

Strategie

Wir verfolgen das Ziel, im östlichen Teil der Europäischen Union, einschließlich Österreich, die führende Bank für Privat- und Firmenkunden zu sein. Um dies zu erreichen, sind wir bestrebt, alle Kund:innen – Private, Unternehmen und den öffentlichen Sektor – durch erstklassige Finanzberatung und Finanzlösungen bei der Erreichung ihrer jeweiligen Ziele und bei der Sicherung finanzieller Gesundheit zu unterstützen, das Kreditgeschäft auf verantwortungsvolle Weise zu betreiben und Sicherheit für Einlagen zu bieten. Mit unserer Geschäftstätigkeit werden wir weiterhin zum Wirtschaftswachstum und zur Finanzstabilität und damit zum Wohlstand unserer Region beitragen.

Wir verfügen in all unseren Kernmärkten im östlichen Teil der Europäischen Union über ein ausgewogenes Geschäftsmodell, das darauf abzielt, die jeweils besten Bankdienstleistungen für unsere Kund:innen zu erbringen. Dabei nehmen digitale Innovationen eine immer bedeutendere Rolle ein. Die Ausgewogenheit des Geschäftsmodells zeigt sich in der Fähigkeit der Bank, Kundenkredite mit Kundeneinlagen – mehrheitlich stabilen Privatkundeneinlagen – zu refinanzieren. Die Nachhaltigkeit der Strategie spiegelt sich im langjährigen Kundenvertrauen wider, das auf fast allen unseren Kernmärkten in hohen Marktanteilen zum Ausdruck kommt. Marktführerschaft ist aber kein Selbstzweck, sondern schafft nur dann Werte, wenn sie Hand in Hand mit positiven Skaleneffekten geht und dazu beiträgt, den Bestand des Unternehmens langfristig zu sichern.

Das Bankgeschäft soll nicht nur wirtschaftlich erfolgreich geführt werden, sondern auch im Sinne der unternehmerischen Verantwortung gegenüber allen wesentlichen Interessengruppen, insbesondere Kund:innen, Mitarbeiter:innen, der Gesellschaft und der Umwelt. Daher sind wir bestrebt, das Bankgeschäft verantwortungsvoll zu betreiben und einen angemessenen, über den Kapitalkosten liegenden Ertrag zu erwirtschaften.

Langjährige Tradition im Kundengeschäft

Die Erste Group ist seit 1819 im Privatkundengeschäft tätig. Dort ist der größte Teil unseres Kapitals gebunden, dort erwirtschaften wir einen Großteil unserer Erträge und finanzieren den überwiegenden Teil unserer Kernaktivitäten mit den Einlagen unserer Kund:innen. Das Privatkundengeschäft ist unsere besondere Stärke und steht bei der Entwicklung von Produkten wie dem modernen digitalen Banking, mit dem wir die Kundenerwartungen effektiver erfüllen können, im Mittelpunkt.

Das Angebot attraktiver, leicht verständlicher Produkte und Dienstleistungen, die individuelle Bedürfnisse und Zielsetzungen der Bankkund:innen erfüllen, ist für den Aufbau und die Erhaltung langfristig starker Kundenbeziehungen von hoher Bedeutung. Heute betreuen wir in sieben Kernmärkten rund 16 Millionen Kund:innen.

Zu unseren Kernaktivitäten zählen auch die Beratung und Unterstützung unserer Firmenkunden in den Bereichen Finanzierung, Kapitalanlage, Sicherungsgeschäfte und Zugang zu den interna-

tionalen Kapitalmärkten. Auch den öffentlichen Sektor finanzieren wir, sei es durch Investitionen in Staatsanleihen der Region oder im Fall von Infrastrukturprojekten über Kredite.

Um kurzfristige Liquiditätserfordernisse des Kundengeschäfts abdecken zu können, sind wir auch auf dem Interbankenmarkt aktiv.

