängig in Konflikt mit der eigenen IT-Abteilung oder auch mit dem deutschen Recht geraten. Christoph Meyer, Redakteur der BANKINGNEWS sprach hierüber mit Dr. Walter Kirchmann, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Finanz Informatik Technologie Service (FI-TS).

Dr. Kirchmann, wir reden heute über die Einführung neuer Softwarelösungen in Banken. Von wem geht, Ihrer Erfahrung nach, der Impuls zur Anschaffung aus?

Der erste Impuls geht vor allem bei Speziallösungen sehr oft von den Fachbereichen in den Banken aus. Unternehmensweit eingesetzte oder strategische Anwendungen wie Kernbanksysteme, Handelssysteme oder Online-Banking werden meist gemeinsam mit der eigenen

IT-Abteilung geplant und ausgerollt.

Die IT in Banken wird dabei oftmals als „Bremsen“ gesehen. Ist dem so?

Nein, das kann man so pauschal nicht sagen. Grundsätzlich ist die IT eher eine Abteilung, die Neuerungen ermöglicht und die Fachabteilung dazu befähigt neue Prozesse auf- und einzusetzen. Allerdings kommt es manchmal natürlich vor, dass die Fachbereiche und die IT-Abteilung unterschiedliche Vorstellungen haben. Der Fachabteilung stehen die benötigten Systeme nicht schnell genug zur Verfügung, die Budgets sind zu knapp bemessen oder die Auffassung bezüglich der Gestaltung von Prozessen ist abweichend. Oft benötigen Fachabteilungen beispielsweise zur Erprobung neuer Anwendungen IT-Ressourcen nur für einen kurzen und sehr begrenzten Zeitraum. Dafür sollen die benötigten IT-Systeme dann aber möglichst schnell bereitstehen.

Was sind Problemfelder, wenn Fachabteilungen neue Lösungen testen möchten?

Problemfelder können auf beiden Seiten auftreten. Auf der einen Seite gibt es tolle Anwendungen beispielsweise für Kredit- oder Risikoanalyse, die einen echten Mehrwert für die Finanzinstitute bieten. Doch auf der Suche nach neuen Anwendungen, die nur von bestimm-

ten Fachabteilungen benötigt werden, stimmen sich die Abteilungen dann zum Teil nur unzureichend mit der internen IT ab und beauftragen ohne deren Wissen externe Dienstleister. Das führt dann zu einer sogenannten Schatten-IT, die von der IT-Abteilung nicht ausreichend verwaltet und gepflegt werden kann. Das wiederum kann letztlich auch zu unnötigen Sicherheitsschwachstellen führen.

Auf der anderen Seite stellt die interne IT den Fachabteilungen manchmal standardmäßig aufwendige Testinstallationen für einen langen Zeitraum zur Verfügung, die in diesem Umfang gar nicht benötigt werden. Hier wären kurze Tests in einer Cloud-Umgebung völlig ausreichend, die dann auch nur nach dem tatsächlichen Bedarf abgerechnet werden.

Ein weiteres Problem ergibt sich, wenn für Tests echte Kundendaten in einer nicht ausreichend geschützten Umgebung (Sand-Boxing) eingesetzt werden. Denn auch in solchen Testszenarien müssen alle Compliance-Vorgaben eingehalten werden. Hier ist eine gute Abstimmung vorab also wesentlich.

Welche weiteren Fallstricke gibt es bei der Einführung neuer Services?

Probleme können auftreten, wenn Finanzinstitute Services nutzen, die in den Rechenzentren der

Dienstleister laufen. Denn das Kreditwesengesetz Paragraf 25a Satz 2 legt fest, dass eine Auslagerung nicht zu einer Delegation der Verantwortung führen darf. Dienstleister müssen daher den Banken immer ermöglichen, ihre Auskunfts- und Prüfungsrechte sowie Kontrollmöglichkeiten gegenüber der Bankenaufsicht so zu gewährleisten, als ob sie über das eigene Rechenzentrum verfügen. Das zieht in der Praxis zum Beispiel im Bereich Datenschutz einiges nach sich, was den Umgang mit den Daten und ihre Archivierung betrifft. Ausländische oder neue Anbieter können hier oft nicht die nötigen Infrastrukturen und Prozesse gewährleisten.

