



Podium der Verbandsversammlung (v. l.): Fridolin Neumann, Geschäftsführer Sparkassen-Informatik; Rudolf Faltermeier, Vizepräsident; Dr. Ivo Holzinger, 3. Präsident; Hansjörg Christmann, 1. Präsident; Dr. Siegfried Naser, Geschäftsführender Präsident des SVB; Werner Schmidt, Vorstandsvorsitzender BayernLB; Friedrich Schubring-Giese, Vorstandsvorsitzender Versicherungskammer Bayern; Dr. Franz Wirnhier, Sprecher der Geschäftsleitung Bayerische Landesbausparkasse; am Rednerpult Landesobmann Alois Hagl. □

Bayerischer Sparkassentag 2007 in Fürth:

„Sparkassen - Marktführer in Bayern“

Bewahrung des Drei-Säulen-Modells - Gegen Privatisierung

Die 75 bayerischen Sparkassen haben sich als Begleiter des Mittelstands seit dem vergangenen Jahr ausgezeichnet im zunehmenden Wettbewerb bewährt. Laut Geschäftsführendem Präsidenten Dr. Siegfried Naser konnte die Sparkassen-Finanzgruppe ihre Marktanteile im Jahr 2006 in wichtigen Segmenten nochmals ausbauen.

Derzeit könne die Sparkassen-Finanzgruppe Bayern auf eine Kundenreichweite von 60 Prozent der Bevölkerung verweisen, stellte Naser fest. Als Marktführer stelle sie bei rund 40 Prozent aller Kunden, ob Privat- oder mittelständische Firmenkunden, die Hauptbankverbindung. Insgesamt seien in Bayern sechs Millionen Bürger, also etwa 50 Prozent der Bevölkerung, Kunden einer Sparkasse.

2006 haben die bayerischen Sparkassen laut Naser für rund 1.700 Existenzgründer insgesamt 160 Mio. Euro an Gründungsdarlehen ausgereicht. Da mit einer Errichtung eines Unternehmens durchschnittlich drei bis vier Arbeitsplätze geschaffen wer-

den, ermöglichten die Initiativen der Gründer sowie die Kredite der Sparkassen etwa 6.000 bis 8.000 neue Jobs.

Drei-Säulen-System verteidigen

Mit Nachdruck müsse das bewährte Drei-Säulen-System verteidigt werden, hob der Präsident hervor. Die Pflege der erfolgreichen öffentlichen Rechtsform „schützt uns auch vor Zerschlagungsangriffen“. Dass es keine international bedeutende deutsche Großbank gebe, sei nicht Schuld des Modells.

Bayerns Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber zufolge stehen die Privatbanken in einem harten interna-

tionalen Konkurrenzkampf. Jedoch könne ihr Weg zu mehr Wettbewerbsfähigkeit nicht darin bestehen, die Sparkassen aufzukaufen oder zu privatisieren.

Es müssten andere Strategien gefunden werden. Die deutschen privaten Großbanken hätten es versäumt, untereinander zu fusionieren und so an Marktstärke zu gewinnen. Auch stünden die schwachen Erträge vieler deutscher Finanzinstitute in den vergangenen Jahren in erster Linie im Zusammenhang mit der geringen Wachstumsdynamik der deutschen Volkswirtschaft in der Zeit der rot-grünen Bundesregierung.

„Starke Sparkassen und ein starkes Bayern gehören zusammen“, betonte Ministerpräsident Dr. Stoiber. Der Verkauf von Sparkassen an Private sei durch das bayerische Sparkassengesetz verboten. Die Staatsregierung werde am Regionalprinzip und an der öffentlichen Rechtsform der Sparkassen nicht rütteln lassen. □

Dr. Edmund Stoiber:

Klares Bekenntnis zum Drei-Säulen-System

„Der Freistaat braucht seine Sparkassen“, erklärte Bayerns Ministerpräsident. Er bekräftigte, dass die Bayerische Staatsregierung am Regionalprinzip und an der Rechtsform der Sparkassen nicht rütteln lasse. Sie bekenne sich weiterhin zum bewährten Drei-Säulen-System aus privaten, genossenschaftlichen und öffentlich-rechtlichen Instituten.

Die Welt der Sparkassen ist nach den Worten des bayerischen Ministerpräsidenten zuletzt „etwas durcheinander geraten“. Auslöser sei dabei in vielen Fällen die Europäische Union gewesen: Die gravierendste strukturelle Änderung stelle der Wegfall von Anstaltslast und Gewährträgerhaftung seit dem 19. Juli 2005 dar. Der Streit zwischen Deutschland und der EU-Kommission um den Bezeichnungsschutz endete laut Stoiber „mit einem Kompromiss, mit dem man in der Praxis leben kann“. In Ländern wie Österreich, Italien oder Großbritannien seien viele Sparkassen privatisiert worden, wodurch sie ihren Geschäftscharakter grundlegend geändert hätten.

Harter internationaler Wettbewerb

Vieles sei an den weltweiten Finanz- und Kapitalmärkten in Bewegung gekommen und auch die privaten Banken setzten den Sparkassensektor unter Druck, fuhr der Ministerpräsident fort. Sie behaupteten, dass es wegen des Drei-Säulen-Prinzips für die deutschen Banken unmöglich sei, mit den Großen der Welt mithalten. Stoiber: „Ich habe viel Verständnis für die schwierige Situation der deutschen Privatbanken. Sie stehen in einem harten internationalen Wettbewerb. Sie müssen den Ansprüchen ihrer Anteilseigner gerecht werden und wollen natürlich verhindern, aufgekauft zu werden. Dennoch: Der Weg zu mehr Wettbewerbsfähigkeit für die deutschen Privatbanken kann nicht darin bestehen, die Sparkassen abzuschaffen, aufzukaufen oder zu privatisieren!“

Neue Strategien

Vielmehr seien die Privatbanken gefordert, andere Wege und Strategien zu finden, so Stoiber. Die Argumente derjenigen, die die Sparkas-

sen in ihrer jetzigen Form abschaffen wollen, könnten ihn nicht überzeugen: „Es stimmt nicht, dass ein starker Finanzplatz mit drei Säulen unmöglich ist.“

Es genügt, in die Schweiz, nach Spanien oder nach Frankreich zu schauen. Dort gibt es Genossenschaftsbanken, unseren deutschen Sparkassen ähnliche Institute - und international erfolgreiche Spitzenbanken.“

Deutsche Wirtschaft auf Wachstumskurs

Die schwachen Erträge vieler deutscher Finanzinstitute in den vergangenen Jahren seien nicht in erster Linie auf die Bankenlandschaft hierzulande zurückzuführen. Die Hauptsache sei vielmehr in der zu geringen Wachstumsdynamik der deutschen Volkswirtschaft in der Zeit der rot-grünen Bundesregierung zu suchen. Seit die deutsche Wirtschaft wieder auf einen deutlichen Wachstumskurs eingeschwenkt ist, seien auch die Ergebnismeldungen der deutschen Banken wieder sehr positiv.

