

Der Vorstand

Vorstandsvorsitzender Othmar Schmid, Helmut Kneissl, Anton Pauschenwein, Markus Partl (v.l.).

„Österreichische Ärzte- und Apothekerbank AG verfügt über eine klare Positionierung als Standesbank für Ärzte und Apotheker, die fortgeführt und weiter ausgebaut werden soll. Mit der Fusion profitieren wir von positiven Synergieeffekten in Bereichen wie Regulatorik, IT und Logistik.“

Durch die Fusion wurde auch eine gesamte Umstellung der Marke vollzogen: Ziel war es von Anfang an, gemeinsame Stärken in den Marketingauftritt zu integrieren. Die vielen Gemeinsamkeiten dienen auch als Wegweiser für die Logofindung, den Claim und den Online-Auftritt.

Neues Logo

Das Logo symbolisiert die beiden Berufsstände (Blutropfen & Kapsel). Rot-Weiß-Rot als zentrale Farben signalisieren den österreichischen Markt. Der Claim „Eine gesunde Verbindung.“ deckt die Verbindung zwischen Kunden und Mitarbeitern ab. Zusätzlich verbindet dieser Slogan durch das Wort „gesund“ die beiden Berufsstände Arzt und Apotheker.

Vorstandsdirektor Anton Pauschenwein freut sich über diesen wichtigen Schritt: „Gemeinsam sind wir am Markt stärker aufgestellt und können im Interesse unserer Kunden unser Filialnetz besser nutzen. Unser spezifisches Know-how in der Beratung unserer Zielgruppen kann künftig noch effizienter eingesetzt werden.“

Keine vergleichbare Bank

Denn, so Othmar Schmid, die größte Standesbank Österreichs gilt als ein zukünftiger Motor der wirtschaftlichen Entwick-



© Österreichische Ärzte- und Apothekerbank

Klare Botschaft

Das neue Logo der Bank (Blutropfen und Kapsel formen ein A) ist in rot und weiß gehalten; der Claim „Eine gesunde Verbindung.“ deckt die Verbindung zwischen Kunden und Mitarbeitern ab. Zusätzlich verbindet dieser Slogan durch das Wort „gesund“ die beiden Berufsstände Arzt und Apotheker.

www.apobank.at

lung für die beiden Berufsgruppen: „Es gibt keine vergleichbare Bank, wodurch sich Vorteile in der künftigen Marktbearbeitung erzielen lassen. Ziel ist es, die höchste Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit zu erreichen und die Marktposition weiter auszubauen: Das Kundengeschäftsvolumen soll in den nächsten fünf Jahren deutlich gesteigert werden.“

Wachstumsziele hat der Vorstand daher bereits ausgegeben: In den kommenden fünf Jahren soll die Bank stärker wachsen als die übrigen Geldinstitute im Land. Bei den Ausleihungen sind Zuwächse von durchschnittlich fünf Prozent angepeilt.

Vertriebsoffensive geplant

Die Ziele sind realistisch. So hatte die alte Apothekerbank außer der Zentralstelle in Wien keine weiteren Filialen. Einer neuen Marktoffensive unter Apothekern sollen demnach auch die Bundesländerfilialen der früheren Ärztebank dienen.

Othmar Schmid

„Damit die Ärzte- und Apothekerbank AG als Universalbank erfolgreich agieren kann, nehmen Leistungsfähigkeit, Rentabilität und solide Eigenmittelausstattung in der Geschäftspolitik einen hohen Stellenwert ein. Im Sinne der Strategie der Kundenpartnerschaft ist es ein wesentliches Ziel der Ärzte- und Apothekerbank AG, ihr Produktportfolio und ihre Vertriebsorganisation nach den aktuellen Kundenbedürfnissen auszurichten sowie Kosten und Erträge laufend zu optimieren.“

Laut Vorstand Anton Pauschenwein liegt der Marktanteil bei niedergelassenen Apotheken heute bei zwei Drittel. Mit Finanzierungen von Apothekenübernahmen, -Ausstattungen und -Gründungen war die Apothekerbank früher hauptsächlich im Kommerzgeschäft tätig. Jetzt soll eine Vertriebsoffensive für Jungpharmazeuten und Angestellte in den Apotheken beginnen und damit ein stärkerer Retailschwerpunkt, auch mit Wohnbaukrediten, Versicherung und Veranlagung.

Die größte Kundengruppe sind Ärzte. Rund jeder achte Arzt in Österreich und jeder fünfte Zahnarzt ist Kunde der Ärzte/Apothekerbank. 2016 wurde an jedem dritten Arbeitstag eine Ordination gegründet – das hat Potenzial: „Wir sind spezialisiert auf diese Berufsgruppe und wir glauben, eine Existenzgründung überdurchschnittlich gut beurteilen zu können“, so Pauschenwein.

Bankberater als Drehscheibe

Wer eine Ordination aufmachen will, erfährt vom Bankberater, wie die Kostenstruktur aussehen muss, welche Umsätze und Anlaufzeiten es braucht. Und ab und zu entpuppt sich das Netzwerk außerdem auch als informelle Jobbörse.

Investitionsbedarf sieht die Bank aktuell in den neuen Versorgungszentren, wo Apotheker und Arzt zumindest in einer Immobilie unter einem Dach sind. Im Visier hat man auch alle, die jetzt Medizin und Pharmazie studieren: „Das sind unsere künftigen Kunden. Irgendwann sind die selbstständig“, so Vorstandschef Othmar Schmid.

1 Mrd.
Euro

Bilanzsumme

Durch die Einbringung des Bankbetriebs der Österreichischen Apothekerbank verfügt die Österreichische Ärzte & Apotheker Bank AG nun über 135 Mitarbeiter sowie eine Bilanzsumme von rund 1 Mrd. €, Kundeneinlagen von 860 und über Kundenausleihungen von 700 Mio. €.