Kernmärkte im östlichen Teil der Europäischen Union

Als die Erste Group 1997 als österreichische Sparkasse ohne nennenswerte Auslandspräsenz an die Börse ging, definierte sie als ihre Zielregion Österreich und jenen Teil Zentral- und Osteuropas, der realistische Aussichten auf einen Beitritt zur Europäischen Union hatte. Ziel war es, von den attraktiven Wachstumsaussichten in diesen Ländern zu profitieren. Vor dem Hintergrund der zunehmenden europäischen Integration und des in Österreich beschränkten Wachstumspotenzials erwarb die Erste Group ab den späten 1990er-Jahren Sparkassen und Finanzinstitute in Österreichs Nachbarländern. Obwohl die Finanz- und Wirtschaftskrise den wirtschaftlichen Aufholprozess in den Ländern Zentral- und Osteuropas abschwächte, ist der zugrunde liegende Trend der Konvergenz ungebrochen. Dieser Teil Europas bietet nach wie vor die besten strukturellen und damit langfristigen Wachstumsperspektiven.

Heute verfügen wir über eine starke Präsenz in folgenden Kernmärkten: Österreich, Tschechien, Slowakei, Rumänien, Ungarn und Kroatien, die alle Mitgliedsstaaten der Europäischen Union sind. Aufgrund beträchtlicher Investitionen in unsere Tochtergesellschaften nehmen wir in diesen Ländern eine bedeutende Marktposition ein. In Serbien, dem EU-Kandidatenstatus zuerkannt wurde, ist unsere Marktpräsenz kleiner, kann aber bei voranschreitender EU-Integration über Akquisitionen oder organisches Wachstum ausgebaut werden. Zusätzlich zu den Kernmärkten verfügen wir über direkte und indirekte Mehrheits- und Minderheitsbankbeteiligungen in Slowenien, Montenegro, Bosnien-Herzegowina, Nordmazedonien und Moldawien.

Zunehmende Bedeutung von Innovation und Digitalisierung

Das Tempo der digitalen Transformation hat sich als Folge technologischer Veränderungen, demografischer Entwicklungen, regulatorischer Eingriffe und letztlich auch der Pandemie in den vergangenen Jahren deutlich beschleunigt. Damit haben sich auch das Kundenverhalten und die Erwartungen der Kund:innen an Finanzprodukte erheblich verändert. Wir sind überzeugt, dass das digitale Bankgeschäft weiter an Bedeutung gewinnen und langfristig wesentlich für den wirtschaftlichen Erfolg sein wird, und wir setzen daher auf digitale Innovation. Konzerninterne interdisziplinäre Teams entwickeln innovative Lösungen mit dem Ziel, die Bankprodukte inklusive der zugehörigen Prozesse (z.B. Onboarding für Firmenkunden) durchgängig (end-to-end) zu digitalisieren.

Unsere digitale Strategie basiert auf einer eigenen, digitalen Plattform, unserem George inklusive digitaler Marktplätze (Ökosystem). Das Ziel ist, Kund:innen über standardisierte Schnittstellen (APIs)

in der sicheren IT-Umgebung einer Finanzplattform Zugang zu personalisierten Produkten der Erste Group, aber auch von Drittanbietern zu ermöglichen. APIs erlauben vielfältige Kooperationen, sei es mit Fintechs, Start-ups oder branchenübergreifend, und können daher helfen, neue Märkte und Kundengruppen zu erschließen.

Die digitale Plattform George wurde für Privatkund:innen 2015 in Österreich implementiert und ist mittlerweile in Tschechien, der Slowakei, Rumänien, Kroatien und Ungarn verfügbar und wird von fast neun Millionen Kund:innen aktiv genutzt. Die Einführung in Serbien wird folgen. Das Angebot an digital verfügbaren Produkten und Dienstleistungen wird laufend erweitert. Kund:innen können über Plug-ins Anwendungen von uns oder von Dritten aktivieren und für die Verwaltung ihrer Finanzen nutzen. 2022 hat George die nächste Evolutionsstufe erreicht. George Business für Firmenkunden wurde in Österreich implementiert und wird nachfolgend in den lokalen Banken eingeführt, bis 2024 in Rumänien und Tschechien. Ziel ist, allen Kundensegmenten gruppenweit und einheitlich ein herausragendes digitales Kundenerlebnis (User Experience) auf einer Plattform zu bieten.

Unser Omni-Channel-Ansatz integriert die unterschiedlichen Vertriebs- und Kommunikationskanäle. Die Kund:innen entscheiden, wie, wann und wo sie ihre Bankgeschäfte erledigen. Als Schnittstelle zwischen digitalem Banking und traditionellem Filialgeschäft fungieren Contact Center, deren Tätigkeitsfeld mit Beratung und Verkauf weit über die herkömmliche Helpdesk-Funktion hinausgeht.