Finanzplatz Deutschland

Auch stimme nicht, fuhr Stoiber fort, dass die Industriepolitik auf die Beteiligungen von starken Privatbanken angewiesen ist. Diese seien keinerlei nationalem Interesse verpflichtet, sondern ausschließlich dem Shareholder Value. Unwahr sei zudem, dass der Finanzplatz Deutschland gestärkt wird, wenn private Großbanken die Landesbanken und

Sparkassen übernehmen und dadurch zu „nationalen Champions“ aufsteigen. Die Versorgung der deutschen Volkswirtschaft mit Kapital und Finanzdienstleistungen funktioniere derzeit gut.

Hochproduktiv und wertvoll

Der intensive Wettbewerb verschiedener Finanzinstitute sorge für



Dr. Siegfried Naser bedankt sich bei Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber mit einem bayerischen Sparkassen-Löwen in Porzellan. □

angemessene Zinssätze und Konditionen, von denen die Sparer und der Mittelstand profitieren. Stoiber: „Betriebswirtschaftlich mag das deutsche Kreditgewerbe zwar weniger rentabel als im Ausland sein, aus volkswirtschaftlicher Sicht ist es aber hochproduktiv und sehr wertvoll.“ Auch wies der Ministerpräsident darauf hin, dass es mehrere Gelegenheiten für einen Zusammenschluss der privaten Großbanken untereinander gegeben habe, diese jedoch in Deutschland nicht genutzt worden seien.



Ministerpräsident Dr. Edmund Stoiber ist bereits Besitzer der „Goldenen Sparkassenmedaille“. Deshalb überreichten ihm Geschäftsführender Präsident Dr. Siegfried Naser, Landesobmann Alois Hagl und 1. Präsident Hansjörg Christmann eine Magnum-Flasche „Supremus“. Die Sonderabfüllung des Weins der Superlative kam aus dem Winzerkeller Sommerach. □

Keine Verhältnisse wie in Großbritannien

Verhältnisse wie in Großbritannien oder Italien, wo nach überregionalen Fusionen und Privatisierungen der Sparkassen einige wenige Banken den Finanzmarkt beherrschen, sind für Stoiber nicht wünschenswert. Die Folge hiervon wäre eine deutliche Beschränkung des Wettbewerbs, was wiederum hohe Gebühren, einen unzureichenden Zugang zu Finanzdienstleistungen für Privatkunden und den Mittelstand sowie einen Rückzug vieler Institute aus der Fläche nach sich ziehen würde. Erst jüngst sei die Entscheidung des Berliner Senats gefallen, die Landesbank Berlin an den Deutschen Sparkassen- und Giroverband zu verkaufen. Damit hätten die deutschen Sparkassen einen wichtigen Erfolg verbucht.

Chancen nutzen

„Nun wird es sehr darauf ankommen, dass der Sparkassensektor die Chance nutzt!“ stellte der Ministerpräsident fest. Eine Neuordnung der Sparkassenstrukturen bahne sich an. Vor dem Hintergrund, dass bislang viele Fusionen gescheitert sind, appellierte Stoiber an die Delegierten: „Nutzen Sie jetzt die neue Stärke, anstatt sich im Streit zu verzetteln!“ Mit einer starken Landesbank und dem engen Verbund mit

den bayerischen Sparkassen sei der Finanzplatz Bayern bislang hervorragend gefahren. Der Erwerb der österreichischen Hypo-Alpe-Adria Bank durch die Landesbank sei ein richtiger Schritt gewesen.

Sparkassenordnung überarbeitet

Auch Bayern habe seinen Beitrag geleistet, um die Zukunftsfähigkeit der Sparkassen zu stärken, fuhr der Ministerpräsident fort. So habe das Innenministerium die Sparkassenordnung grundlegend überarbeitet, wobei vor allem das Geschäftsrecht modernisiert wurde. Aufgehoben wurde das so genannte Enumerationsprinzip, das bislang das Geschäft der Sparkassen auf explizit aufgeführte Tätigkeitsbereiche beschränkt hatte. Jetzt könnten die Sparkassen im Wesentlichen alle banküblichen Geschäfte betreiben. Die Wettbewerbsfähigkeit der Sparkassen und die Erfüllung des öffentlichen Auftrags seien damit auch in Zukunft gesichert.

Soziale Marktwirtschaft erhalten

Stoiber abschließend: „Ich will die Soziale Marktwirtschaft kontinentaleuropäischer Prägung im Kern erhalten! Deswegen will ich auch unsere Sparkassen in der jetzigen Form erhalten. Die Sparkassen sind

ein wichtiger Stützpfeiler unserer Sozialen Marktwirtschaft. Einen Manchester-Kapitalismus mit wildem, völlig ungezügelmten Konkurrenzkampf will in Bayern niemand. Ich hoffe sehr, dass das auch in Brüssel verstanden wird!“ □

„PS-Sparen und Gewinnen“:

Bayerische Sparkassen unterstützen Behinderten-Spielplatz

Zusammen mit Karin Stoiber als Förderin des Behandlungszentrums Aschau, Orthopädische Kinderklinik, übergab Dr. Siegfried Naser, Geschäftsführender Präsident des Sparkassenverbandes Bayern, eine Spende in Höhe von 25.000 Euro an den Ärztlichen Direktor, Chefarzt Dr. Johannes Corell.

Die Mittel stammen aus dem Reinertrag des „PS-Sparen und Gewinnen“ der bayerischen Sparkassen. Die Spende soll für einen modernen behindertengerechten Spielplatz der Klinik verwendet werden. Die Spendenübergabe wurde von acht Mitgliedern des Ensembles „Blinde Musiker München“ musikalisch umrahmt. □

Dr. Siegfried Naser:

Hohe gesellschaftliche Verantwortung

Als Marktführer bauten die bayerischen Sparkassen in einem schwierigen Umfeld ihre Position auch bei den Spareinlagen auf jetzt 44,2 % aus, erklärte der Geschäftsführende Verbandspräsident. Zudem behaupteten bzw. vergrößerten sie sowohl bei den Wohnungsbaukrediten als auch bei der Mittelstandsfinanzierung ihre Marktanteile.

