

Bawag P.S.K. unter einem Dach mit der Österreichischen Post

Von Wolfgang Klein

Seit der Fusion im Jahr 2005 standen die Marktauftritte der Österreichischen Postsparkasse und der einstigen Gewerkschaftsbank Bawag nebeneinander. Im Jahr 2010 hat die Bank begonnen, ihren Markenauftritt als Bawag P.S.K. zu vereinheitlichen. Die Erweiterung ihrer Kooperation mit der Österreichischen Post bedeutet für die Bank den Start eines neuen Vertriebskonzeptes. Stärker als in Deutschland treten Post und Bank in den gemeinsamen Filialen als verschiedene – auch farblich unterschiedlich gekennzeichnete – Unternehmen auf. Red.

Was mit dem 13. Oktober 2010 offiziell gemacht wurde, wird den österreichischen Bankenmarkt auf lange Sicht prägen. Denn an diesem Tag präsentierten die beiden Generaldirektoren, Byron Haynes von der Bawag P.S.K. und Georg Pölzl von der Österreichischen Post AG vor den Medien ein Kooperationskonzept, das von Wirtschaft, Politik und der österreichischen Bevölkerung seit längerem eingefordert wurde. Das Kooperationskonzept geht nicht nur über die Fortführung der bisherigen Partnerschaft hinaus, sondern ermöglicht eine Neuordnung des klein strukturierten Bankenmarkts in Österreich. Sowohl die Bawag P.S.K. als auch die Post gelten in Österreich als unternehmerische „Fixsterne“. Die Welt des

Kreditinstituts wurde allerdings in den vergangenen fünf Jahren durch verschiedene zum Teil „hausgemachte“ Ereignisse durchgerüttelt, an deren Beginn verlustreiche Transaktionen standen, die 2007 einen Eigentümerwechsel nach sich zogen. Auch von der Finanzkrise blieb die Bank nicht unberührt. Sie hat es allen Unkenrufen zum Trotz geschafft, sich durch konsequente Aufbauarbeit und Neupositionierung zu einem soliden Eckpfeiler und einer systemrelevanten Bank auf dem österreichischen Bankenmarkt zu etablieren.

Zwei Markenkernwerte miteinander vereinen

Im Jahr 2000 erfolgte der Erwerb der Aktien der Österreichischen Postsparkasse AG (P.S.K.) durch die Bank für Arbeit und Wirtschaft AG (Bawag). Durch die weitgehende interne organisatorische Zusammenführung der beiden Institute entstand eine der größten Bankengruppen Österreichs. Im Jahre 2005 wurden beide Banken gesellschaftsrechtlich zu einem Unternehmen, der Bawag P.S.K., fusioniert.

Zum Autor

Dr. Wolfgang Klein ist Mitglied des Vorstands der Bank für Arbeit und Wirtschaft und Österreichische Postsparkasse AG, (BAWAG P.S.K.), Wien.

Aktuelle Marktuntersuchungen belegen die Richtigkeit dieser Entscheidung: Dem Institut werden zahlreiche finanztechnische Spitzenleistungen zugeschrieben, es wird immer noch mit Werten wie zum Beispiel „Arbeiternähe“ und „Gemeinschaftlichkeit“ verbunden. Ähnliches gilt für die Marke PSK Bank, die mit Markenwerten wie beispielsweise „österreichisch“ und „Pionierhaftigkeit“ fix in den Köpfen der Bevölkerung verankert ist. Mit 7. März 2011 fiel nun der offizielle Startschuss für eine Einmarken-Strategie. Seit diesem Tag tritt die Bawag P.S.K. auch nach außen hin als eine einzige starke Marke auf – mit neuem Logo, neuem Slogan und neuer Positionierung.

Mit Markenkernwerten – wie österreichisch, pionierhaft, vertrauensvoll, erreichbar, klassenlos, einfach und verpflichtet – können Kunden vielleicht auf den ersten Blick wenig anfangen. Die neue Positionierung der Bank muss sich in einem einzigen griffigen Satz zusammenfassen lassen, der für jegliches Agieren und Reagieren am Markt Gültigkeit hat. Die Markenpositionierung ist heute klar: „Die Bawag P.S.K. ist der Wegbereiter des intuitiven Bankings für Österreich: verständlich, fair, emotional ansprechend, immer und überall“. Oder als kurzer, knapper Slogan in unserer aktuellen Kampagne: „Bawag P.S.K. – Mitten im Leben“.

Dass die Bank in der Vergangenheit zwar mit zahlreichen Filialen in Österreich ver-



treten war, aber nicht immer „mitten im Leben“ ihrer Kunden stand, zeigt die bisherige Vertriebs- und Filialstruktur. Bis vor kurzem teilten sich die beiden Vorgängermarken den städtischen und ländlichen Raum. Die Bawag war klar im urbanen Raum positioniert und dort mit rund 150 eigenen Filialen aufgestellt. Sämtliche Standorte waren Vollbanken und mit den gängigsten SB-Geräten (Geldausgabegeräte, Münzzählmaschine, Kontoauszugsdrucker) ausgestattet. Auch bei den Services und Produkten gab es keinerlei Einschränkungen: Die Kunden konnten das volle Sortiment an Bankdienstleistungen nutzen.