Wir haben den klaren Anspruch, erster Ansprechpartner für unsere Kund:innen zu sein. Das bedeutet, dass wir auch die Voraussetzungen, um diesem Anspruch gerecht zu werden, unverändert im Fokus haben müssen. Dabei sind zwei Kernbereiche hervorzuheben:

- _ Die Verbesserung der Datenanalyse, damit wir die Bedürfnisse unserer Kund:innen besser verstehen und punktgenau entsprechende Lösungen anbieten können.
- _ Unsere digitalen Angebote werden wir mit Fokus auf die bestmögliche Zufriedenheit unserer Kund:innen weiter vereinfachen und auch auf neue Produkte ausweiten.

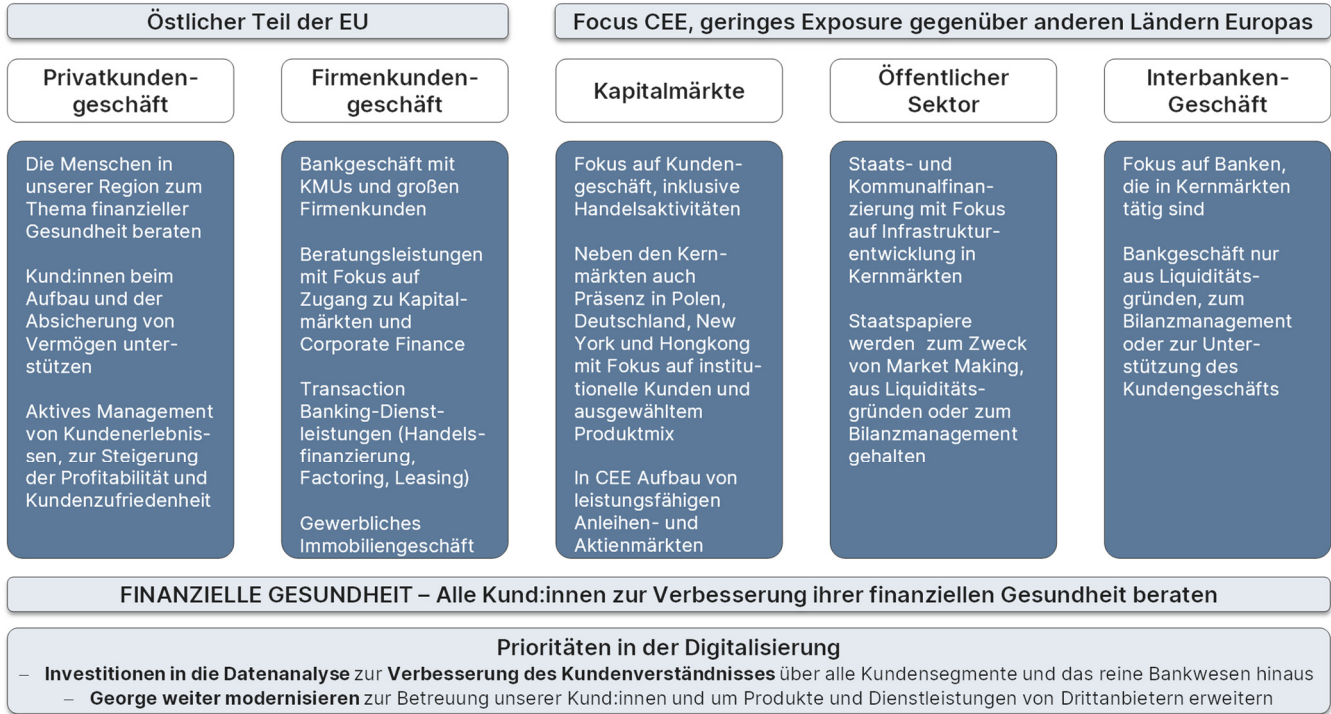
Fokus auf Nachhaltigkeit und Profitabilität

Um langfristig bestehen zu können und Werte für Kund:innen, Investor:innen sowie Mitarbeiter:innen zu schaffen, ist es für jedes Unternehmen unerlässlich, verantwortungsbewusst zu agieren und einen angemessenen, über den Kapitalkosten liegenden Ertrag zu erwirtschaften. Denn nur eine nachhaltig handelnde – soziale, ökologische und ökonomische Folgen ihrer Geschäftstätigkeit in Einklang bringende – und profitable Bank kann Produkte und Dienstleistungen anbieten, die ihre Kund:innen bei der Erreichung ihrer Finanzziele unterstützen, die Grundlage für Kursgewinne sowie Dividenden- und Kuponzahlungen an Investoren schaffen, ihren Mitarbeiter:innen ein stabiles und attraktives Arbeitsumfeld bieten und zuverlässig zu den Steuereinnahmen des Gemeinwesens beitragen.