Mit rund 3.000 Geschäftsstellen, SB-Centern, Vermögenscentern und über 4.000 Geldautomaten verfügten die bayerischen Sparkassen über ein sehr dichtes Netz.

Sparkassen-Geldautomat immer um die Ecke

Der nächste Geldautomat, an dem Sparkassenkunden überall kostenlos

Geld abheben können, sei immer um die Ecke.

Zwei Milliarden Euro Steuern ...

Die bayerischen Sparkassen investierten im vergangenen Jahr rund 58 Mio. Euro in gemeinwohlorientierte Aufgaben und hätten somit die aktive Entwicklung in den Regionen engagiert gefördert. Nicht für eigene Rücklagen

benötigte Gewinne verwendeten sie für Zwecke des Gemeinwohls.

... und 200 Millionen Spenden

„Wir sind ganz entschieden der Auffassung, dass wir der Gesellschaft einen guten Teil unseres Erfolgs zurückgeben müssen“, machte der Präsident deutlich. Zwischen 2001 und 2005 hätten die bayerischen Sparkassen eine Summe von 1,72 Mrd. Euro an gewinnabhängigen Steuern aufgebracht sowie mehr als 200 Mio. Euro gespendet und gestiftet. Bundesweit haben die Sparkassen im vergangenen Jahr mit etwa zwei Mrd. Euro soviel Steuern abgeführt wie Siemens, Daimler-Chrysler, die Deutsche Post, E.ON, die Deutsche Bank und Metro zusammen.

Hohe Ausbildungsquote

Die Sparkassen bekennen sich laut Naser aber auch an anderen Stellen vielfältig zu ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. „So haben wir in Bayern bei fast 48.000 Mitarbeitern mit rund 3.200 Auszubildenden eine hohe Ausbildungsquote von 7,8 Prozent. Die bayerischen Sparkassen planen zudem, im Jahr 2007 wieder über 1.000 neue Auszubildende einzustellen. Wir geben diesen jungen Menschen eine Perspektive auf ein sinnvolles Berufsleben.“

Konten für Sozialhilfeempfänger

Auch führten die Sparkassen für rund 80 Prozent der Sozialhilfeempfänger die Girokonten, „denn bei uns kann noch immer jeder ein Konto bekommen“. Gleichwohl kämen trotz der hohen Marktanteile nur fünf Prozent der Mandanten von Schuldnerberatungen aus dem Kundenkreis der Sparkassen-Finanzgruppe. Sparkassen seien daher, wie es auch der Leitgedanke der Imagekampagne besagte, „Gut für Deutschland.“ und „Gut für Bayern.“ Der Präsident: „Unsere Geschäftspolitik ist geprägt vom partnerschaftlichen Kontakt zu den Menschen und zur Region.“

Die Tatsache, dass es der Sparkas-



Der Geschäftsführende Präsident Dr. Siegfried Naser bei seiner Grundsatzrede in Fürth. □

senorganisation in einem besonderen Kraftakt nach intensiven Verhandlungen mit dem Land Berlin gelungen ist, den Landesanteil der Landesbank Berlin Holding AG (LBBH) an die Erwerbsgesellschaft der deutschen Sparkassen zu übertragen, zeigt nach Ansicht Nasers, „dass auch eine dezentrale Gruppe in der Lage ist, wichtige Entscheidungen zu organisieren“. Die bayerischen Sparkassen hätten diesen Weg von Anfang an unterstützt und freuten sich über das Ergebnis, „weil wir von der guten wirtschaftlichen Zukunft der LBBH überzeugt sind“.

Zusammenarbeit im Verbund

Die Zusammenarbeit im Verbund in Bayern sei über alle Einheiten hinweg ausgebaut und gefestigt worden. Die Kooperation mit der Versicherungskammer Bayern, der BayernLB, der LBS Bayerische Landesbausparkasse und vielen weiteren Einheiten sei in ihrer Gesamtschau hervorragend. In diesem Zusammenhang wies der Präsident darauf hin, dass die Verbandsversammlung des Sparkassenverbandes Bayern eine Erhöhung des eigenen Stammkapitals um 250 Mio. Euro zur Finanzierung einer Grundkapitalerhöhung bei der BayernLB beschlossen hat.

Strategische Weichenstellungen der BayernLB

Diese Maßnahme stehe in Zusammenhang mit dem Erwerb einer Mehrheit an der Hypo Alpe-Adria-Bank International AG, Klagenfurt, durch die BayernLB. Die bayerischen Sparkassen und ihre Träger zeigten damit, dass sie die strategischen Weichenstellungen der BayernLB in Richtung Österreich und Südosteuropa aktiv mittragen. Naser zufolge „können wir damit unsere mittelständischen Firmenkunden bei ihren Exportgeschäften noch besser als bisher unterstützen und begleiten“.

Rolle der öffentlich-rechtlichen Kreditinstitute

Hinsichtlich der beständigen Angriffe von Seiten der EU-Kommission und der privaten Konkurrenz verwies Naser darauf, dass es konkret um die Rolle der öffentlich-rechtlichen Kreditinstitute in der Systematik des Drei-Säulen-Modells gehe. Der Präsident: „Auch in anderen Staaten wie zum Beispiel in Frankreich oder Spanien sind weite Teile des Kreditwesens in Form von Stiftungen und Genossenschaften organisiert. Damit sind sie dem Kapitalmarkt nicht zugänglich.

Hansjörg Christmann:

Stillstand ist Rückschritt

Wie der 1. Präsident des Sparkassenverbandes Bayern in seinem Schlusswort betonte, „müssen wir uns auch weiterhin und sogar verstärkt der Marktrealität stellen und den zunehmenden Konkurrenzdruck durch unsere Wettbewerber ernst nehmen“. Es gelte, den wirtschaftlichen Aufschwung „auch für uns zu nutzen“. Dabei dürften die Sparkassen allerdings ihre eigenen Wurzeln nicht vergessen.

Als dezentral, kommunal und mittelständisch geprägter Flächenstaat benötige Bayern neben global agierenden Geschäftsbanken auch regional ausgerichtete Finanzdienstleister wie die Sparkassen. Ihr Erfolgsrezept werde daher auch weiterhin lauten: Nah am Kunden bleiben, die Wirtschaftskraft der eigenen Region weiter entwickeln und sich dabei gesellschaftlich engagieren.

Harter Wettbewerb

Im harten Wettbewerb an den Finanzmärkten bedeute Stillstand immer Rückschritt, hob der Präsident hervor. Um eine Spitzenposition zu verteidigen, seien immer große Anstrengungen und Veränderungen notwendig.

