

Banken setzen auf mehr persönliche Beratung

15. Handelsblatt Jahrestagung „Privatkundengeschäft“

(17. und 18. März 2010, Hyatt Regency, Mainz)

Mainz/Düsseldorf, Februar 2010. Mit einem neuen Namen will die deutsche Citibank das Vertrauen ihrer rund 3,4 Millionen Kunden zurückgewinnen. Vor dem Neustart als „Targobank“ kündigte der Vorstandsvorsitzende Franz Josef Nick im Handelsblatt (02.02.2010) an, auch durch eine Aufwertung der persönlichen Beratung in den Filialen und ein neues Vergütungssystem, die Nähe zum Kunden zu verbessern. Auf der 15. Handelsblatt Jahrestagung „Privatkundengeschäft“ (17. und 18. März 2010, Mainz) erläutert Nick die Strategie der Targobank und zeigt, wie sich sein Haus durch Produkte und Beratung im Markt differenzieren will. Vertreter aus allen drei Säulen der deutschen Bankenlandschaft diskutieren über ihre Strategien, das Vertrauen der Kunden zurückzugewinnen und über die Erwartungen ihrer Häuser an die weitere Marktentwicklung.

Auf einen Mehrwert für den Bankkunden durch eine bessere persönliche Beratung setzt auch die Commerzbank. Durch die Zusammenlegung der Filialen der Dresdner Bank und der Commerzbank würden in Zukunft mehr Fachleute in den Filialen zur Verfügung stehen. „Das spürt der Kunde unmittelbar“, so Commerzbank-Vorstand Dr. Achim Kassow im Handelsblatt (12.12.2009). Kassow stellt die Konzentration der Commerzbank auf das Privatkundengeschäft vor und zeigt die Möglichkeiten in diesem Segment. Das Qualitäts- und Kundenbeziehungsmanagement der Hamburger Sparkasse erläutert Haspa-Vorstand Reinhard Klein. Als Vertreter einer Direktbank zeigt Ben Tellings, Vorstandsvorsitzender der ING-DiBa, die Möglichkeiten des Direktbanking als Alternative zur Honorarberatung auf. Die Multikanalstrategie der Sparda-Banken im Retailgeschäft beschreibt Dr. Laurenz Kohlleppe, Vorstandsvorsitzender des Verbandes der Sparda-Banken. Weitere Themen des etablierten Jahrestreffs sind Qualitätsfragen bei der Beratung sowie die Chancen und Risiken im Internet-Vertrieb.

Das Programm finden Sie im Internet unter:

<http://www.konferenz.de/pr-privatkunden2010>

Weitere Informationen zum Programm

EUROFORUM Deutschland SE
Konzeption und Organisation für Handelsblatt Veranstaltungen
Dr. phil. Nadja Thomas
Senior-Pressereferentin
Prinzenallee 3
40549 Düsseldorf
Telefon.: +49 (0)2 11. 96 86-33 87
Fax: +49 (0)2 11. 96 86-43 87
E-Mail: nadja.thomas@euroforum.com

Handelsblatt und Wirtschaftswoche Veranstaltungen

EUROFORUM ist Exklusiv-Partner für Veranstaltungen des Handelsblatts sowie der WirtschaftsWoche. Gemeinsam werden Konzepte zu aktuellen und richtungsweisenden Themen erarbeitet. Die Vermarktung und Durchführung der Veranstaltungen erfolgt durch EUROFORUM.

EUROFORUM steht in Europa für hochwertige Kongresse, Seminare und Workshops. Ausgewählte, praxiserfahrene Referenten berichten zu aktuellen Themen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verwaltung. Darüber hinaus bieten wir Führungskräften ein erstklassiges Forum für Informations- und Erfahrungsaustausch. EUROFORUM ist einer der führenden deutschen Konferenzzanbieter.

Unsere Muttergesellschaft, die Informa plc mit Hauptsitz in London, organisiert und konzipiert jährlich weltweit über 12.000 Veranstaltungen. Darüber hinaus verfügt Informa über ein umfangreiches Portfolio an Publikationen für die akademischen, wissenschaftlichen und wirtschaftlichen Märkte. Informa ist in über 80 Ländern tätig und beschäftigt mehr als 10.000 Mitarbeiter.