Im ländlichen Raum, in dem die Marke Bawag so gut wie nicht präsent war, war die Bank über ihre Vertriebsmarke P.S.K. beziehungsweise über den späteren Markennamen PSK Bank vertreten. Die PSK Bank (Postsparkasse) konnte sich in fast jeder österreichischen Gemeinde behaupten, denn in Kooperation mit der Österreichischen Post AG wurde dieser Markt seit über 120 Jahren serviert. Die Bankdienstleistungen der PSK Bank wurden als einfache standardisierte Produkte in Postfilialen und durch Mitarbeiter der Österreichischen Post AG angeboten und umfassten im wesentlichen Konten des Zahlungsverkehrs, Sparprodukte und Kredite. Da sich das Institut im Vertrieb der Standorte der Post bediente, wurde diese Vertriebsmarke zum fixen Bestandteil der Gemeindestrukturen. Landflucht, damit rückläufiges Kundenpotenzial und nicht zuletzt die Pläne der Post, unrentabel gewordene Postfilialen (und somit auch PoS für die PSK Bank) zu schließen, haben eine Anpassung der bisherigen Vertriebsstruktur bedingt.

Stadt und Land in einem Filial-Netzwerk

Wie lassen sich die beiden Welten von Bawag und PSK Bank sowie die beiden Zielgebiete von Stadt und Land unter einen Hut bringen – und trotzdem zentral, effizient und gewinnbringend führen? Und: Wie lässt sich die Bawag P.S.K. mittels

Ein-Marken-Strategie mit den bereits genannten Markenkernwerten auf diesem kompetitiven und teilweise gesättigten Markt so positionieren, dass sowohl Kunden als auch Interessenten eine klare Unterscheidung zum starken Mitbewerber wahrnehmen können? Die Chance dafür bot sich wiederum durch den Partner, die Österreichische Post, an. Während Wirtschaft und Politik forderten, unrentabel gewordene Postfilialen nicht ersatzlos zu schließen, hatte die Bawag P.S.K. eigenes Interesse daran, dieses Filialnetz nicht einfach so aufzugeben.

Alle Standorte künftig vollwertig ausgestattete Bankfilialen

Die Möglichkeit, mit der Post eine noch engere Kooperation einzugehen, ist eine historische Chance für die Bawag P.S.K. Denn als wieder erstarktes österreichisches Kreditinstitut bietet es sich geradezu an, den traditionell bewährten Partner im Zuge eines noch nie da gewesenen Filialkonzepts mit an Bord zu nehmen.

Die grundsätzliche Idee: Bank und Post intensivieren ihre Zusammenarbeit und treten – räumlich gesprochen – unter einem Dach als zwei eigenständige Unternehmen in Erscheinung. Das Filialkonzept sieht vor, alle Standorte der Bawag P.S.K. künftig als vollwertig ausgestattete Bankfilialen zu führen. Die Geschäftsstellen mit PSK Bank-Service, in denen bisher schon Basis-Finanzdienstleistungen getätigt wurden, werden aufgewertet und um das volle Spektrum an Bawag-Bankdienstleistungen erweitert. Gleichzeitig werden die Postfilialen durch das komplette Produktangebot der Bawag P.S.K. ergänzt. In Zukunft ist es also möglich, an mehr als 500 Standorten in ganz Österreich das volle Leistungs- und Produktsortiment der Bawag P.S.K. sowie der Österreichischen Post zu nutzen – unabhängig davon, ob es sich um eine Filiale am Land oder in der Stadt handelt.

Am 13. Oktober 2010 wurde die Intensivierung der Kooperation offiziell besiegelt

und bekannt gegeben. Am darauf folgenden Tag war diese Meldung in nahezu allen österreichischen Medien Thema Nummer eins, schließlich waren Postfilial-Schließungen lange öffentlich diskutiert worden. Die zentrale Botschaft lautete: „Bawag und Post rücken enger zusammen. In insgesamt 520 Filialen sollen Kunden künftig alle Geld- und Postgeschäfte unter einem Dach erledigen können. Die Filial-Offensive soll bis Ende 2012 umgesetzt werden.“ Diese Form der Kooperation ist vorerst auf die Dauer von zehn Jahren ausgelegt – eine Verlängerung ist selbstverständlich möglich.

Aus Sicht der Bank liegen die Vorteile – vor allem die Kunden-Vorteile – klar auf der Hand. Bis Ende 2012 sollen insgesamt 520 voll ausgestattete Bawag-P.S.K.-Filialen in ganz Österreich (neu)

Die Filial-Offensive der Bawag P.S.K. und Post im Überblick:

- Mehr als 500 neue Filialen in ganz Österreich.
- Die Bawag P.S.K. bietet in Postfilialen ihr Vollsoriment an Bankdienstleistungen (statt bisher Basisdienstleistungen der PSK-Bank).
- Kontonummern und Bankleitzahl bestehender Konten bleiben gleich.
- Jede neue Filiale ist gleichzeitig Bank und Post.
- Beide Bereiche sind klar und optisch voneinander getrennt.
- Die Kunden profitieren von längeren Öffnungs- und Kassazeiten.
- Die Nahversorgung mit Bank- und Postleistungen ist nachhaltig abgesichert.
- Bawag P.S.K. mit stationärem Vertrieb, großzügigen SB-Zonen, ihrem eigenen digitalen Servicenetz, Tochterbank Easybank, mobilem und alternativem Vertrieb auf dem Weg zur Multikanal-Bank.