Christmann: „Wenn wir in der Sparkassen-Finanzgruppe Bayern bereit sind, diese vor uns liegenden Aufgaben und Herausforderungen mutig und entschlossen anzugehen und uns nicht auf den Lorbeeren des bisher Erreichten ausruhen, können wir voller Optimismus und Selbstvertrauen in die Zukunft blicken!“



Und nur darauf - nicht auf die Rechtsform - kommt es letztlich an.“

Gleichwohl seien in diesen Ländern mehrere erfolgreiche, internationale Großbanken entstanden. Für den Bankenmarkt bedeute dies: „Wenn es wirklich Versäumnisse gibt, so können sie nicht in der Struktur des Bankenmarkts in Deutschland liegen, sondern vielmehr in der jeweiligen Geschäftsstrategie der handelnden Akteure.“

Dank an die Kommunen

Fakt sei, dass die Angriffe dafür gesorgt hätten, „dass Sparkassen und Kommunen dadurch in den letzten Jahren nicht gespalten, sondern

eher eng zueinander geführt wurden“.

Naser dankte den Gemeinden und Städten, den kommunalen Spitzenverbänden und den Verwaltungsratsmitgliedern für das gute Miteinander, das es den Sparkassen ermögliche, sich auf ihre Kernaufgabe, das Geschäft mit den Kunden, zu konzentrieren. Auch alle im Landtag vertretenen Parteien sowie die Bayerische Staatsregierung hätten die Sparkassen stets - bei Wahrung der Neutralität gegenüber den drei Säulen der Kreditwirtschaft - in den Gesprächen mit der EU-Kommission vorbildlich unterstützt. Naser: „Ohne Wenn und Aber ist Ministerpräsident Edmund Stoiber stets für unser Geschäftsmodell eingetreten!“

Rudolf Faltermeier:

Qualität als oberste Maxime

„Ein fairer, transparenter Wettbewerb ist der beste und einfachste Verbraucherschutz. Wir begrüßen den Wettbewerb der etwa 2000 Banken in Deutschland - die 457 deutschen Sparkassen bestehen ihn höchst erfolgreich“, hob der Vizepräsident des Sparkassenverbandes Bayern hervor. Doch trete der Verband auch für einen Wettstreit der Systeme, nämlich der drei miteinander konkurrierenden Säulen, ein.

Faltermeier zufolge „haben wir in diesem doppelten Wettbewerb europaweit das schärfste Wettbewerbssystem entwickelt und manche internationale Großbank meidet den deutschen Markt, weil man meint, dass hier am Kunden nichts verdient sei“. Zwar „scheuen wir den Wettbewerb gegen die Aktienbanken nicht“, nur vertrete der Verband die Auffassung, sie sollen sich nicht um die Sparkassen, sondern um die Kunden kümmern. Konkret heißt das:

Im Markt sein mit 3.000 Geschäftsstellen

1. Im Markt sein heißt da sein. Die bayerischen Sparkassen sind in den 2.056 Gemeinden Bayerns mit über 3.000 Geschäftsstellen präsent.

2. Die Sparkassen haben nicht nur die Verpflichtung, ein Konto für Jedermann zu führen, sie praktizieren dies auch. „Wir wollen keine soziale Diskriminierung nach der Dicke der Brieftasche.“

3. 48.000 Mitarbeiter bei den bayerischen Sparkassen sind für die persönliche Beratung der Kunden da, „das heißt: wir sind die persönliche Direktbank, die anderen sind Distanzbanken“.



Unternehmensgründer Karl Klammann, Vorstandsvorsitzender der HumanOptics AG, erläuterte seine positiven Erfahrungen mit der Sparkassen-Finanzgruppe. □

„Qualität ist unser oberster Anspruch und Qualität sowie Dezentralität in der Fläche müssen kein Wider-



Vizepräsident Rudolf Faltermeier (l.) im Gespräch mit Christian Sommer, CEO und Chairman des German Centre Shanghai, zum Thema „Begleitung der mittelständischen Exportfirmen im Ausland“. □

spruch sein“, betonte der Vizepräsident. Dort wo eine Bündelung der Kräfte erforderlich sei, werde auch gehandelt. So seien innerhalb der Sparkassen sog. Kompetenzzentren für Vermögensberatung, Immobilienfinanzierung und -vermittlung sowie



Elisabeth Schmid, Geschäftsführerin des Arbeitskreises SCHULEWIRTSCHAFT Bayern, betonte das bildungspolitische Engagement der Sparkassen. □

für Firmenkunden gegründet worden. Auch gebe es dort, wo sich eine Sparkasse als zu klein erweist, sorgsam vorbereitete Fusionen.

Sämtliche Instrumente innovativer Finanzierungen

Neben den klassischen Finanzierungsformen bieten die Sparkassen, so

Faltermeier, auch sämtliche Instrumente innovativer Finanzierungen wie Mezzanine-Finanzierungen, Private Equity oder auch Venture Capital an. Jedoch gebe es einen Unterschied zu den „Heuschrecken angloamerikanischen Stiles“, die sich als Unternehmensstrategie auch das Recht zur Zerschlagung eines Unternehmens vorbehalten: „Für uns bleibt auch in diesen modernen Finanzierungsformen die Pflicht zur Erhaltung und Verbesserung des Unternehmens. So wie das menschliche Leben, so hat auch ein Unternehmen unterschiedliche Lebensphasen. Und gerade in den schwierigsten Phasen wird die Begleitung durch die Sparkassen-Finanzgruppe gesucht.“

Die bayerischen Sparkassen haben sich seit 1821 zur modernen Sparkassen-Finanzgruppe weiterentwickelt. Aber das unverwechselbare Profil hat sich Faltermeier zufolge erhalten: „selbst ein mittelständisches Unternehmen geblieben und vor Ort vertreten zu sein - aber dennoch mit allen Möglichkeiten, die Großunternehmen auf dieser Welt bieten, durch die Kooperation mit unseren großen Verbundpartnern“. □



Werner Schmidt, Vorsitzender des Vorstands der BayernLB. □

Werner Schmidt:

Verstärkte Aktivitäten tragen Früchte

Die BayernLB hat sich in einem anhaltend wettbewerbsintensiven Marktumfeld auch im Geschäftsjahr 2006 sehr gut geschlagen, hob ihr Vorstandsvorsitzender hervor. Der Konzern steigerte die Bilanzsumme zum Vorjahr um 12,4 Mrd. Euro auf 353,2 Mrd. Euro. Operativ erreichte er ein Ergebnis von 1.375 Mio. Euro (2005: 1.363 Mio. Euro), was wiederum den Ausweis eines Bilanzgewinns in Höhe von 122 Mio. Euro (Vorjahr: 114 Mio. Euro) und damit eine Ausschüttung an die Anteilseigner von 7,0 Prozent nach Steuern auf das zum 1. Juli 2006 erhöhte Grundkapital ermöglichte.

