

WEITERBILDUNG



Vor kurzem haben bereits die ersten Absolventinnen den neuen Marketing-Lehrgang abgeschlossen.

Baustein zum Erfolg

Ein neuer Lehrgang des Raiffeisen Campus soll die Marketingkompetenz im Raiffeisensektor stärken.

Das Marketing in den Raiffeisenbanken erfordert eine strategische Herangehensweise, die zentrale Markenführung mit regionaler Flexibilität kombiniert. Erfolgreiches Marketing bedeutet nicht nur effiziente Werbemaßnahmen, sondern auch den Aufbau von langfristigen Kundenbeziehungen, authentische Kommunikation und ein professionelles Krisenmanagement. Mit der richtigen Mischung aus Tradition, Innovation und digitaler Transformation kann Marketing so nachhaltig zum Erfolg von Raiffeisenbanken beitragen.

Um Marketingverantwortliche in Raiffeisenbanken bestmöglich für die vielfältigen Anforderungen ihres Arbeitsfelds zu qualifizieren, haben die Geschäftsführerin der Zentralen Raiffeisenwerbung, Petra Walter, und Johannes Derler von der Raiffeisen-Landesbank Steiermark gemeinsam mit Marketing-Führungskräften aus dem Raiffeisensektor und dem Raiffeisen Campus den Lehrgang „Raiffeisen.Marketing.Management“ ins Leben gerufen. Die praxis- und zukunftsorientierte Fortbildung richtet sich bundesweit gezielt

an Marketingverantwortliche in Raiffeisenbanken und vermittelt fundiertes Know-how in den zentralen Handlungsfeldern des modernen Regionalbankenmarketings.

Im Fokus stehen der Austausch mit Experten, das Arbeiten an realen Praxisfällen und die direkte Anwendbarkeit im Arbeitsalltag. Damit soll der Lehrgang eine solide Basis schaffen, um Marketingstrategien wirkungsvoll umzusetzen und das Profil der eigenen Raiffeisenbank im Wettbewerbsumfeld nachhaltig zu stärken. „Raiffeisen.Marketing.Management“ umfasst drei Module, findet über einen Zeitraum von acht Tagen statt und wird mit einem Zertifikat abgeschlossen. Derler und Walter begleiten als Mitglieder der Prüfungskommission den Abschluss.

Für die ersten 18 Absolventinnen erwies sich die Premiere als lehrreiche Erfahrung: Sie schlossen Mitte Jänner den ersten Durchgang des Lehrgangs erfolgreich ab und nehmen zahlreiche gewonnene Impulse in ihre kreative Arbeit als Marketing-Verantwortliche mit. *red*

INITIATIVE

Finanzwissen leicht erklärt

Die RRB Mödling startet eine Kooperation, um Jugendlichen auf Social Media Geldthemen zu vermitteln.

Das Start-up „Ausbildung Plus“ hat es sich zur Mission gemacht, Jugendlichen Finanz- und Rechtswissen verständlich zu vermitteln und den Einstieg ins Berufsleben zu erleichtern. Jetzt geht die Initiative einen Schritt weiter: Gemeinsam mit der Raiffeisen Regionalbank Mödling startet das Unternehmen eine Social-Media-Kampagne auf Instagram und TikTok. Ziel ist es, Finanzwissen praxisnah, verständlich und unterhaltsam aufzubereiten – ganz ohne trockene Theorie.

In den kommenden Wochen erwarten die Follower kurze Erklärvideos, praxisnahe Beispiele und Antworten auf typische Fragen, die viele beschäftigen, aber selten klar erklärt werden. So wird deutlich: Finanzthemen müssen nicht kompliziert sein, wenn man die Basics kennt.

Die RRB Mödling unterstützt die Initiative auch, um den Lehrberuf wieder stärker ins Blickfeld zu rücken – dies sei ein wichtiger Schritt angesichts des Fachkräftemangels. Die Videos zeigen Jugendlichen, wie sie alltägliche Finanzentscheidungen selbstbewusst treffen können und bieten zugleich einen einfachen Einstieg in die Themen Ausbildung und Beruf. *red*



Das Raiffeisen-Marketing-Team Andrea Soretz (links) und Oliver Okelmann (rechts) macht mit dem Ausbildung-Plus-Team Max Katzler und Jonas Panzer gemeinsame Sache.