Eine vom Vorstand der Bank beschlossene Grundsatzerklärung (Statement of Purpose) präzisiert den Zweck der Erste Group, Wohlstand in der Region zu verbreiten und abzusichern. Auf Basis dieser Erklärung definiert ein Verhaltenskodex (Code of Conduct) für alle Mitarbeiter:innen sowie Organvertreter:innen, also Vorstand und Aufsichtsrat, verpflichtende Regeln für das tägliche Geschäftsleben. Dieser Verhaltenskodex bekräftigt, dass wir im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit auf Verantwortlichkeit, Respekt und langfristigen Bestand achten. Für uns ist er ein wichtiges Instrument zur Sicherung der Qualität nach innen und außen und damit zur Wahrung der Reputation der Bank und zur Festigung des Vertrauens der Interessengruppen. Nachhaltigkeit bedeutet in diesem Kontext, das Kerngeschäft sowohl sozial als auch ökologisch verantwortlich als auch wirtschaftlich erfolgreich zu betreiben.

Eine Kombination aus stabilen Erträgen, niedrigen Kreditvorsorgen und Kosteneffizienz sichert langfristig Gewinne. Unterstützt wird dies durch ein starkes einlagenbasiertes Refinanzierungsprofil. Wenn Wachstumschancen nicht greifbar sind, was gelegentlich der Fall sein kann, oder sich das Marktumfeld – etwa aufgrund hoher Steuern, verstärkter Regulierung oder niedriger Zinsen – ungünstig entwickelt, verlagert sich der Fokus verstärkt auf Kostensenkungen. Verbessert sich das betriebliche Umfeld, können Wachstumschancen wieder vermehrt wahrgenommen werden. Unabhängig vom Umfeld sollten wir deutlich davon profitieren, dass wir in jener Region Europas tätig sind, die auf absehbare Zeit die besten Möglichkeiten für strukturelles Wachstum bieten wird.

Führend im Kundengeschäft in Zentral- und Osteuropa



STRATEGIE IM DETAIL

Die Grundlage für unser Bankgeschäft bildet das Geschäft mit Privatkund:innen und Unternehmen im östlichen Teil der Europäischen Union, einschließlich Österreich. Die Definition im Kapitalmarkt- und Interbankengeschäft sowie im Geschäft mit dem öffentlichen Sektor ist breiter gefasst, um die Kundenbedürfnisse bestmöglich abdecken zu können.

Privatkundengeschäft

Das Geschäft mit Privatkund:innen ist unser zentrales Geschäft, es umfasst das gesamte Spektrum von Kredit-, Einlagen- und Anlageprodukten sowie Kontoführung und Kreditkarten. Unsere Kernkompetenz im Privatkundengeschäft ist geschichtlich bedingt. Im Jahr 1819 stifteten wohlhabende Bürger Wiens einen Fonds zur Gründung des Vorgängerinstituts der Erste Group, der ersten Sparkasse in Zentraleuropa. Ihr Bestreben war es, weiten Kreisen der Bevölkerung Zugang zu elementaren Bankdienstleistungen, wie sicherem Sparen oder Hypothekendarfinanzierungen, zu ermöglichen. Heute betreuen wir in unseren Märkten rund 16 Millionen Kund:innen und betreiben etwa 2.000 Filialen. Vermögende Privatkund:innen und Stiftungen werden von den Mitarbeiter:innen im Private Banking mit einem auf diese Kundengruppe zugeschnittenen Service betreut.