Auch im 1. Quartal 2007 wurde das Ergebnis des Vorjahres auf hohem Niveau stabilisiert. Der BayernLB-Konzern steigerte sein Betriebsergebnis im Periodenvergleich um 22,9 Prozent auf 360 Mio. Euro (Vorjahr: 293 Mio. Euro). Dabei hat vor allem der Zinsüberschuss deutlich gegenüber dem ersten Quartal des Vorjahres zugelegt: Er wuchs um 31,5 Prozent auf 643 Mio. Euro (Vorjahr: 489 Mio. Euro), während der Provisionsüberschuss zum Vorjahr (89 Mio. Euro) leicht um 2,7 Prozent auf 91 Mio. Euro zulegte. Das Ergebnis aus Finanzgeschäften ermäßigte sich auf 17 Mio. Euro (Vorjahr: 48 Mio. Euro). Auf das ganze Jahr 2007 betrachtet geht das Zentralinstitut der bayerischen Spar-

kassen wiederum von einem guten operativen Ergebnis aus.

Geschäftsmodell weiterentwickelt

Schmidt zufolge hat die BayernLB im vergangenen Jahr ihr Geschäftsmodell durch strategische Initiativen gezielt weiterentwickelt. Auch in Zukunft müssten dieser Prozess fortgesetzt und die Profitabilität vor allem durch eine Verbreiterung der Ertragsbasis stetig erhöht werden. Konkret bedeutet dies: Die BayernLB setzt vor allem auf eine stärkere Marktdurchdringung in Bayern mittels maßgeschneiderter Finanzdienstleistungen, eine rasche Nutzung von Markt- und

Ertragschancen gemeinsam mit der österreichischen Hypo Group Alpe-Adria (HGAA) und der ungarischen MKB Bank, eine weitere Intensivierung des Geschäfts im Direktbanking über die DKB AG, verstärkte Auslandsaktivitäten insbesondere in Mittel- und Südosteuropa über die HGAA und MKB Bank sowie auf eine noch engere Zusammenarbeit mit den bayerischen Sparkassen.

Wahrnehmbarer Mehrwert für die Kunden

„Vor allem bei unseren Aktivitäten im Retail-Geschäft und bei unserem Engagement in Mittel- und Osteuropa wird deutlich, dass wir uns von unseren Wettbewerbern differenzieren und unseren Kunden einen wahrnehmbaren Mehrwert bieten“, erklärte Schmidt. Das Segment Retailkunden steuerte 2006 bereits knapp 30 Prozent zu den operativen Erträgen der Bank bei; der Anteil soll kontinuierlich erhöht werden.

Kooperation mit Sparkassen intensiviert

Die Kooperation mit den bayerischen Sparkassen wurde im Jahr 2006 auf allen Themenfeldern intensiviert. Im Heimatmarkt Bayern wurde insbesondere das Corporate Finance-Angebot für Firmenkunden der bayerischen Sparkassen erweitert. Mittelständische Kunden werden gemeinsam analysiert und maßgeschneiderte Produkte etwa aus dem Bereich der Akquisitionsfinanzierung oder zur Regelung von Unternehmensnachfolgen angeboten. Ein weiterer Beleg für die gute Zusammenarbeit von BayernLB und bayerischen Sparkassen ist die führende Stellung der Sparkassen-Finanzgruppe Bayern bei der Finanzierung von Projekten im Bereich Erneuerbare Energien.

Den richtigen Kurs eingeschlagen

Fazit: „Unsere verstärkten Aktivitäten zur Kundengewinnung tragen Früchte. Dies zeigt sich nicht zuletzt in unserer stabilen Geschäftsentwicklung. Die überaus positive Resonanz der internationalen Kapitalmärkte auf unsere Anfang März 2007 begebene 850 Mio. Dollar Hybridkapitalanleihe sowie unsere guten Einstufungen bei allen führenden Ratingagenturen sind für uns weitere Belege dafür, dass die BayernLB den richtigen Kurs eingeschlagen hat“, betonte Schmidt. In enger Abstimmung und mit voller Unterstützung der BayernLB-Eigentümer werde dieser Weg fortgesetzt. □

Friedrich Schubring-Giese:

Erfolgreiche Geschäftsentwicklung

Nach Angaben des Vorstandsvorsitzenden blickt der Konzern Versicherungskammer Bayern auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2006 zurück. Mit einem deutlichen Beitragswachstum habe man den Markt weit hinter sich gelassen. Gleichzeitig seien nochmals die bereits sehr guten Kostenquoten verbessert worden.

Mit einem Wachstum von 3,2 Prozent (inkl. Pensionskassen und Pensionsfonds: 3,3 Prozent) im selbst abgeschlossenen Geschäft stiegen die Brutto-Beitragseinnahmen auf 5,5 Mrd. Euro. Der deutsche Versicherungsmarkt legte um 1,7 Prozent zu (inkl. Pensionskassen und Pensionsfonds: 2,3 Prozent). Unter Einbeziehung des aktiven Rückversicherungsgeschäfts stiegen die Beiträge auf 5,6 Mrd. Euro. Den größten Anteil an den Beitragseinnahmen brachte mit 38,5 Prozent die Lebensversicherung. Die Schaden- und Unfallversicherung trug 31,0 Prozent bei und die Krankenversicherung 30,5 Prozent.

Höchster Jahresüberschuss in der Geschichte

Die Verwaltungskosten stiegen lediglich um 1,6 Prozent und blieben damit deutlich unter dem Beitragswachstum. Der Kapitalanlagenbestand erhöhte sich um 5,4 Prozent auf 31,7 Mrd. Euro. Das gesamte Nettoergebnis aus Kapitalanlagen wuchs um 4,7 Prozent auf 1,6 Mrd. Euro. Der Konzern erzielte mit 153,6 Mio. Euro den höchsten Jahresüberschuss in seiner Geschichte.

In der Sparte Leben wuchsen die Neubeiträge mit 44,2 Prozent deutlich

über Markt (21,0 Prozent auf 616,9 Mio. Euro). Wachstumsmotor waren die Rentenversicherungen gegen Einmalbeitrag und die Riester-Produkte. Insgesamt wurden knapp 50.000 neue Riester-Verträge abgeschlossen. Auch die Krankenversicherer des Konzerns Versicherungskammer Bayern setzten ihren Wachstumskurs fort. Die Beitragseinnahmen legten um 2,8 Prozent auf 1,7 Mrd. Euro zu. Mit einem Plus im Neugeschäft von 7,7 Prozent erzielten die Krankenversicherer einen Jahresbeitrag von 140,8 Mio. Euro.

