

## Spezialisierung auf Vertrieb als Alternative zu Fusionen

Berater: Einzelhandel Vorbild fürs Filialgeschäft

Börsen-Zeitung, 19.10.2006  
ssc Frankfurt – Retailbanken sollten zentrale Funktionen wie Produktentwicklung, Transaktions- oder Risikomanagement verstärkt auslagern oder Kooperationen nutzen, um ihre Effizienz zu verbessern und mehr Zeit für den Vertrieb zu gewinnen. Dies sagte Bernd Nolte, Partner der Unternehmensberatung 4P Consulting, auf dem Retail-Bankentag in Frankfurt. Derzeit verbrächten Kundenberater nur ein Drittel ihrer Zeit im direkten Gespräch mit der Kundschaft, da die restlichen Kapazitäten für Sachbearbeitung, Informationsbeschaffung und Standardauskünfte benötigt würden.

Die Auslagerung vertriebsfremder Aufgaben könne für Sparkassen zudem eine Alternative zu Fusionen

und Übernahmen sein. Als Vorbild könne etwa die von den Nord-Sparkassen gegründete Dienstleistungsgesellschaft Norddeutsche Retail-Service dienen.

Im Filialgeschäft sollten sich Banken verstärkt an den Strategien etwa von erfolgreichen Einzelhandelsunternehmen orientieren, forderte Nolte. So müssten sie Wege finden, die Kunden häufiger in die Zweigstellen zu locken. Stärker in den Mittelpunkt gerückt werden könne etwa die Baufinanzierungs- oder die Altersvorsorgeberatung, da sie für große Kundengruppen von Interesse sei. Auch Kooperationen seien aussichtsreich. So habe eine Sparkasse große Erfolge erzielt, als sie Kunden zur Eröffnung eines neuen Sparkontos Flugtickets geschenkt habe.