

[drucken](#)[Fenster schließen >>](#)

Nachricht vom 11.11.2006: Nachrichten - Wirtschaft



© Bild Alfred Lackner

Alfred Lackner ist Organisationspsychologe mit Schwerpunkt in der Bearbeitung von Finanzdienstleistern und leitet die Lackner & Kabas OEG.

## Lackner

### "Vom Bankbeamten zum Verkäufer"

**Alfred Lackner ist Organisationspsychologe mit Schwerpunkt in der Bearbeitung von Finanzdienstleistern und leitet die Lackner & Kabas OEG. Mit wienweb.at sprach der Geschäftsführer über automatische Kassen und Bedürfnisse autonomer Kunden.**

**wienweb.at:** Immer mehr Transaktionen in Banken finden nicht mehr zwischen Mensch und Mensch statt, sondern zwischen Mensch und Maschine. Was bewirkt das?

**Lackner:** Die Zahl der verschiedenen Banken und Bankfilialen war in Österreich ursprünglich sehr groß. Dadurch waren die Banken Ende der 90er Jahre im Zuge von Einsparungs-Maßnahmen gezwungen, die Personal-Struktur zu verknappen. Damit kamen immer mehr Selbstbedienungs-Möglichkeiten in den Banken. Das hat auch dazu geführt, dass sich die Kunden neu orientiert haben und es immer weniger Bindung zu einer bestimmten Bank gibt.

**wienweb.at:** Liegt das nur an den Banken oder auch am Kundenverhalten?

**Lackner:** Die Kunden sind dazu erzogen worden, selbstständiger zu werden. Und mit den selbstständigeren Kunden sind die Banken drauf gekommen, dass plötzlich auch die Kundenbindung, die fürs Geschäft sehr wichtig ist, abgenommen hat. Jetzt gibt es wieder die Tendenz, dass die Banken stärkere Kontaktmöglichkeiten anbieten.

**wienweb.at:** Was empfehlen Sie einer Bank, die eine stärkere Bindung zu ihren Privatkunden herstellen will?

**Lackner:** Wenn ich etwas persönlich mit dem Kunden mache, ist automatisch eine Beziehung da. Das ist für die Kundenbindung extrem wichtig. Die Produkte, die von den einzelnen Banken angeboten werden, sind ja alle sehr vergleichbar. Von der Bankseite her ist das Profil des Bankbeamten in der Filiale völlig revidiert. Früher war das ein reiner Betreuungs- und Beratungsjob. Mittlerweile ist es eine hochgradige Verkaufs-Aufgabe. Die Mitarbeiter in den Filialen haben enormen Druck, viel zu verkaufen.

**wienweb.at:** Eine andere starke Tendenz im Verhalten der Kunden sind Bankgeschäfte nur noch online abzuwickeln. Welchen Einfluss hat das auf die Kundenbindung?

**Lackner:** Ich bin noch mit der klassischen Kundenbindung aufgewachsen. Auch wenn ich jetzt die Online-Möglichkeiten nutze, gibt es immer noch die Bindung zu einer konkreten Person. Die jüngere Generation, die nachkommt, ist viel autonomer und als Kunde ganz anders erzogen. Da haben die Banken das Problem, diese Bindung erst aufzubauen. Deswegen wird auch wieder viel investiert, um schon junge Menschen an eine Bank zu binden.

#### Adresse des Artikels:

<http://www.wienweb.at/content.aspx?menu=7&cid=148274>

Copyright © 2008 wienweb

[drucken](#)[Fenster schließen >>](#)