

SEB: Mit schwedischen Werten überzeugen

Die SEB tritt in Deutschland als die schwedische Privatkundenbank auf, um von der Sympathie der Bundesbürger für das nordische Volk zu profitieren. Im Firmenkundengeschäft und im Asset Management profitiert die Bank insbesondere vom Know-how des Mutterunternehmens. Red.

Von Peter Buschbeck, Vorstandsvorsitzender, SEB AG, Frankfurt ■ Die SEB Bank ist in Deutschland in den Kerngeschäftsfeldern Retail Banking, Merchant Banking, Commercial Real Estate und Asset Management tätig. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Retailgeschäft. Kompetent, unkompliziert, kreativ, flexibel und sympathisch – diese und viele andere positive Eigenschaften assoziieren Deutsche mit Schweden. Untersuchungen und Befragungen haben gezeigt, dass deutsche Privatkunden sich eine Bank wünschen, deren Eigenschaften weitgehend mit diesen Charakterzügen übereinstimmen. In Deutschland nutzt die SEB Bank daher ihre unverwechselbaren schwedischen Wurzeln als Differenzierungsmerkmal im stark umkämpften Privatkundenmarkt.

Servicestandards konkretisieren schwedisches Auftreten

Als einzige schwedische Privatkundenbank in Deutschland kann die SEB diese Assoziationen glaubwürdig mit dem eigenen Haus verknüpfen. Entsprechend hat die Bank ihre Marktpositionierung definiert als „besonders kundenfreundlicher schwedischer Finanzdienstleister, der für überzeugende Produktaktionen mit klarem Kunden-Mehrwert steht“. Mit diesem Marktauftritt und einer klaren Wachstumsstrategie will die Bank im Markt Akzente setzen. Für die Marktpositionierung

sind die Ziele hoch angesetzt: Die SEB Bank will in Deutschland führender Dienstleister werden.

Schon traditionell zählt die SEB Bank in Deutschland zu den Finanzinstituten mit der höchsten Kundenzufriedenheit. Diese Stärke wird genutzt, um die Bank mittels „Swedish Banking“ als Top-Service Provider zu positionieren. Alle Mitarbeiter müssen in ihrer Service- und Verkaufskultur „schwedisches Verhalten“ leben, dann kann die SEB Bank ihren Ansprüchen an den eigenen Service gerecht werden. Zum Streben nach dem bestem Service zählen neben der Produkt- und Dienstleistungsqualität detaillierte Servicestandards zum allgemeinen Verhalten, in der Beratung und zur Erscheinung der Filiale.

Die SEB ist traditionell die bedeutendste Firmenkundenbank in Schweden. Sie begleitet viele schwedische Unternehmen bei deren internationaler Expansion. Die enge Anbindung an die Konzernzentrale macht es der Bank auch in Deutschland möglich, vom internationalen Know-how zu profitieren, es mit lokalen Marktkenntnissen zu kombinieren und in ein Produktangebot umzusetzen. Firmenkunden mit Expansionsplänen in die baltischen Staaten und nach Osteuropa profitieren von der Präsenz des Konzerns auf diesen Märkten und dessen internationalem Netzwerk.

Im gewerblichen Immobiliengeschäft (Commercial Real Estate) zählt die SEB in Deutschland zu den namhaften Partnern von Immobilieninvestoren, Bauträgern, Projektentwicklern und Wohnungsunternehmen. Sie ist an den wichtigsten Immobilienstandorten präsent. Der Geschäftsbereich profitiert von der breiten Kundenbasis des Konzerns in Skandinavien und ist Ansprechpartner für skandinavische Investoren im deutschen Markt. „Skandinavisch gut. In-

ternational erfolgreich“, das gilt auch für die SEB Asset Management, die Fondsgesellschaft des schwedischen Konzerns. In ihrer Produktpalette sind unter anderem Aktienfonds vertreten, die das Nord- und Osteuropa-Exposure der SEB widerspiegeln.

Know-how-Transfer mit Schweden

So lässt die SEB Asset Management ihr Know-how aus der Heimatregion Nordeuropa in Produkte für Anleger fließen. Beispiel: der SEB Nordic Fund. Das Portfolio setzt auf schwedische, dänische, finnische und norwegische Unternehmen. Dabei zählen Informationen aus erster Hand durch unmittelbare, persönliche Kontakte zu den wichtigsten Faktoren für den Anlageerfolg. Gleichzeitig profitiert der deutsche Anleger von der engen wirtschaftlichen Verflechtung dieser Region mit dem Baltikum und Russland, wo sich weitere Anlagechancen bieten. Letztes Jahr hat die SEB Asset Management ihre Produktpalette um drei osteuropäische Fonds erweitert. Dabei sind Sprachkenntnisse und Präsenz vor Ort eine wesentliche Voraussetzung für den Erfolg: Alle Mitglieder des Osteuropa-Teams haben ihren Sitz in Polen, Estland und Litauen.

Für das Erreichen von Wachstums- und Profitabilitätszielen ist es von großer Bedeutung, dass es der SEB gelingt, Produkt- und Beratungsqualität sowie Markenbekanntheit zu erhöhen. Mit der Ausweitung von Marketingaktivitäten wurde die öffentliche Aufmerksamkeit bereits erhöht. Diese Maßnahmen werden fortgesetzt. Die gemeinsame Produktentwicklung und der Know-how-Transfer zwischen Schweden, den anderen Kernmärkten des Konzerns und Deutschland sichert langfristig ein hochwertiges Produkt- und Dienstleistungsangebot der SEB in Deutschland.