Intensiver Preiswettbewerb

Aufgrund des intensiven Preiswettbewerbs und des hohen Grades der Marktdurchdringung in der Schaden- und Unfallversicherung hatte die Branche auch im letzten Jahr mit einer negativen Umsatzentwicklung zu kämpfen. Dennoch konnte der Konzern Versicherungskammer Bayern seine Wettbewerbsposition verbessern. Entgegen dem Trend wuchsen die Beitragseinnahmen um 2,1 Prozent auf 1,7 Mrd. Euro. Besonders dazu beigetragen hat ein zweistelliges Wachstum in der Unfallversicherung sowie ein deutlicher Zuwachs in der Haftpflicht- und Kraftfahrtversicherung.

Drei-Jahres-Regelung erschwert den Wechsel

Für das laufende Jahr rechnet der Konzern mit einem Wachstum von 2,4 Prozent (Markt: 1,0 Prozent). Im Krankenversicherungsgeschäft wird die neue Drei-Jahres-Regelung (Überschreiten der Versicherungspflichtgrenze) den Wechsel in die private Krankenversicherung erschweren.



Friedrich Schubring-Giese. □

Dennoch wird ein starkes Geschäft mit den Krankheitskostenvoll- und Zusatzversicherungen erwartet. Auch die Lebensversicherung verspricht eine wachsende Nachfrage. Hier sieht das Unternehmen Chancen durch die Einführung der Rente mit 67, die weiterhin starke Nachfrage nach Rentenversicherungen mit einmaliger Beitragszahlung sowie nach der Rürup- und Riester-Rente.

Die zufriedensten Kunden

Insgesamt gesehen hat die VKB laut Schubring-Giese die zufriedensten Kunden. Ihre Spitzenposition sei auch 2006 in der unabhängigen Studie „Kundenmonitor Assekuranz“ bestätigt worden: „In der Qualität der Produkte, dem Image und in der Wiederabschlussbereitschaft sehen uns die Kunden als besten Universalversicherer.“ □



Vor mehr als 130 Jahren wurde die Rechtsvorgängerin der Versicherungskammer Bayern, die Bayerische Versicherungskammer, gegründet. Unser Bild zeigt das Verwaltungsgebäude in der Warngauer Straße. □

Dr. Franz Wirnhier:

Hohes Absatzniveau stabilisiert

„Born to be Bausparer“ bleibt nach den Ausführungen des Sprechers der Geschäftsleitung der LBS Bayerische Landesbausparkasse „der Hit in Bayern“. 2006 habe die LBS zum dritten Mal in vier Jahren ein Neugeschäft von über sieben Mrd. Euro Bausparsumme verzeichnen können. Auch 2007 rechnet der Verbundpartner damit, diese Marke zu erreichen.

Das Neugeschäft von über 242.000 Bausparverträgen sei noch besser gelaufen als zu Beginn des vergangenen Jahres erwartet, sagte Wirnhier. Man habe den Absatz auf einem hohen Niveau stabilisiert. Geholfen habe ein günstiges Umfeld. Die Verbindung von Altersvorsorge mit Wohneigentum und Bausparvertrag sei emotional und rational fest verankert. Die Menschen



Dr. Franz Wirnhier. □

träumten von eigenen vier Wänden und wollten bei ihrer Geldanlage kein Risiko eingehen.

Marktanteile gesteigert, Marktführerschaft ausgebaut

Offensichtlich sei es der LBS aber auch besser als vielen Wettbewerbern gelungen, die Chancen zu nutzen, die der Markt biete. So habe man die Marktanteile innerhalb von zwei Jahren deutlich steigern können. In der Stückzahl verzeichne man im ersten Halbjahr 2007 bei den Bausparverträgen 42,2 Prozent, in der Bausparsumme 37,9 Prozent. „Unsere Marktführerschaft haben wir ausgebaut“, so Wirnhier. Zu verdanken sei dies der Vertriebskraft der bayerischen Sparkassen und des LBS-Außendienstes, der schnellen und marktgerechten Weiterentwicklung der eigenen Produkte sowie einer Marktkommunikation, die gut ankomme.

Bekannte Tendenzen

Das Betriebsergebnis vor Risikovorsorge lag 2006 bei 63,1 Mio. Euro, für 2007 sind 64,3 Mio. Euro prognostiziert. Im Wesentlichen zeigt die

Gewinn- und Verlustrechnung bekannte Tendenzen: einen stabilen Zinsüberschuss, ein wegen des hohen Neugeschäfts negatives Provisionsergebnis und eine kontrollierte Kostenentwicklung.

Energetische Gebäudesanierung

Als „zentrales Thema unserer Vertriebsarbeit“ bezeichnete Wirnhier die energetische Gebäudesanierung. Hier sehe man einen bedeutenden Finanzierungsmarkt. Immer wichtiger werde die Erhöhung der Energieeffizienz von Wohngebäuden, wobei der größte Handlungsdruck von den Energiepreisen ausgehe. Der LBS-Sprecher kündigte an, den ab 2008 gesetzlich geforderten Energieausweis zum Gegenstand von Informationsmaßnahmen zu machen.

Grundsätzlich, so Wirnhier, seien die Bedingungen für „Besser Wohnen“ mit Sparkasse und LBS ideal. Feststellbar sei eine Klimaverbesserung auf dem Wohnimmobilienmarkt, zudem hätten Preise und Zinsen zwar ihren Tiefpunkt überschritten, seien aber im langfristigen Vergleich noch immer auf äußerst niedrigem Niveau. Im Übrigen sei es kein Naturgesetz, ergänzte der Sprecher, dass Deutschland mit einer Wohneigentumsquote von 43 Prozent das Schlusslicht in der EU bilde. Es gebe genügend Chancen, hier einen Sprung nach vorn zu machen. Jetzt sei ein idealer Zeitpunkt, diese zu nutzen. □



Biker verdeutlichen die neue LBS-Werbekampagne „Born to be Bausparer“. □

Oberbürgermeister Dr. Thomas Jung:

Zuverlässige Partner der Kommunen

Im Rahmen des tausendjährigen Jubiläums der Stadt Fürth, zu dem hunderttausende Besucher zu über hundert Veranstaltungen erwartet werden, nimmt der Sparkassentag nach den Worten von Gastgeber Dr. Thomas Jung eine besondere Rolle ein. Die Sparkassen hätten maßgeblichen Anteil an der Leistungsfähigkeit und am Erfolg der Wirtschaft. Als flexible Partner seien sie vor allem wichtige Ansprechpartner für die mittelständischen Unternehmen, „die Säulen unseres wirtschaftlichen Wohlstands“.