Zusätzlich nutzen und fördern wir digitale Vertriebskanäle wie Internet und mobiles Banking, sowohl um der gestiegenen Bedeutung des digitalen Bankgeschäfts Rechnung zu tragen als auch die digitale Zukunft aktiv mitzugestalten. George, unsere digitale

Plattform, ist in Österreich, Tschechien, der Slowakei, Rumänien, Kroatien und Ungarn verfügbar. Die Einführung in Serbien wird vorangetrieben.

Das Privatkundengeschäft ist für uns aufgrund mehrerer Faktoren attraktiv: Es baut auf einem vorteilhaften Geschäftsmodell auf, dessen Eckpunkte Marktführerschaft, ein günstiges Risiko-Rendite-Profil und das Prinzip der Eigenfinanzierung sind. Außerdem profitiert es von einem umfassenden Angebot mit einfachen und verständlichen Produkten sowie erheblichem Cross-Selling-Potenzial. Wir erfüllen diese Voraussetzungen in all unseren Kernmärkten. Um unsere daraus resultierende Position der Stärke bestmöglich nutzen zu können, verfolgen wir eine Omni-Channel-Strategie. Neben dem Ausbau digitaler Vertriebskanäle bleibt das Filialnetz ein wichtiger Baustein der Geschäftsstrategie. Nur eine Retailbank mit einem modernen digitalen Angebot und einem flächendeckenden Vertriebsnetz ist in der Lage, Kredite in Landeswährung überwiegend mit Einlagen derselben Währung zu finanzieren. Zusammenfassend gesagt, ermöglicht unser Retail Banking-Geschäftsmodell nachhaltiges und eigenfinanziertes Wachstum auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten. Ein weiterer positiver Faktor ist die Diversifikation des Privatkundengeschäfts über Länder unterschiedlichen Entwicklungsgrades, wie Österreich, Tschechien, Rumänien, Slowakei, Ungarn, Kroatien und Serbien.

Firmenkundengeschäft

Das Geschäft mit Klein- und Mittelbetrieben, regionalen und multinationalen Konzernen sowie Immobilienunternehmen ist

unser zweites Hauptgeschäftsfeld, das ebenfalls wesentlich zum Erfolg der Erste Group beiträgt. Unser Ziel ist es, unsere Kundenbeziehungen dahin gehend zu vertiefen, dass sie über das reine Kreditgeschäft hinausgehen. Konkret streben wir an, dass Firmenkunden die Erste Group als ihre Hausbank wählen und auch ihren Zahlungsverkehr über die Banken der Erste Group abwickeln bzw. die Erste Group generell als ersten Ansprechpartner in Sachen Bankgeschäft sehen.

Entsprechend ihren unterschiedlichen Bedürfnissen, werden Klein- und Mittelbetriebe lokal in Filialen oder eigenen Kommerzcentren betreut und multinationale Konzerne von den Einheiten des Bereichs Group Corporates serviert. Dieser Ansatz erlaubt es uns, Branchen- und Produktwissen mit dem Verständnis für regionale Erfordernisse und der Erfahrung der lokalen Kundenbetreuer:innen der Bank zu vereinen. Aufgrund regulatorischer Eingriffe gewinnt die Beratung und Unterstützung der Firmenkunden bei Kapitalmarkttransaktionen zunehmend an Bedeutung.

Kapitalmarktgeschäft

Ein kundenorientiertes Kapitalmarktgeschäft ist ebenfalls Teil unseres umfassenden Angebots an unsere Privat- und Firmenkunden. Die strategische Bedeutung unseres zentral geführten und lokal verankerten Kapitalmarktgeschäfts besteht darin, alle anderen Geschäftsbereiche in der Interaktion mit den Kapitalmärkten zu unterstützen und so den Kund:innen einen professionellen Zugang zu den Finanzmärkten zu bieten. Wir verstehen unser Kapitalmarktgeschäft daher als Bindeglied zwischen den Finanzmärkten und den Kund:innen. Als wesentlicher Kapitalmarktteilnehmer der Region erfüllen wir darüber hinaus so wichtige Funktionen wie Market Making, Kapitalmarkt-Research und Produktstrukturierung.