Falls die Serviceanbieter zudem selbst auf Dienstleister zurückgreifen, gelten die gleichen Anforderungen auch für diese. Ist der Drittanbieter ein Unternehmen aus dem Ausland wie den USA, könnte US-Recht deutsches Recht brechen, wenn im Rahmen des Patriot Act auf Daten deutscher Personen zugegriffen werden kann.

Worauf sollten Fachabteilungen dann achten? Beziehungsweise was empfehlen Sie Anbietern von neuen Bankfachanwendungen, die den Einstieg in den deutschen Markt suchen?

Gerade in der Finanzbranche sollten Fachabteilungen darauf achten, dass der Anbieter auf deutsche Partner setzt oder für Infrastruktur-

Dienste branchenerfahrene deutsche Partner auswählen. Zertifizierungen wie ISO 27001 und Trusted Site Infrastructure (TSI) sind zudem ein klarer Hinweis für Qualität. Darüber hinaus sollten sie sich über konkrete Referenzprojekte erkundigen, um den nachweislichen Erfolg des Anbieters überprüfen zu können.

Vielen Dank für das interessante Gespräch.



**Christoph Meyer**  
Redakteur  
BANKINGNEWS

**finanz informatik**  
technologie service

FI-TS ist ein Tochterunternehmen der Finanz Informatik (FI) und hat sich seit 1994 als einer der führenden Outsourcing-Partner der Finanzbranche etabliert.

## Gehaltsgürtel enger schnallen

Der Topmanager verdient gut. Exorbitant gut. Der Gehaltscheck weist nicht selten einen sechsstelligen Betrag aus. Nun fordern Politiker Regeln gegen Gehaltsexzesse. Das Leben der Dagobert Ducks könnte bald ein Ende haben.

Als Topmanager hat man ausgesorgt. Nicht nur beruflich steht man auf dem höchsten Punkt der Karriereleiter, auch der Verdienst reicht für ein Lotterleben. Nun soll dem Salär der Gürtel enger geschnallt werden. Wer hat's erfunden? Die Anregung zu diesem Schritt kommt, wie schon die berühmten Kräuterbonbons, aus der Schweiz. Anfang März hatten die Schweizer einem Volksbegehren gegen überzogene Managervergütungen mit großer Mehrheit zugestimmt. Die Initiative „Gegen die Abzockerei“ zielt darauf ab, Exzesse bei Bonus-Zahlungen, Abfindungen und Gehältern für Manager börsennotierter Unternehmen durch die Stärkung der Aktionärsrechte zu unterbinden. Die Kampagne wurde ausgelöst durch die Millionenabfindung in Höhe von 72 Millionen Franken, also rund 58,8 Millionen Euro des zurückgetretenen Chefs des Pharmakonzerns Novartis, Daniel Vasella.

Nun fordern auch deutsche Politiker Regeln gegen die Gehaltsexzesse. Bundeskanzlerin Angela Merkel, die sich zunächst gegen eine gesetzliche

Regelung für Gehälter ausgesprochen hatte, schwenkt um. „Maßlosigkeit darf in einer freien und sozialen Gesellschaft nicht sein“, kritisierte die Kanzlerin gegenüber der Zeitung „Freie Presse“ aus Chemnitz. Die wirtschaftsfreundliche FDP und die sozialen Linken unterstützen dieses Vorgehen. „Dass ein DAX-Vorstand 54 mal so viel verdient wie ein Angestellter, ist sachlich durch nichts als Gier zu begründen“, sagte Linken-Parteichefin Katja Kipping den Zeitungen der „WAZ“-Gruppe. FDP-Fraktionschef Brüderle mahnt außerdem zur Eile, wie die FAZ berichtete. Über die Höhe von Managervergütungen sollen die Aktionäre jährlich entscheiden können. Bislang werden Vorstandsgehälter vom Aufsichtsrat festgelegt. Anteilseigner durften zwar auch abstimmen, hatten aber wenig Einfluss auf das Vergütungssystem. Für Banker gelten dank der EU enge Grenzen: Der Bonus darf danach grundsätzlich höchstens so hoch sein wie das Grundgehalt.