„Darüber hinaus sind die Sparkassen zuverlässige Partner der Kommunen beim Ausbau der Infrastruktur und vor allem unentbehrliche Unterstützer vieler gemeinnütziger Aufgaben“, stellte

heute mit offenen Augen durch Fürth gehe, erkenne zahlreiche Erfolge und Verbesserungen.

Weit über eine Milliarde Euro investiert

Weit über eine Milliarde Euro seien seit seinem Amtsantritt 2002 in Fürth investiert worden - eine enorme Summe, die dazu beigetragen habe, die Konversionsflächen im Süden und Westen der Stadt nahezu vollständig

zu besiedeln sowie die Wohnsituation - siehe Stadtpalais - vor allem auch in der Innenstadt deutlich zu verbessern.

Wissenschaftsstadt mit vielen Innovationen

Auch hätten die Investitionen dazu geführt, dass viele Schulen saniert und ausgebaut werden konnten, das Betreuungsangebot für die Kinder in Fürth spürbar erhöht und die Solarenergie gefördert wurde, das über Jahrzehnte hinweg herbeigesehnte Thermalbad endlich Richtfest feierte und schließlich die wertvollen Baudenkmäler endlich ins Bewusstsein gerückt sind. Zudem sei Fürth jetzt Universitätsstandort und bekomme von der Bayerischen Staatsregierung den Titel „Wissenschaftsstadt“ verliehen. □



Dr. Thomas Jung. □

der OB fest. Denn die Gewinne wanderten nicht ab in die Taschen einiger weniger „Großer“, sondern würden wieder im jeweiligen Geschäftsgebiet investiert und kämen somit auch „dem kleinen Mann“ zugute - so wie bei den Feierlichkeiten zum tausendjährigen Bestehen der Kleeblattstadt, das die Sparkasse als einer der Hauptpartner unterstützt.

„Unsere Stadt hat sich in den vergangenen fünf Jahren deutlich sichtbar weiter entwickelt“, fuhr Jung fort. Wer



Bayerischer Sparkassentag 2007 in Fürth - Blick auf die Reihe der Ehrengäste (v. l.): Werner Schmidt, Vorstandsvorsitzender der BayernLB; Dr. Gabriele Pauli, Landrätin des Landkreises Fürth und Verwaltungsratsvorsitzende der Sparkasse Fürth; Vizepräsident Rudolf Faltermeier, Sparkassenverband Bayern. □

Alois Hagl:

Erfolgsfaktor Kundenorientierung

„Wir in der Sparkassen-Finanzgruppe sind als Marktführer für die Zukunft gerüstet. Mit eigenständigen, aber miteinander im Verbund zusammen arbeitenden Unternehmen unter derselben Marke schaffen wir es, kundennah, menschlich und fair die Nummer 1 im Markt zu bleiben“, betonte der Sparkassen-Landesobmann.

Als eine der wichtigsten Entscheidungen der vergangenen Jahre für die bayerischen Sparkassen bezeichnete Hagl die Fusion zwischen der Sparkassen Informatik (SI) und dem In-



Der Landesobmann der bayerischen Sparkassen, Alois Hagl. □

formatik-Zentrum-Bayern - Software-Gesellschaft der bayerischen Sparkassen (IZB Soft). Die Fusionsaktivitäten seien Ende Juli 2006 erfolgreich abgeschlossen worden, so dass rückwirkend zum 1. Januar 2006 die Verbindung mit Deutschlands größtem Finanz-IT-Dienstleister vollzogen werden konnte. Hagl: „Wir haben damit eine richtungweisende Entscheidung getroffen, um dem deutlich zunehmenden Wettbewerbsdruck und dem beschleunigten Wandel im Finanzmarkt standzuhalten.“

Streit um Namensschutz „Sparkasse“

Als weitere bedeutende Ereignisse des letzten Jahres nannte der Landesobmann den EU-Streit um den Namensschutz „Sparkasse“, die Nullanrechnung verbundinterner Forderungen sowie die Ausgliederung des Zahlungsverkehrs des Service-Zentrum Bayern (SZB) auf die Deutsche Servicegesellschaft für Finanzdienstleister (DSGF).

Die wichtigsten Aufgaben

„Unsere derzeit wichtigsten Aufgaben und Baustellen“ sind Hagl zufolge wiederum das Bieterverfahren um die Landesbank Berlin Holding AG, die Verkaufsoffensive „1 Voraus“, der Kauf der Hypo Alpe-Adria Bank sowie der „enorm verschärfte Wettbewerb - vor allem im Retailgeschäft“. Im Wettbewerb um Baufinanzierungen drängen mittlerweile neben den „Etablierten“ auch Direktbanken, Makler und Internetportale auf den Markt. Der Konkurrenzkampf, so der Obmann, sei nicht nur im Kampf um Marktanteile, sondern auch im Margenverfall bei Immobilienfinanzierungen spürbar. Ziel müsse es sein, „unsere Marktanteile im Baufinanzierungsgeschäft mindestens zu sichern“.

Leistungsfähigkeit kommunizieren

Gleiches gelte für das Firmenkundengeschäft: Vor dem Hintergrund, dass bei komplexen und innovativen Produkten die Sparkassen Gefahr laufen, nicht immer erster Ansprechpartner zu sein, „müssen wir unsere Leistungsfähigkeit in neuen bzw. provisionsstarken Geschäftsfeldern kommunizieren und sicherstellen sowie die aktive Marktbearbeitung

forcieren“. Dazu würden Profis benötigt, die das Geschäft verstehen. Gegebenenfalls müsse auch über gemeinsame, von Sparkassen getragene Kompetenzcenter-Lösungen nachgedacht werden, die eng mit der Landesbank zusammenarbeiten. Wesentliche Herausforderungen der Zukunft sind nach Hagls Auffassung die Konsolidierung in der Sparkassen-Finanzgruppe, die „Nadelstiche“ der EU gegen die öffentlich-rechtlichen Sparkassen und das Drei-Säulen-Modell in Deutschland, der weitere Abbau der Überregulierung und Bürokratie sowie in erster Linie die Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Sparkassen. Ein erster wichtiger Schritt hierzu sei die Steigerung der Erträge durch Intensivierung des Vertriebs. Hier schlummerten „enorme Ertragspotenziale“, die jedes Haus schnell eigenständig umsetzen könne. Die Kundenorientierung stelle den zentralen Erfolgsfaktor zur Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Sparkassen dar. Der Trend zur Vertriebsparkasse sei nicht mehr aufzuhalten.

