

Bank Austria überlegt Entwicklung einer Sub-Brand

Wien (OTS) - "Das Kundenverhalten hat sich radikal geändert, was die Branche lange Zeit nicht wahrnehmen wollte. Wenn man dies nicht erkennt und danach handelt, wird man kein Geschäft mehr machen, schon gar nicht als Hausbank", schätzt Bank-Austria-CEO Willibald Cernko laut einem Interview in der GEWINN-Jänner-Ausgabe die derzeitige Lage im Bankensektor ein. Anders als früher ist "die Wechselbereitschaft der Kunden dramatisch gestiegen und liegt bereits bei 20 Prozent, also rund 1,6 Millionen Kunden", so Cernko.

Als Gegenmaßnahmen setzt die Bank Austria bekanntlich auf den raschen Ausbau von Online- und mobile-Banking-Angeboten (Stichwort "SmartBanking"), schließt Filialen, auch über 800 Mitarbeiter müssen in den nächsten beiden Jahren gehen. Bis 2020 soll die Bank eine "Universalbank mit zwei zugespitzten Ausprägungen sein: der Basisbank und der Beraterbank", so Cernko. Erstere bedeutet extrem harter, automatisierter Wettbewerb bei allen Produkte und Dienstleistungen rund ums Konto (Zahlungsverkehr, Konsumkredit, Sparen etc.). Im Interview antwortet Cernko auf die Frage ob er an eine Zwei-Marken-Strategie denkt: "Nein, eventuell an eine Sub-Brand, aber dafür ist die Zeit noch nicht reif." Mehr darüber lesen Sie in der neuen Ausgabe des Wirtschaftsmagazins GEWINN.

~

Rückfragehinweis:

Gewinn

Gertie Schalk

Tel.: +43 1 521 24-48

mailto:g.schalk@gewinn.com

www.gewinn.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/400/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

301035 Dez 13

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20131230_OTS0040