Die Deutschen wird diese Regelung sicherlich freuen. Laut den aktuellen Ergebnissen einer Umfrage von N24 werden Manager als überbezahlt und sozial verantwortungslos gesehen. 91 Prozent der Deutschen halten Managergehälter für „zu hoch“, nur ein Prozent der Befragten findet das Gehalt „etwas zu niedrig“. Die Mehrheit (67 Prozent) verlangt ein gesetzliches Gehaltslimit. Insbesondere Managergeführte Konzerne haben eine schlechte Reputation. Während das Image von Managern in mittel-

ständischen Familienunternehmen noch positiv ist, wird Managern von Großkonzernen vor allem mangelnde Verantwortung für die Mitarbeiter (90 Prozent) und hauptsächlich Interesse an kurzfristiger Gewinnmaximierung (92 Prozent) vorgeworfen. Den Mittelständlern unterstellen nur 19 Prozent der Deutschen kurzfristige Gewinnmaximierung als oberstes Ziel.

Der Grund nach der sehr großzügigen Vergütung der Managerelite bleibt offen. Deutsche Topmanager müssen international wettbewerbsfähig sein und so auch honoriert werden, sonst besteht die Gefahr, dass sie leicht abgeworben werden. Fakt ist, die Gehälter weltweit sind astronomisch. Im Jahr 2008 kassierte Larry Ellison, Chef des Software-Konzerns Oracle, 630 Millionen Dollar. In nur einem Jahr. Eine Studie der Hay Group, die Ende 2012 veröffentlicht wurde, zeigt, dass die Managergehälter in den Schwellenländern bereits das Niveau von den USA und Europa erreicht haben. Der Durchschnittsgehalt von Spitzenmanagern lag 2012 bei 154.847 Dollar. Nordrhein-Westfalens Finanzminister Norbert Walter-Borjans glaubt jedoch nicht an eine Beeinträchtigung der Konkurrenzfähigkeit. „Mir kann niemand erzählen, dass sich unterhalb eines gesicherten Millionengehalts keine erfahrenen Menschen mehr finden lassen, die ein Unternehmen mit dem notwendigen Engagement führen würden“, sagte er. Bei Managern, weltweit wohlgeachtet, handelt es sich in den selten-



**Milana Kogan**  
Redakteurin  
BANKINGNEWS

cellent finance solutions AG

# SMARAGD

## COMPLIANCE SUITE

### Die passende Compliance Lösung für alle Branchen.

Bekämpfung von

- Geldwäsche
- Betrug
- Terrorismusfinanzierung
- Embargo-/Sanktionsüberwachung
- Überwachung Zahlungsverkehr
- Kundenscreening
- PEP Identifikation
- Risiko-/Gefährdungsanalyse
- Customer Due Diligence (CDD)
- Know Your Customer (KYC)
- Third Party Check

1600 Unternehmen in mehr als 50 Ländern vertrauen auf die Lösungen der SMARAGD Compliance Suite!



Cellent Finance Solutions AG  
www.cellent-fs.de

+49 711 222 992-900

Stuttgart | Frankfurt | München

Anzeige

ten Fällen um Unternehmer. Es sind Angestellte mit Vorstandsrang. Kaum einer investiert Risikobereitschaft in seine Arbeit. Sie haften nicht mit eigenem Kapital. Das Einkommen symbolisiert nicht die Marktdaten, sondern Macht. Man hat die Macht und

nutzt sie für das eigene Konto. Das einzige Risiko, dem die Manager ausgesetzt sind, ist das Risiko des Jobverlusts. Ein Risiko, dem jeder andere Beschäftigte ausgesetzt ist, allerdings ohne sechststellige Abfindungsklausel im Vertrag.



# Affiliate Marketing für die Finanzbranche – Gestern, heute und in Zukunft

Gastautor Wolfgang Vogt, Geschäftsführer der netzeffekt GmbH, über die Entwicklung des Affiliate Marketings mit besonderem Fokus auf die Finanzbranche.