Optimierung der Wertschöpfungskette

Auch die Optimierung der Wertschöpfungskette steht im Blickpunkt des Interesses. Laut Hagl erarbeitet der Verband derzeit mit Unterstützung einzelner Sparkassen entsprechende Konzepte und Modelle, wie durch Bündelung der Marktfolgearbeiten z. B. im Kreditgeschäft (KreditServiceEinheit KSE) oder Passivgeschäft Kostenvorteile erzielt werden können. „Um Marktführer zu bleiben müssen wir auch Kostenführer sein“, erklärte der Landesobmann. Daher müsse auch die Frage erlaubt sein, „ob wir uns auf Dauer z. B. 75 Marketing- oder Organisationsabteilungen leisten können“.

Qualität der Zusammenarbeit

Entscheidend für die Sicherung der Sparkassen „ist auch die Qualität der Zusammenarbeit mit unseren Verbundpartnern“. Mit einem starken, (Fortsetzung nächste Seite)



Die Stadthalle in Fürth bot den würdigen Rahmen für den diesjährigen Bayerischen Sparkassentag. □

Jede Woche eine Million Euro für das Gemeinwohl

Im Jahr 2006 haben die bayerischen Sparkassen insgesamt 58 Mio. Euro für gemeinnützige Zwecke und Einrichtungen bereitgestellt. In dieser Summe sind Spenden, Stiftungsausstattungen und sonstige Förderbeiträge zusammengefasst.

In Bayern gibt es 84 Sparkassen-Stiftungen, hinzu kommen die überregional arbeitende Bayerische Sparkassenstiftung und die Sportjugendstiftung der bayerischen Sparkassen. Allein sechs Sparkassenstiftungen wurden im Jahr 2006 neu geschaffen. Zusammen haben die bayerischen Sparkassen 141,5 Mio. Euro Stiftungskapital aufgebracht. Die Förderleistungen werden für soziale, kulturelle, breiten-sportliche und umweltbezogene Vorhaben verwendet.

Erfolgsfaktor ...

(Fortsetzung von Seite 11)
leistungsfähigen Verbund „sind wir im Wettbewerb unschlagbar“, sagte Hagl und ergänzte: „Im Sinne einer Arbeitsteilung und Bündelung der Kräfte erwarten wir von unseren Verbundpartnern BayernLB, VKB, LBS, Deka, Deutsche Leasing und REAL I.S. Produkte, die wir am Markt gut verkaufen können, weil sie in Qualität, Leistung und Preis wettbewerbsfähig sind.“ Unsere Verbundpartner müssen demgegenüber die Gewissheit haben, dass wir die von ihnen entwickelten Produkte auch verkaufen.

Angesichts der Entwicklung des Zinsüberschusses „sind wir mehr denn je auf Provisionserträge angewiesen“, fuhr der Obmann fort. Dabei dürften die Sparkassen nichts Unmögliches verlangen. Es gelte das bayerische Motto „leben und leben lassen“, schloss Hagl. □

So stellte die Bayerische Sparkassenstiftung für die Sanierung von Bayerns ältestem (seit 1930), noch aktiv für die Umweltbildung genutztem Naturschutzgelände, dem Wengleinpark, 10.000 Euro zur Verfügung. Der Park bietet die fränkische Alplandschaft in Miniaturausgabe. Wege, Informationsgebäude und sonstige Einrichtungen stehen unter Denkmalschutz.

Ziel der Umgestaltung ist es, ein selbst erfahrbares Natur- und Kulturerlebnisgebiet für alle Altersstufen und Bevölkerungsschichten zu schaffen. Dazu werden verschiedene Formen der Umweltkommunikation, wie z. B. Themenwege, Digital- und Printmedien, virtueller Wengleinpark via Internet, Herunterladen der Informationen aufs Handy, „Klassenzimmer im Grünen“ sowie Aktionen zur Verbindung von Natur und Kunst, angeboten und miteinander kombiniert.

LiteraturDatenbank

Ein weiteres wichtiges Förderprojekt der Bayerischen Sparkassenstiftung (Förderbeitrag 50.000 Euro) war 2006 die „LiteraturDatenbank Bayern“, die der Arbeitskreis für gemeinsame Kulturarbeit bayerischer Städte in Zusammenarbeit mit der Bayerischen Staatsbibliothek einrichtet. Unter dem jeweiligen Orts- und Städtenamen kann jeder künftig abfragen, welche Autoren dort gearbeitet, gelebt bzw. in ihrem Werk eine Verbindung zu diesem Ort hergestellt haben. Damit leistet die Datenbank als Informations-

quelle einen wesentlichen Beitrag für die Kultur- und Bildungsarbeit und bietet allen literarisch Interessierten eine virtuelle Wanderung durch das Literaturland Bayern. □

Fotokunst

Zusammen mit dem Sparkassen-Kulturfonds des Deutschen Sparkassen- und Giroverbandes hat die Bayerische Sparkassenstiftung auch die Ausstellung des Fotokünstlers Andreas Gursky vom 17. Februar bis 13. Mai im Haus der Kunst gefördert, die rekordverdächtig fast 170.000 Besucher anzog. Sie gehört in die Reihe von Ausstellungen zur modernen Fotografie, die sich in den vergangenen Jahren zu einem Förderschwerpunkt in der Kunst- und Kulturförderung der deutschen Sparkassenorganisation entwickelt hat. □

Bayerische Gemeindezeitung

Kommunalpolitik · Wirtschaft · Recht · Technik · Praxis

Sonderdruck der Bayerischen Gemeindezeitung

Redaktion: Doris Kirchner
Verantwortlich: Anne-Marie von Hassel
Fotos: Thomas Scherer

Verlags- und Geschäftsleitung:

Anne-Marie von Hassel
Anschrift und Sitz des Verlags und aller verantwortlichen Personen:
Verlag Bayerische Kommunalpresse GmbH
Postanschrift:
Postfach 825, 82533 Geretsried
Telefon 08171 / 9307-11, -12, -13
Telefax 08171 / 805 14
eMail: info@gemeindezeitung.de
Internet: http://www.gemeindezeitung.de

Druck:
Creo-Druck, Gutenbergstr. 1, 96050 Bamberg
Für die Herstellung dieser Zeitung wird Recycling-Papier verwendet.