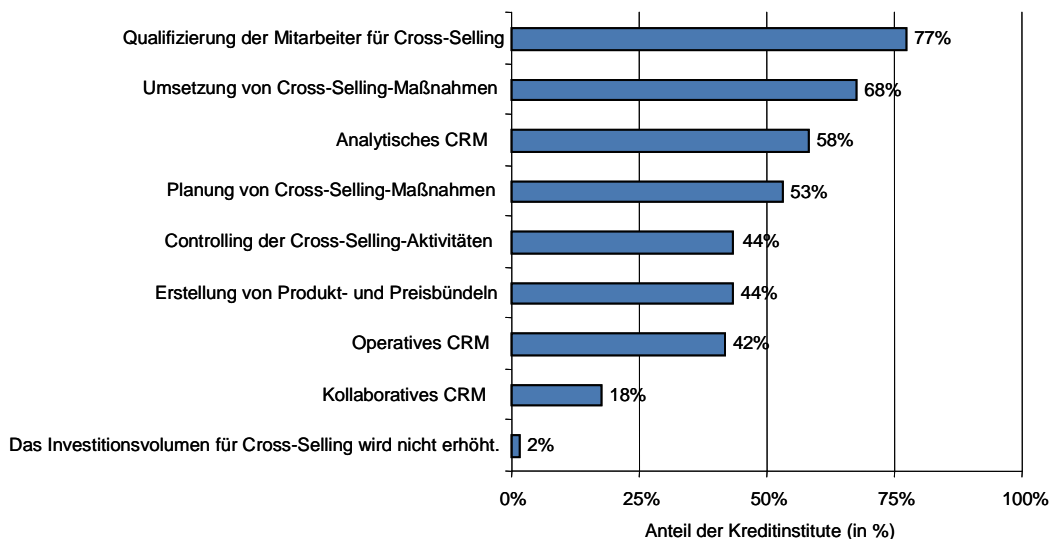


PRESSEMITTEILUNG

Investitionen in die Mitarbeiterqualifizierung sollen Cross-Selling erfolgreicher machen!

Regensburg 23. Oktober 2007, Gemäß der von ibi research an der Universität Regensburg im Oktober veröffentlichten Studie „Cross-Selling bei Banken und Sparkassen“ sind 95% der befragten Vertriebsexperten davon überzeugt, dass die Aktivitäten der Kreditinstitute auf dem Gebiet des Cross-Selling in Zukunft stark ansteigen werden. Aus diesem Grund sind dafür insbesondere im Bereich der Mitarbeiterqualifizierung Investitionen geplant (siehe Abbildung).

Abbildung: Bereiche, in denen Investitionen zur Steigerung des Cross-Selling-Erfolgs geplant sind



Quelle: Cross-Selling bei Banken und Sparkassen

© ibi research 2007

Allerdings existieren unterschiedliche Präferenzen: Während die schon jetzt im Cross-Selling erfolgreichen Unternehmen eine stärkere Gewichtung auf die Mitarbeiterqualifizierung legen, favorisieren die übrigen Institute eher Investitionen ins Cross-Selling-Controlling. Verstärkt investiert werden soll zudem im Bereich der Datenanalyse durch den Aufbau eines analytischen Customer Relationship Managements (CRM). Hier planen 58% der aller befragten Institute eine Ausgabenerhöhung.

Insgesamt gesehen belegen die Ergebnisse der Befragung die hohe Relevanz eines ganzheitlich ausgerichteten Cross-Selling für die deutschsprachigen Kreditin-

stitute. Es wird sich ein Bedeutungswandel hin zum strategisch verankerten und systematisch betriebenen Cross-Selling vollziehen.

Weitere ausgewählte Ergebnisse sind:

- Banken schöpfen derzeit nur 40% des vorhandenen Cross-Selling-Potenzials aus.
- Konsequente Kundenorientierung ist ein zentraler Erfolgsfaktor für erfolgreiches Cross-Selling.
- Rund 80% der befragten Kreditinstitute sehen in der Schaffung von nachhaltigem Kundenvertrauen die größte Herausforderung bei der Realisation von Cross-Selling-Erfolgen.
- Nur den wenigsten Kreditinstituten gelingt es, über die Datenanalyse nutzbare Cross-Selling-Potenziale zu identifizieren.
- Im Controlling der Cross-Selling-Maßnahmen weisen die meisten Institute große Defizite auf.
- Banken wollen in Zukunft mehr in ihre Cross-Selling-Aktivitäten investieren.

Im Gegensatz zu anderen Studien, die sich im Wesentlichen auf einzelne Problemfelder des Cross-Selling beschränken, analysiert diese Erhebung das Thema anhand eines ganzheitlichen Cross-Selling-Ansatzes. Vom Aufbau einer zentralen Kundendatenbank, über die Potenzialanalyse, zur Identifikation konkreter Maßnahmen bis zum Controlling des Prozesses werden zahlreiche Facetten des Cross-Selling analysiert. Die praxisbezogenen Ergebnisse liefern Banken und Sparkassen wichtige Hinweise, wie Sie ihre Cross-Selling-Aktivitäten verbessern können.

Anbei finden sie die Management Summary der Studie sowie ausgewähltes Pressematerial. Presseexemplare der kompletten Studie werden auf Anfrage gerne zur Verfügung gestellt. Über die Zusendung eines Belegexemplars bei Veröffentlichungen zur Studie würden wir uns sehr freuen.

Mit freundlichen Grüßen

Georg Wittmann, Dr. Ernst Stahl

Informationen zur Studie:

Cross-Selling bei Banken und Sparkassen

Empirische Analyse zu Status quo, Trends und zukünftigen Anforderungen

Georg Wittmann, Christian Drexler, Markus Breitschaft, Thomas Krabichler, Dr. Ernst Stahl

Oktober 2007

76 Seiten, 45 Abbildungen, 4 Tabellen

ISBN: 978-3-937195-16-2



Medienkontakt:

ibi research an der Universität Regensburg GmbH

Internet: <http://www.ibi.de>

Allgemeine Anfragen

Andrea Rosenlehner / Andrea Mäusl
Regerstr. 4
D-93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 943-1921 / 1899
Telefax: +49 (0) 941 943-1888
E-Mail: info@ibi.de

Fachlicher Ansprechpartner

Georg Wittmann
Regerstr. 4
D-93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 943-1891
Telefax: +49 (0) 941 943-811891
E-Mail: Georg.Wittmann@ibi.de

Über ibi research:

Seit 1993 bildet die ibi research GmbH (vormals Institut für Bankinformatik und Bankstrategie gGmbH) eine Brücke zwischen Wissenschaft und Praxis. Das Team unter der Leitung von Prof. Dr. Dieter Bartmann forscht zu Fragestellungen rund um das Thema "Finanzdienstleistungen in der Informationsgesellschaft". Durch die enge Zusammenarbeit mit Spezialisten aus den Bereichen Banken und IT werden die Forschungsergebnisse in die Führungsebene der kooperierenden Unternehmen transferiert. ibi research ist personell eng mit der Universität Regensburg verbunden, wird aber als selbstständige Gesellschaft geführt. ibi research arbeitet auf den Themenfeldern Retail Banking, Banking im E-Business, Geschäftsprozessmanagement & IT-Architektur sowie Operational Risk Management & IT-Security. Zugleich bietet ibi research in Zusammenarbeit mit Banken und Partnern umfassende Beratungsleistungen zur Umsetzung der Forschungsergebnisse an.

Weitere Informationen: <http://www.ibi.de>