WIR bei Raiffeisen Funktionärinnen im Gespräch

Beruf: Selbstständige Unternehmensberaterin

Funktion: Aufsichtsratsmitglied der Raiffeisenbank Bodensee-Leiblachtal

Lebensmotto: „Du wurdest geboren, um echt zu sein, nicht um perfekt zu sein.“

Sandra Jehle-Troy



DETAILLED - TANJA FENKART

Wo sehen Sie die größten Chancen, als Funktionärin etwas zu bewegen – ob gesellschaftlich, wirtschaftlich oder im Unternehmen?

Die größten Chancen sehe ich in der Art, wie Entscheidungen vorbereitet und getroffen werden. Funktionärinnen können durch ihre Gesprächskultur, ihre Haltung und ihre Perspektive die Qualität von Diskussionen im Gremium maßgeblich beeinflussen. Wenn unterschiedliche Sichtweisen eingebracht und Situationen reflektiert beurteilt werden, verändert sich die Entscheidungsdynamik spürbar. Eine konstruktive Atmosphäre ermöglicht es, auch komplexe oder unbequeme Themen offen zu diskutieren. Das führt zu tragfähigeren Entscheidungen im Unternehmen und wirkt zugleich wirtschaftlich und gesellschaftlich. Für mich geht es dabei weniger um Repräsentation als um Wirksamkeit und Qualität in der Verantwortung.

Welche Eigenschaften sind Ihrer Meinung nach besonders wichtig, um in einer Führungsposition erfolgreich zu sein?

Für mich sind zwei Eigenschaften zentral: Selbstreflexion und Entscheidungsfähigkeit. Wichtiger als reine Durchsetzungsstärke ist dabei innere Klarheit, aus der Haltung entsteht. Fachliche Exzellenz wird häufig überschätzt; sie ist wichtig, ersetzt aber keine Führungsverantwortung. Ob Führung wirksam ist, zeigt sich für mich letztlich am Team: an Vertrauen, Orientierung und der Qualität der Zusammenarbeit.

Wie bleiben Sie in Ihrer Rolle innovativ und offen für Veränderungen?

Offen und innovativ zu bleiben, beginnt für mich mit Reflexion. Im Austausch mit anderen und durch kontinuierliches Lernen hinterfrage ich meine eigenen Denkmuster und prüfe regelmäßig, was sich bewährt hat – und was nicht. Statt immer nach Perfektion zu streben, lasse ich gerne Raum für Entwicklung. Veränderungen ordne ich ein, indem ich versuche, sie zunächst zu verstehen, denn Innovation bedeutet für mich vor allem Haltung im Umgang mit Unsicherheit, nicht das nächste neue Tool.

Was können wir als Gesellschaft tun, um Frauen den Weg zur Führungsposition zu erleichtern?

Aus meiner Sicht liegen die größten Hürden weniger in fehlenden Programmen als in Kultur, Rollenbildern und bestehenden Strukturen. Symbolische Maßnahmen oder Kommunikation ohne Konsequenz entfalten kaum nachhaltige Wirkung. Entscheidend ist, wie Führung, Leistung und Präsenz verstanden werden – und ob Vereinbarkeit weiterhin als Frauenthema betrachtet wird. Verantwortung liegt hier klar bei Organisationen und Führung: in der Bewertung von Potenzial und in der gelebten Kultur des Alltags. Der zentrale Hebel ist ein Kulturwandel von ganz oben, getragen von Führungspersönlichkeiten – auch von Männern –, die Frauenförderung ernst meinen und sichtbar vorleben.

Weitere Informationen finden Sie auf unserer Website <https://www.raiffeisenverband.at/funktionaerinnen-beirat> oder gleich direkt QR-Code scannen.