Affiliate Marketing ist ein fester Bestandteil des Online-Marketings und gehört somit zur Pflicht, und nicht bloß zur Kür der Online-Marketingdisziplinen. Hierbei handelt es sich um den Aufbau, die Pflege und die Koordination von Online Vertriebspartnern zur effizienten Kundengewinnung im Internet. Affiliates, oder auch Publisher genannt, stellen Online Werbeflächen z.B. auf ihrer Website oder in ihrem Newsletter zur Verfügung. Über diese Kanäle können Advertiser, auch Merchants genannt, ihre Produkte bewerben. Die Abrechnung erfolgt auf Provisionsbasis, also erst dann, wenn ein User per Klick auf eine Werbefläche auf die Website des Advertisers gelangt und dort einen Abschluss tätigt. Das Bindeglied zwischen Werbetreibendem und Vertriebspartner stellen die Affiliate-Netzwerke dar. Die Affiliate-Netzwerke übernehmen das Tracking, also die Erfolgsmessung der Kampagne von der Einblendung des Werbemittels über den Klick auf die Website des Advertisers bis hin zum erfolgreich ausgeführten Antrag, sowie die Auszahlung der Provision. Die bekanntesten Netzwerke sind Zanox, Affilinet, Tradedoubler und Comission Junction, die keinen festen Themenfokus haben und ein breites Branchenspektrum von Telekommunikation über Reise bis hin zu Retail anbieten. Allerdings haben sich in den letzten Jahren einige spezialisierte Affiliate-Netzwerke am Markt etabliert. Wie im Finanzbereich beispielsweise Fi-

nanceQuality.net.

Affiliate Manager verantworten unter anderem die Identifikation von relevanten Affiliates, sie unterstützen Bestandspartner bei der optimalen Bewerbung der jeweiligen Produkte und sind Ansprechpartner bei Problemen. Zudem kanalisieren Affiliate Manager wichtiges Feedback Ihrer Vertriebspartner und können den Advertisern wertvolle Anregungen liefern um den Absatz zu steigern.

## Wie hat sich Affiliate-Marketing verändert?

Vor ein paar Jahren war das Affiliate Marketing eher eindimensional, auf die breite Masse ausgelegt und wenig kreativ. Der überwiegende Anteil der Affiliate-Kampagnen wurde fast ausschließlich über die großen Netzwerke abgewickelt. Eine Spezialisierung und ein damit verbundener Aufbau spezifischen Branchenwissens haben leider nur selten stattgefunden. Dadurch war es auch nicht verwunderlich, dass viele Kampagnen nicht den Erfolg eingespielt haben, der eigentlich möglich gewesen wäre. Fehlende Branchenexpertise führt noch heute zu Streuverlusten in den großen nichtspezialisierten Affiliate-Netzwerken.

## Heute sind wir schlauer und die Branche mutiger!

Neben den großen öffentli-

chen Netzwerken haben sich einige Branchen-Netzwerke hinzugesellt, die ihren Fokus ausschließlich auf ihre Nische richten und damit die wichtigsten und leistungsstärksten Affiliates gebündelt haben. Diese Netzwerke verfügen über zusätzliches Know-How hinsichtlich der Optimierung von Affiliate-Websites und Advertiser-Landingpages, um den maximalen Erfolg für Affiliates und Advertiser zu erzielen. Der Erfolg der jeweiligen Kampagne lässt sich unter anderem an der Gewinnung zusätzlichen Traffics messen, sowie an der Anzahl der konvertierten Besucher zu tatsächlichen Kunden. Wichtig ist, dass bei den Branchen-Netzwerken die Qualität der generierten Abschlüsse und die thematische Relevanz der Affiliates im Mittelpunkt stehen. Im Zuge dessen wurden auch die spezifischen Bedürfnisse der Affiliates bei der Entwicklung von geeigneten Werbemitteln verstärkt beachtet. Ebenso wie auch in anderen Branchen, kristallisierte sich gerade auch im Finanzbereich die Tendenz zu Produktvergleichen hinaus. Zunächst mussten Affiliates, die ihren Seitenbesuchern Vergleiche anbieten wollten, selbst Produktdaten aufwändig recherchieren und entsprechende Vergleiche hierzu entwickeln. Heute wird dieser Service von spezialisierten Netzwerken mit eigenen Produktdatenbanken übernommen. So können Affiliates stets auf die aktuellsten bereitgestellten Produktdaten zurückgreifen und mit wenig Aufwand in ihre Web-

sites einbinden und ihren Kunden einen wertvollen Mehrwert bieten.

