



Erste Bank startet Kooperation mit Tchibo/Eduscho in Österreich

10.01.2008

In rund 60 Tchibo/Eduscho Filialen werden in Ostösterreich „Sparefrohpakete“ angeboten
 Erste Bank bietet als Aktionsprodukt Sparkarte mit 4,6 Prozent Zinsen für 9 Monate Laufzeit an
 Erste Bank will heuer wachsen und 20.000 Neukunden gewinnen

Die Erste Bank geht in Österreich neue Wege im Vertrieb von Finanzprodukten. In einer Kooperation mit Tchibo/Eduscho wird die Bank ab 11.1.2008 über rund 60 Tchibo/Eduscho-Filialen für kurze Zeit „Sparefrohpakete“ anbieten. Das Sparefrohpaket enthält einen Sparefroh, ein Sparefroh-Kaffeehäferl, zwei Gutscheine für je eine Tasse Kaffee und Informationsunterlagen für die Eröffnung eines s Kapital Spar-Kontos. Bei Eröffnung des Kon-tos in einer Erste Bank-Filiale erhält der Kunde zusätzlich 15,- Euro Warengutscheine von Tchibo/Eduscho. Das „Bankprodukt zum Angreifen“ wird 7,90 Euro kosten. Der Aktionszinssatz für diese beträgt 4,6 Prozent für eine Laufzeit von 9 Monaten. Das ist zurzeit die höchste Sparverzinsung für diese Laufzeit.

Peter Bosek, Privatkundenvorstand der Erste Bank: „Wir wollen über Kooperationen neue Wege im Bankgeschäft gehen. Diese dienen in erster Linie der Neukundengewinnung. Mit Tchibo/Eduscho haben wir einen idealen Partner gefunden. Tchibo/Eduscho steht für gute Preise und hohe Qualität. Unsere Kernkompetenz als Bank bleibt die Beratung und diese findet in unseren Filialen statt.“ Das Sparefrohpaket wird zwar exklusiv über Tchibo/Eduscho vertrieben, das s Kapital Spar-Konto kann aber nur in den Erste Bank Filialen eröffnet werden. Die Erste Bank wertet diese für den Finanzplatz Österreich neuartige Kooperation als „Markttest“ auf der Suche nach neuen Vertriebswegen. Zunächst will man abwarten, wie die Kunden auf das Sparefrohpaket reagieren.

„Tchibo/Eduscho und die Erste Bank haben eine ganz wesentliche gemeinsame Ausrichtung: „In jeder Beziehung zählen die Menschen.“ Daher gilt es, ein transparentes Angebot mit einer Top Kondition und unkomplizierter Abwicklung anzubieten. Das haben beide Unternehmen sicher geschafft.“ so Harald J. Mayer, Geschäftsführer von Tchibo/Eduscho über die Kooperation.

Erste Bank will 20.000 neue Kunden im Jahr 2008

Ziel der Erste Bank ist vor allem die Neukundengewinnung im Privatkundengeschäft. Bis Jahresende 2010 will die Erste Bank ihren Kundenanteil auf 25 Prozent steigern (derzeit 21 Prozent). Das bedeutet einen Zuwachs von rund 20.000 Kunden pro Jahr. Um dies zu erreichen, werden auch neue Wege eingeschlagen: Die Bank arbeitet gerade an neuen Vertriebskooperationen. Neben Tchibo/Eduscho ist das zum Beispiel ein Joint-Venture mit der

Wiener Städtischen. Die „Finanzpartner GmbH“ soll das cross-selling zwischen Bank und Versicherung intensivieren und die „Convenience“ für die Kunden erhöhen. Die Zielgruppe: Arbeitnehmer in enger Zusammenarbeit mit den Betriebsräten der Unternehmen. Insgesamt will sich die Erste Bank Österreich zukünftig noch stärker über Kundenberatung und Servicequalität vom Wettbewerb unterscheiden.

Das **„Sparefroh-Paket“**, das es nur exklusiv bei Tchibo/Eduscho gibt, enthält:

Informationsunterlagen für die Eröffnung eines **s Kapital Spar-Kontos** zu einem Aktions-Zinssatz (fix für 9 Monate, in allen Erste Bank-Filialen bis spätestens 7. März 2008 einlösbar) und ein

15 Euro Tchibo/Eduscho Gutschein



1 Biege-Sparefroh-Figur (im Paket enthalten)

1 Sparefroh-Kaffehäferl (im Paket enthalten)



2 Kaffeegutscheine (im Paket enthalten) im Wert von EUR 4,20 einzulösen bei Tchibo/Eduscho