Auch im Kapitalmarktgeschäft liegt unser Fokus auf den Bedürfnissen der Privat- und Firmenkunden sowie öffentlicher Gebietskörperschaften und Finanzinstitute. Aufgrund der starken Vernetzung der Erste Group im östlichen Teil der Europäischen Union verfügen wir über ein fundiertes Know-how über lokale Märkte und Kundenbedürfnisse. Wir konzentrieren uns auch im Kapitalmarktgeschäft auf unsere Kernmärkte des Privat- und Firmenkundengeschäfts: Österreich, Tschechien, Slowakei, Rumänien, Ungarn, Kroatien und Serbien. Für institutionelle Kunden haben wir in Deutschland, Polen sowie in Hongkong und New York spezialisierte Teams etabliert, die diesen Kund:innen ein maßgeschneidertes Produktangebot zur Verfügung stellen.

In vielen Ländern, in denen wir tätig sind, sind die lokalen Kapitalmärkte weniger weit entwickelt als etwa in Westeuropa oder in den USA. Unsere Tochtergesellschaften leisten in manchen dieser Märkte im Kapitalmarktgeschäft daher Pionierarbeit. Wir betrachten den Aufbau leistungsfähiger Kapitalmärkte in der Region als eine weitere strategische Aufgabe im Rahmen unseres Kapitalmarktgeschäfts.

Geschäft mit dem öffentlichen Sektor

Ein solides Einlagengeschäft ist ein Grundpfeiler unseres Geschäftsmodells. Die Einlagen der Kund:innen übersteigen die ausgegebenen Kredite in den meisten unserer geografischen Märkte. Die Bankentöchter der Erste Group stellen einen erheblichen Anteil dieser Liquidität den öffentlichen Gebietskörperschaften als Finanzierung zur Verfügung. Dadurch ermöglichen wir die unverzichtbaren Investitionen des öffentlichen Sektors. Kunden im öffentlichen Sektor sind vor allem Gemeinden, Länder und Staaten, die von uns auch in den Bereichen Kapitalmarktmissionen, Infrastrukturfinanzierung und Projektfinanzierung unterstützt und beraten werden. Darüber hinaus kooperieren wir mit supranationalen Institutionen. Auch bei Veranlagungen in Staatsanleihen liegt unser Schwerpunkt auf Zentral- und Osteuropa.

Für langfristiges, nachhaltiges Wirtschaftswachstum ist eine adäquate Infrastruktur in den Bereichen Verkehr, Energie und kommunale Dienstleistungen unverzichtbar. Infrastrukturfinanzierungen und alle damit verbundenen Finanzdienstleistungen sind für uns daher von enormer Bedeutung. Die Europäische Union stellt über die europäischen Struktur- und Investitionsfonds von 2021 bis 2027 EUR 95 Mrd an Fördermitteln für die Länder Tschechien, Slowakei, Kroatien, Ungarn und Rumänien bereit. Der Anteil für diese fünf CEE-Staaten liegt deutlich über ihrem Bevölkerungsanteil von 11%. Drei Viertel der gesamten Mittel für CEE stehen für die regionale Entwicklung (EFRE, 57% der Mittel) und für den Kohäsionsfonds (19% der Mittel) zur Verfügung. Bei der Verwendung der EFRE-Mittel werden die Projekte zu mindestens 50% auf thematische Schwerpunktbereiche (Forschung und Innovation, digitale Agenda, Unterstützung kleiner und mittlerer Unternehmen und CO₂-arme Wirtschaft) konzentriert. Neben der klassischen Kohäsionspolitik werden im Rahmen des Europäischen Corona-Aufbauplans (NextGenerationEU) weitere EUR 36 Mrd an Zuschüssen für die Region zur Verfügung stehen. Fokus dieses zeitlich befristeten Konjunkturpakets werden die Bereiche Digitalisierung, Klimapolitik und Stärkung der Krisenfestigkeit (Resilienz) sein.

Interbankengeschäft

Das Interbankengeschäft ist ein integraler Bestandteil unseres Geschäftsmodells, dessen strategische Funktion die Sicherstellung der Liquiditätserfordernisse des Kundengeschäfts ist. Im Mittelpunkt steht dabei die kurzfristige Hereinnahme bzw. die Verleihung liquider Mittel am Interbankenmarkt.

