



Geradeaus ins E-Business: Peter Neubauer baut neue Vertriebswege aus

Die Erste Bank analysiert laufend die Bedürfnisse ihrer Kunden und folgt nun den jüngsten Erkenntnissen: Der Kunde wählt immer mehr selbst den Weg, wie er seine Bankgeschäfte abwickeln möchte. Bei beratungsintensiven Geschäften wird dabei mehr denn je der persönliche Kontakt zu Experten gesucht; im Mengengeschäft gewinnen die elektronischen Vertriebswege rasant an Bedeutung, eignet sich doch das Bankgeschäft wie kaum eine andere Branche für die Abwicklung im Netz. Die Erste Bank stellt sich selbst den Anspruch, die beste Bank in beiden "Welten" zu sein, um das GeldLeben ihrer Kunden umfassend abzudecken. Dabei ist sich das Management im Klaren, dass Pionierleistungen auf dem neuen Terrain erforderlich sein werden, wenn ein echter Wettbewerbsvorteil generiert werden soll.

Ab Anfang November wird das e-business, das bereits vor einigen Monaten als vierte Kernstrategie definiert wurde, entsprechend seiner Bedeutung in der Aufbauorganisation der Bank auf der zweiten Ebene im Ressort der Stellvertretenden Vorstandsvorsitzende Elisabeth Bleyleben-Koren angesiedelt. Der gesamtverantwortliche Manager kommt aus den eigenen Reihen: Peter Neubauer (38), begeisterter Internet-User der ersten Stunde, ist für die Steuerung der neuen "Channels" und die Etablierung des "Multikanalvertriebes" sowohl im Retail, wie auch im Kommerzgeschäft verantwortlich und wird mit seinem Team laufend neue Produkte und Prozesse entwickeln. Ein weiteres wichtiges Ziel ist auch die bessere Vernetzung mit den Sparkassen und Verbundpartnern.