Durch die kontinuierliche Professionalisierung der Affiliates haben auch die Anforderungen an das Affiliate Management zugenommen. So muss der Affiliate Manager einerseits umfassendes Know-How der eingesetzten Online Marketing Mechanismen mitbringen, sowie über eine umfassende Produkt- und Branchen-Expertise verfügen, um seine Affiliates beraten zu können. Durch die enge Zusammenarbeit zwischen Affiliate und Affiliate Manager entstehen erfolgreiche und langfristige Kooperationen.

## Ein Blick in die Zukunft!

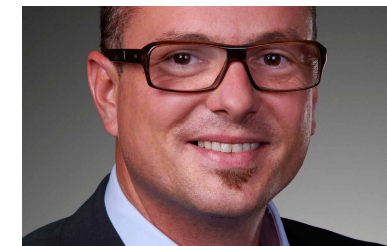
Um die zukünftigen Entwicklungen im Affiliate Marketing vorherzusagen hilft ein Blick auf das sich verändernde Nutzerverhalten: Dabei steht die mobile Nutzung, sowie die allgegenwärtigen sozialen Komponenten des Internets im Mittelpunkt.

Advertiser und Affiliate Netzwerke sind daher zukünftig aufgerufen, mobile Werbemittel, Landingpages und Prozesse bereitzustellen, die der Affiliate zur Monetarisierung seines mobilen Traffics einsetzen kann. Ist der Weg dazu seitens der Advertiser geebnet, werden die Affiliates spannende und innovative Ansätze zur Gewinnung von Neukunden entwickeln, wie es in den vergangenen Jahren bereits im stationären Netz passiert ist.

Der Trend sozialer Mechanismen

wird sich im Bereich des Empfehlungsmarketings niederschlagen. So können zukünftig nicht mehr nur Betreiber von Webseiten und Newslettern als Affiliate agieren, sondern jeder wird für Empfehlungen an private oder geschäftliche Kontakte Geld verdienen können. Je größer sein Netzwerk, und je treffsicherer seine Empfehlungen, desto erfolgreicher wird er dabei sein. Irrelevante Empfehlungen werden schnell mit der Kündigung der virtuellen Freundschaft quittiert.

Die Anforderungen an Advertiser, Affiliate Management und Affiliate Netzwerke werden weiterhin steigen. Ob zukünftig zentrale Affiliate Netzwerke als standardisierte Software diesen Anforderungen gerecht werden können, oder ob der innovative Advertiser zunehmend nach individuellen Private Network Lösungen greifen muss, wird sich zeigen.



Wolfgang Vogt  
Geschäftsführer  
netzeffekt GmbH

## Recruiting Après-Ski

Mein Vertragsangebot erhalte ich quasi im Schnee. Mit einer dicken Snowboardjacke bekleidet stehe ich vor Dana und Andre, den Personalreferenten meines zukünftigen Arbeitgebers Capco, und fühle mich wie die Teilnehmerin einer Castingshow, die gerade in die nächste Runde vorgerückt ist – GESCHAFFT!

Julia M. befindet sich allerdings keinesfalls in einer Castingshow sondern bei einem Bewerbungsgespräch. Und sie bewirbt sich nicht als neue Wintersport-Redakteurin für das öffentlich-rechtliche Fernsehen, sondern bei Capco, einer Unternehmensberatung, die ausschließlich auf die Finanzdienstleistungs- und Versicherungsbranche spezialisiert ist.

Doch warum greift ein Unternehmen überhaupt zu solch ungewöhnlichen Methoden, um Bewerber kennen zu lernen? Was unterscheidet ein Bewerbungsgespräch im Schnee von einem Besprechungsraum im Bürogebäude?

### Punkten im War for Talents

Die Nachfrage in der Consultingbranche steigt – sämtliche Beratungsunternehmen suchen händeringend nach qualifizierten Mitarbeitern um die wachsende Zahl von Projekten stemmen zu können. Auf der Suche nach Talenten punkten mittlerweile nur jene Unternehmen, denen es gelingt, sich aus der Masse der potentiellen Arbeitgeber hervorzuheben.

Frei nach dem Motto „Neue Herausforderungen verlangen nach neuen Ansätzen“ hat die HR-Abteilung von Capco ein unkonventionelles Bewerbungsverfahren für die Suche nach neuen Consulting-Experten entwickelt: ein dreitägiges Recruiting-Event im österreichi-

schen Obertauern – Skipass inklusive.

