

PRESSEMITTEILUNG

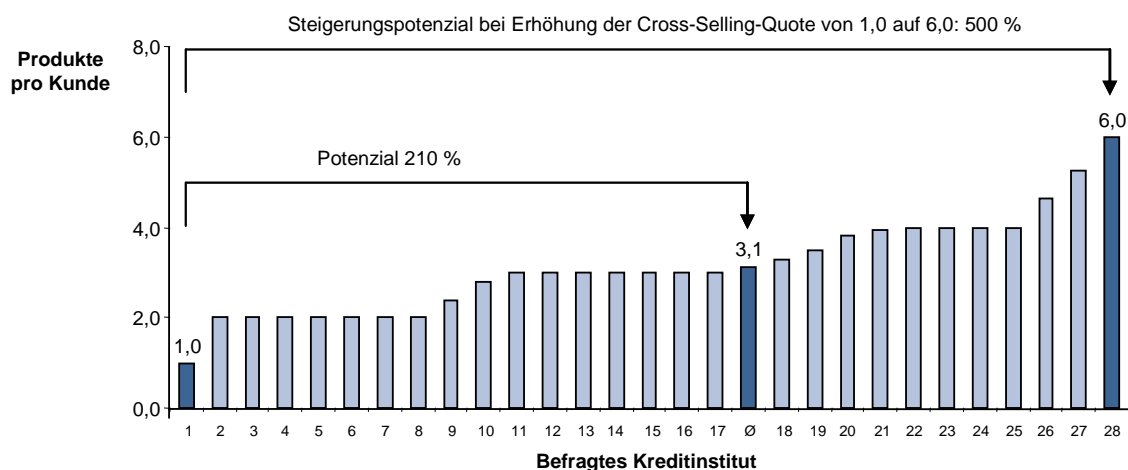
Banken schöpfen nur 40% des vorhandenen Cross-Selling-Potenzials aus

ibi research an der Universität Regensburg legt neueste Studie über „Cross-Selling bei Banken und Sparkassen“ vor.

Regensburg 01. Oktober 2007, Lediglich drei von sieben möglichen Produkten verkaufen Banken und Sparkassen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz an ihre Privatkunden. Dies ist eines der Ergebnisse der heute von ibi research an der Universität Regensburg GmbH veröffentlichten Studie "Cross-Selling bei Banken und Sparkassen". Auf Basis einer umfassenden empirischen Erhebung unter Vertriebsexperten von Banken und Sparkassen zeigt diese Studie, wie Kreditinstitute ihre Cross-Selling-Chancen besser nutzen können.

Die Studie belegt immense Unterschiede in den Cross-Selling-Quoten der einzelnen Institute. Teilweise verkaufen einzelne Institute fünfmal so viele Produkte an ihre Kunden wie andere. Insbesondere im Firmenkundengeschäft sind die Unterschiede besonderes deutlich.

Abbildung 1: Cross-Selling-Quoten im Firmenkundenbereich



Quelle: ibi-Studie: „Cross-Selling bei Banken und Sparkassen“

© ibi research 2007

Die Abweichungen zwischen den erfolgreichen und den weniger erfolgreichen Instituten zeigt sich beispielsweise bei der Identifikation und der Nutzung von Cross-Selling-Potenzialen. Banken und Sparkassen mit höherem Cross-Selling-Erfolg setzen häufiger (+23%) Leitfäden und Skripte für Kundenansprachen und Verkaufsgespräche sowie Vertriebsdatenbanken (+21%) ein.

Weitere ausgewählte Ergebnisse sind:

- Nur den wenigsten Kreditinstituten gelingt es, über die Analyse von Kundendaten nutzbare Cross-Selling-Potenziale zu identifizieren.
- Rund 80% der befragten Kreditinstitute sehen in der Schaffung von nachhaltigem Kundenvertrauen die größte Herausforderung bei der Realisation von Cross-Selling-Erfolgen.
- Die Qualifikation und die Motivation der Mitarbeiter sind das A und O einer erfolgreichen Cross-Selling-Strategie.
- Im Controlling der Cross-Selling-Maßnahmen weisen die meisten Institute große Defizite auf.
- Zukünftig wird Cross-Selling wesentlich stärker in der Unternehmensstrategie verankert.
- 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 und die Identifikation konkreter Maßnahmen bis hin 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.

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

www.ibi.de/cross-selling



ibi research - Medienkontakte:

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Allgemeine Anfragen
Andrea Rosenlehner / Andrea Mäusl
Regerstrasse 4
D-93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 943 1921 / 1899

Telefax: +49 (0) 941 943 1888
E-Mail: info@ibi.de
Internet: www.ibi.de

ibi research an der Universität Regensburg GmbH
Fachlicher Ansprechpartner
Georg Wittmann
Regerstrasse 4
D-93053 Regensburg
Telefon: +49 (0) 941 943 1891

Telefax: +49 (0) 941 943 1891 (PC) o. -1888
E-Mail: Georg.Wittmann@ibi.de
Internet: www.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>