

VR Bank wagt sich in die sozialen Medien vor



Der Vorstandsvorsitzende Lothar Uedelhoven

Im ersten vollen Geschäftsjahr nach der Fusion hat die VR Bank eG Bergisch Gladbach-Leverkusen den Wachstumskurs fortgesetzt. Nun will sie das stationäre Geschäft digital ergänzen und in den sozialen Medien aktiv werden.

Der Vorstand der Bank spricht auf der Basis von vorläufigen Zahlen für 2018 von „sehr guten Ergebnissen“. Trotz des nach wie vor schwierigen Umfelds habe die VR Bank ihre Marktposition ausbauen können. Vorstandschef Lothar Uedelhoven dankt ausdrücklich den Mitarbeitern für ihr „beeindruckendes Engagement“.

Die Bilanzsumme, mit der die Größe einer Bank gemessen wird, sei um 52 Millionen Euro (oder rund 2,5 Prozent) gestiegen und erreiche nun die Zwei-Milliarden-Euro-Marke.



Die Vorstände Thomas Büscher, Lothar Uedelhoven, Alexander Litz, Hans-Jörg Schaefer

Größe Personenvereinigung weit und breit

Wie in den Vorjahren sei vor allem das Kreditgeschäft für die Zuwächse verantwortlich. Das Kreditvolumen stieg deutlich, um sechs Prozent auf 1,368 Milliarden Euro. Dabei sind private und geschäftliche Kredite enthalten. Die Geldanlagen der Kunden in der VR Bank kletterten trotz niedriger Zinsen immerhin noch um rund 2,5 Prozent auf 1,604 Milliarden Euro.

Diese beiden Kennzahlen entwickelten sich damit noch etwas besser, als der Vorstand Mitte 2017 erwartet hatte; der Zuwachs der Bilanzsumme schwächte sich dagegen in der zweiten Jahreshälfte ab.

Besonders wichtig ist den Genossenschaftsbanken die Zahl der Mitglieder: sie erhöhte sich im vergangenen Jahr um 758 auf 46.901. Damit sei die Bank die mit Abstand größte

Personenvereinigung in ihrem Geschäftsgebiet. Knapp die Hälfte der Kunden der Bank seien auch Mitglied.

Aufbruch in die sozialen Medien

Für das Jahr 2019 hat sich die VR Bank vorgenommen, das traditionelle stationäre Geschäft in den 24 Filialen um digitale Kanäle und Dienstleistungen zu ergänzen. Dabei sollen beide Bereiche sinnvoll verknüpft werden, etwa durch den Ausbau des Onlinebanking. Für August ist der Startschuss eines neuen IT-Systems (agree21) geplant.

Schon jetzt wagt sich die VR Bank in die sozialen Netzwerke vor, um mit den Mitgliedern und Kunden in einen direkten Dialog treten zu können, kündigt der Vorstand an.

Tatsächlich sind für die Hauptgeschäftsstelle eine Facebook-Seite und ein Instagram-Kanal bereits eingerichtet worden. Der offizielle Startschuss fällt am 1. Februar – dann gibt es dort auch aktuelle Inhalte.

Weitere Beiträge zum Thema:

VR Bank freut sich über „geräuschlose Fusion“

VR Bank stellt ihr neues „Schmuckkästchen“ vor

VR Bank meldet nach Fusion „starke Ergebnisse“

VR Bank wächst aus eigener Kraft – und durch eine Fusion

.