„Wir wollen zeigen, dass Capco seinen Mitarbeitern mehr bietet als einen klassischen Beraterjob mit guter Bezahlung. Einen Vorgeschmack auf dieses „mehr“ bietet bereits der außergewöhnliche Bewerbungsprozess beim Skifahren“, so Judith Kederer, HR-Verantwortliche bei Capco. „Natürlich zählt Fachkompetenz auch bei uns zu den wichtigsten Kriterien bei der Wahl neuer Mitarbeiter – doch fachliche Expertise allein genügt für eine Karriere bei Capco nicht. Die Besten, das sind für uns Persönlichkeiten, die sich neben der Begeisterung für ihren Beruf auch durch ihre persönlichen Interessen und außerberuflichen Kompetenzen auszeichnen.“

Gemeinsame Abfahrten, Teambuilding-Aktivitäten, Get-Together, das versprach die Ausschreibung für das Recruiting-Event Anfang April. Im Rahmen einer telefonischen Vorauswahl qualifizierten sich 25 Bewerber für die Teilnahme an dem Event. Die Stellenangebote waren zahlenmäßig nicht begrenzt und wie viele Vertragsangebote die Personaler von Capco letztendlich machen würden, war somit vollkommen offen.

### Assessment per Case-Study

„Abfahrten und Après-Ski“ klingt stark nach „Brot und Spielen“ für die Beraterbranche? Ganz und gar

nicht. Denn auch wenn Freizeitaktivitäten einen essentiellen Teil des Programms darstellten, im Vordergrund stand der Nachweis fachlicher Kompetenzen.

Die zentrale Herausforderung des Personalauswahlverfahrens war die Bearbeitung und Präsentation einer Case-Study zu einem für die Finanzbranche relevanten Thema, eine Aufgabe, die die Teilnehmer in Kleingruppen bewältigen mussten. Anschließend wurde ein Beratungsgespräch mit einem potentiellen Kunden simuliert.

„Wir suchen für unser Team Menschen mit Know-How in den Bereichen Banking, Finance, Risk und Insurance mit Interesse an Themen wie Post-Merger-Integration und diversen Prozessen im Einzel- und Konzernabschluss. Im Fokus der Case-Study stand das Thema IT-Kosten/Outsourcing. Die Bearbeitung einer solchen Case-Study hat den Vorteil, dass sie uns neben Erkenntnissen über die fachliche Qualifikation eines Bewerbers auch Rückschlüsse auf dessen Konzentrationsfähigkeit, Stressresistenz und vor allem seine Teamfähigkeit erlaubt“, erklärte Capco-Partner Michael Fröhlich. Die Entscheidung, welche Bewerber sowohl fachlich als auch persönlich überzeugen konnten, fiel nach den Präsentationen der Case-Studies.

### Ab auf die Piste

Natürlich kam auch die Frei-

zeit nicht zu kurz. Neben Outdoor-Events wie gemeinsamem Ski- und Snowboardfahren stand auch Après-Ski auf dem Programm, denn das Kennenlernen potentieller Kollegen in einer ungezwungenen Atmosphäre war ebenfalls Teil des ungewöhnlichen Recruiting-Prozesses.

Wie Matthias K., erfolgreicher Kandidat, es rückblickend ausdrückt: „Ich habe auf diesem Event einen ersten Einblick in die Arbeit des Unternehmens erhalten. Im Vordergrund stand jedoch vor allem das Kennenlernen der Unternehmenskultur und der Mitarbeiter – also das, was den eigentlichen Charakter von Capco ausmacht. Ich fahre mit einem guten Gefühl – und einem Arbeitsvertrag! – nach Hause.“

BU: Hab ich den Job? Bewerber des Recruiting-Events von Capco auf der Piste



Capco ist ein führender globaler Anbieter von Beratungs-, Technologie- und Transformationsdienstleistungen, mit ausschliesslichen Fokus für die Finanzdienstleistungsbranche.

Advertorial



Mit Sicherheit passiert Ihnen das mit uns nicht.

Mit Brainloops hochsicheren webbasierten Lösungen sind Ihre vertraulichen Dokumente lückenlos geschützt.



[www.brainloop.de/sicherheit](http://www.brainloop.de/sicherheit)

Anzeige