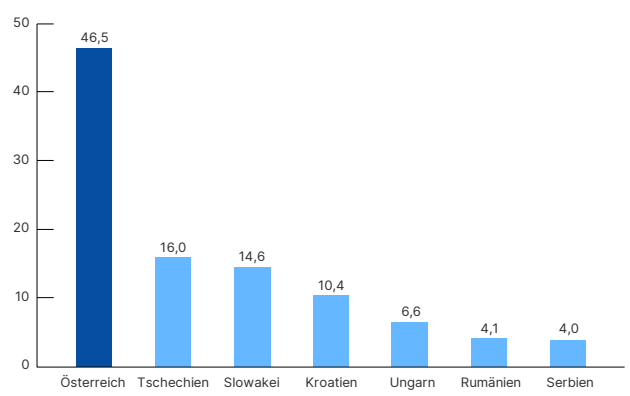
LANGFRISTIGE WACHSTUMSTRENDS IN ZENTRAL- UND OSTEUROPA

Der wirtschaftliche Aufholprozess der Länder in Zentral- und Osteuropa und der zugrunde liegende Trend der Konvergenz hält an. Das liegt einerseits daran, dass die Region fast ein halbes Jahrhundert an kommunistischer Misswirtschaft aufholen muss, und andererseits daran, dass während dieser Zeit kein nennenswertes Bankgeschäft stattgefunden hat. Mit Ausnahme von Einlagen waren moderne Bankdienstleistungen in diesen Län-

dem auch noch einige Jahre nach dem Ende des Kommunismus weitgehend unbekannt. Auf der Kreditseite lag das zum einen an den hohen nominellen wie realen Zinsen, zum anderen erlaubten die verfügbaren Einkommen keine weitreichende Kreditvergabe an Haushalte. Außerdem fehlte aufgrund des hohen Staatsanteils ein gesundes Wettbewerbsumfeld. All das hat sich geändert. Die verfügbaren Einkommen sind dank wachsender Wirtschaftsleistung kräftig gestiegen. Die meisten ehemals staatlichen Banken wurden an strategische Investoren verkauft, die für Produktinnovationen und Wettbewerb gesorgt haben. Das Wirtschaftswachstum, das als Folge der Finanz- und Wirtschaftskrise in einigen Ländern Zentral- und Osteuropas vorübergehend deutlich zurückging, hat sich wieder erholt. Trotz solcher Abschwächungen und möglicher temporärer negativer Auswirkungen auf die Bankenmärkte in Zentral- und Osteuropa werden diese Faktoren auch die zukünftige Entwicklung bestimmen.

Zusätzlich sind die meisten Länder Zentral- und Osteuropas mit zumindest vergleichbaren Humanressourcen wie westeuropäische Staaten ausgestattet, haben aber gleichzeitig nicht mit auf lange Sicht unfinanzierbaren Kosten des westlichen Sozialstaats zu kämpfen und verfügen über erheblich flexiblere Arbeitsmärkte. Abgerundet werden diese Vorteile durch eine im Schnitt sehr wettbewerbsfähige Exportindustrie, die – in Relation zur Produktivität – von niedrigen Lohnkosten sowie investitionsfreundlichen Steuer- und Sozialsystemen profitiert.

Kundenkredite/Kopf in CEE (2022) in EUR Tsd



Quelle: Lokale Zentralbanken, Erste Group

Ein Vergleich der Pro-Kopf-Verschuldung in Zentral- und Osteuropa und entwickelten Märkten zeigt den enormen Abstand, der sogar noch heute zwischen diesen Märkten besteht. Länder wie Tschechien und die Slowakei sind ebenso wie Kroatien und Ungarn noch Jahre davon entfernt, bei den Krediten je Einwohner ein mit Österreich oder Westeuropa vergleichbares Niveau zu erreichen; auch auf relativer Basis sind diese Länder weit vom westlichen Verschuldungsniveau entfernt. Der Kontrast zu Serbien oder Rumänien ist noch ausgeprägter: Das Niveau der privaten Verschuldung, und vor allem jenes der Haushalte, ist im Vergleich zu entwickelten Volkswirtschaften erheblich geringer.

Obwohl die Entwicklungen der letzten Jahre wahrscheinlich zu einer Neubeurteilung bezüglich akzeptabler Verschuldungsgrade und nur zu einem schrittweisen Anstieg in der Kreditvergabe in Zentral- und Osteuropa führen werden, sind wir weiterhin davon überzeugt, dass die Kreditausweitung, einhergehend mit dem Wirtschaftswachstum in der Region, einem langfristigen Wachstumstrend unterliegt und kein kurzfristiger Prozess ist, der seinen Höhepunkt bereits überschritten hat.

