



Wollen über Golf ins Geschäft kommen: Robert Schallermayer (Foto l.) und Martina Absmeier (Foto r., mit Kunden).

erisch ins Geschäft kommen **E FOR TWO**

Golf ist ein ideales Instrument Kundenbindung und zur Kundenpositionierung. Die HVB hat ihr Engagement auf und neben dem Platz in den letzten Jahren kontinuierlich verstärkt. Die internationale Spitzenturniere wie die Ladies German Open (siehe Seite 28), bei dem die HVB als Titelsponsor auftrat, fungieren als Türöffner vor allem den Divisionen WEM und FKI bieten solche Großveranstaltungen eine einmalige Chance, sich in der Golf-Community als aktiver Partner zu präsentieren. FKI zeigt überdies bei regionalen Kundenturnieren Flagge. Durch die HVB Masters zu einer Corporate Tour maßgeschneiderten Corporate Tour« ausgebaut – mit insgesamt elf deutschlandweiten Qualifikationsturnieren, deren Bestplatzierte an der Tour-Finale am 11. / 12. September am Golfclub München-Eichenried teilnehmen. Ziel der Tour ist die regionalen Golfaktivitäten von der HVB zu bündeln. Durch die Vereinheitlichung des Austragungsmodus und der Programms sollen der Bekannt-

heitsgrad erhöht und der Kosten- und Arbeitsaufwand reduziert werden. Golfpatron Robert Schallermayer, L/NDL Firmenkunden München 3, setzt Golf seit Jahren erfolgreich als Marketingmaßnahme ein: »Golf ist nicht nur ein hervorragendes Kundenbindungsinstrument, es hilft auch enorm, über Empfehlungen an weitere, gute Adressen zu kommen. Über den persönlichen Kontakt beim Spiel oder im Club kann man mögliche Neukunden bereits im Vorfeld kennenlernen.« Martina Absmeier vom Firmenkundenteam München-West ist von den Angeboten begeistert: »Die Bank bietet mir die Möglichkeit, meine Kunden oder potenzielle Interessenten zu hochkarätigen Golfveranstaltungen einzuladen. So kann ich durch eine gemeinsame Leidenschaft Kundenbeziehungen auf- und ausbauen.« ■

HVB sponsert Begegnungswoche

VIVA POLONIA

»Ostwestfalen meets Poland«, so das Motto der siebten Internationalen Begegnungswoche der IHK Ostwestfalen Anfang Juni. Das Programm mit Workshops, Podiumsdiskussionen und

Betriebsbesichtigungen richtete sich an Mittelständler, die Handelsbeziehungen nach Polen unterhalten oder sich dort verstärkt engagieren wollen: 450 regionale Unternehmen machen bereits regelmäßig Geschäfte mit Polen, knapp 80 davon sind mit Töchtern oder Niederlassungen vor Ort. Die HVB lud als Premiumpartner zu einer Abendgala mit dem Titel »Business meets Diplomacy – Polen im Zeitalter der Globalisierung« sechzig Gäste ins Lessinghaus. Während der gesamten Woche präsentierten Vertreter des FKI-Teams Bielefeld und der Bank Pekao ihre Polen-Expertise. Kollegen des Corporate Centers in Warschau stellten zusammen mit einem Kunden Best-Practice-Lösungen vor und berichteten über die Marktmöglichkeiten. »Für die Unternehmer der Region war es die einmalige Gelegenheit, polnischen Wirtschafts- und Kulturvertretern zu begegnen und dieses faszinierende Land besser verstehen zu lernen«, so Peter Hähner, Regionalbereichsleiter Firmenkunden West. So lud die Bank unter dem Motto »Mit allen Sinnen« auch zu einer Begegnung mit polnischer Kunst und Kultur ins historische Museum der Stadt. ■

Partnerspartner Martina Baur, FSM4
Webseite und Infos www.hvb.de/hvbcorporatetour

Herzlich willkommen bei der HVB-Gala: (v.l.) Peter Hähner, L/RB Firmenkunden West, Harald Grefe, stv. Hauptgeschäftsführer der IHK, die Referenten Andrzej Kaczorowski, polnischer Generalkonsul in Köln, und Malgorzata Wejtko, Leiterin Handel und Investitionen des polnischen Generalkonsulats, und Eckhard Schunck, L/Team Firmenkunden Bielefeld.