Es ist daher zu erwarten, dass die Länder im östlichen Teil der Europäischen Union in den nächsten 15 bis 20 Jahren deutlich schneller wachsen werden als die Länder Westeuropas, auch wenn auf diesem langfristigen Wachstumspfad Zeiten der Expansion mit wirtschaftlicher Stagnation oder sogar Rückschlägen abwechseln könnten.

RELEVANTE UND GLAUBWÜRDIGE MARKE

Vor etwas mehr als 200 Jahren schrieben unsere Gründungsväter: „Kein Alter, kein Geschlecht, kein Stand, keine Nation ist von den Vorteilen ausgeschlossen, welche eine Sparkasse jedem Einlegenden bietet.“ Mit diesem für die damalige Zeit revolutionären Gründungsauftrag hat die Erste österreichische Spar-Casse in unserer Region wesentlich zur Verbreitung des Finanzwesens für alle Bevölkerungsschichten beigetragen.

Die Erste Group wurde gegründet, um allen Menschen Zugang zu Finanzdienstleistungen zu ermöglichen, und hat sich zu einer Institution entwickelt, die den Wohlstand und die Zukunft einer Region mit beeinflusst. Heute zählen wir in Zentral- und Osteuropa zu den größten Bankengruppen und Arbeitgeberern. Das Vertrauen, das uns entgegengebracht wurde und wird, wurzelt in diesem gelebten Gründungsauftrag.

Eine Marke ist ein beständiges Versprechen. Sie ist mehr als ein Logo – sie steht für die Vorstellungen, die Menschen haben, wenn sie an ein Unternehmen, dessen Produkte und Dienstleistungen denken oder davon hören. Marken erfüllen die wichtige Funktion der Identifizierung und Differenzierung, die wiederum entscheidet, ob eine Kundin oder ein Kunde eine Marke gegenüber einer anderen bevorzugt. Letzten Endes profitieren Unternehmen mit starken Marken von der emotionalen Beziehung, die sie zu ihren Kund:innen haben. Nur einige wenige Unternehmen wurden bereits mit dem Anspruch gegründet, mehr zu leisten, als einfach nur Gewinn zu machen. Wir zählen zu diesem kleinen Kreis und profitieren von der großen Bekanntheit unserer Marke und unserer Glaubwürdigkeit.

In den letzten Jahren hat in unserer Markenkommunikation ein Wandel von der Kategorie- und Produktorientierung hin zu einer Zweckorientierung stattgefunden. In diesem Sinne haben wir eine Grundsatzerklärung gruppenweit als Hauptelement unserer Markenkommunikation etabliert: „Unsere Region braucht Menschen, die an sich glauben, und eine Bank, die an sie glaubt.“ Vor über 200 Jahren begann eine Erfolgsgeschichte, die bis heute anhält.

Die Sparkassen wurden aus dieser Haltung des persönlichen Zutrauens und des Glaubens an Ideen, Zukunftspläne, Fähigkeiten und Potenziale von Menschen gegründet. Ob im eigenen Leben, in der Start-up-Gründung oder im Traditionsunternehmen, in Wirtschaft und Gesellschaft: Zuversicht und Vertrauen in die Zukunft, der Glaube an sich und andere, der Glaube an Ideen und unternehmerische Gestaltungskraft sind Grundvoraussetzungen für persönliches Wachstum und gesellschaftlichen Wohlstand.

Deshalb stehen am Beginn der Beziehung zu unseren Kund:innen nicht Produkte und Services. Am Beginn stehen Ideen, Ziele,

Bedürfnisse, Träume und Pläne. Am Beginn stehen Menschen, die daran glauben, Wohlstand schaffen und Zukunft gestalten zu können. Die Zukunft wird von Menschen gemacht, die an sich und ihre Ideen – ihre Vorstellungen von der Zukunft – glauben.

„Unsere Region braucht Menschen, die an sich glauben. Und eine Bank, die an sie glaubt.“ Dieser zentrale Satz drückt unsere seit über 200 Jahren tief verwurzelte Haltung aus. #glaubandich ist weit mehr als ein Werbeslogan. Es ist die Ermutigung von Menschen, ihren Wünschen nachzugehen, etwas zu schaffen, und es ist unser Versprechen, sie dabei zu unterstützen.