In der gemeinsamen Filiale von Bawag-P.S.K. und Österreicher Post ...



eröffnet sein. Und zwar sowohl im städtischen Bereich als auch im ländlichen Raum. Diese Filialen sollen alle über dieselbe Ausstattung, denselben Servicelevel und ein einheitliches Produktsortiment verfügen – was früher unter der Vertriebsmarke PSK Bank nicht immer möglich war. Der wahre USP dieses Konzepts besteht allerdings darin, dass jede dieser Filialen auch eine eigenständige Post-Filiale ist. Um es auf den Punkt zu bringen: Wer zur Bank geht, geht gleichzeitig auch

zur Post – und umgekehrt. Bank und Post haben einen One-Stop-Shop geschaffen, der beide Welten unter einem Dach räumlich vereint und auf diese Weise den (gemeinsamen) Kunden mehr als nur einen Schritt entgegen kommt.

Was für die Kunden klare Vorteile bringt, bedeutet hinter den Kulissen jede Menge Arbeit für die Strategen der beiden Kooperationspartner. Nach eingehender Analyse der Standorte, wurde folgende Aufteilung

vereinbart: Von den 150 ehemaligen Bawag-Filialen bleiben 120 am selben Standort bestehen und schaffen innerhalb ihrer Räumlichkeiten Platz für die Post. 30 der bisherigen Bank-Filialen übersiedeln ihrerseits in größere Räumlichkeiten der Österreichischen Post AG. Knapp 400 der 520 künftigen Filialen sind Standorte der Post, wobei der PoS-Bereich der ehemaligen PSK Bank zu einem vollwertigen Bankstandort der Bawag P.S.K. ausgebaut und adaptiert wird. Die jeweilige Filial-Immobilie verbleibt bei der Bank beziehungsweise der Post.

Starre Struktur der österreichischen Bankenlandschaft

Warum wird die Umsetzung dieser Kooperation in Österreich mit derart großem Interesse verfolgt? Die Antwort darauf findet sich in der relativ starren Struktur der Bankenlandschaft. Wenige große Unternehmen teilen sich den größtenteils gesättigten Markt. Mit der neu beschlossenen Zusammenarbeit kommt allerdings frischer Wind in den Markt – beispielsweise was die Öffnungszeiten betrifft. Üblicherweise sind Banken in Österreich (mit Ausnahme des Donnerstags) bis 15.30 Uhr geöffnet, samstags geschlossen.

... ist der Bankbereich rot gekennzeichnet



Hier punktet die Bawag P.S.K., indem sie sich die deutlich längeren Öffnungszeiten der Post übernimmt. Mit dem Vorstoß, an Wochentagen von 8.00 bis 18.00 Uhr und sogar an Samstagen von 9.00 bis 12.00 Uhr durchgehend geöffnet zu haben, wurden langjährige Kundenwünsche erfüllt. Damit löst die Bank bereits eines ihrer Versprechen aus ihrer Markenpositionierung ein, „immer und überall“ für ihre Kunden erreichbar zu sein.

Die Umsetzung eines solchen Projekts darf natürlich nicht zu lange auf sich warten lassen. Bank und Post haben alles daran gesetzt, die erste gemeinsame Filiale noch 2010 zu eröffnen. Bevor am 15. Dezember 2010 die erste komplett umgebaute und runderneuerte Räumlichkeit in Inns-

bruck in Betrieb gehen konnte, mussten hinter den Kulissen die Technik, Abläufe und Prozesse (zum Beispiel IT-Architektur und funktionale Prozesse) miteinander abgestimmt werden. Denn schließlich „liegt der Hund im Detail“ – wie es auf gut Österreichisch heißt.

50 gemeinsame Filialen sind in Betrieb

Bis dato (Juni 2011) wurden bereits 50 neue gemeinsame Filialen in Betrieb genommen, davon Standorte in vier Landeshauptstädten. Die Kunden nehmen das neue Konzept sehr offen an und sind jeweils bereits sehr gespannt, was sie im Inneren der neuen, umgebauten Filialen erwartet. Mit Hilfe verstärkter individueller Betreuung, zum Beispiel persönlichem

Empfang im Eingangsbereich und des Farbkonzeptes finden sich Kunden rasch zurecht.

Im Inneren der komplett neu gestalteten Filialen sind der Bank- und Postbereich räumlich voneinander getrennt. Aufgrund der farblichen Gestaltung – der Postbereich ist gelb, der Bankbereich ist rot gekennzeichnet – fällt die Orientierung leicht. Im gelben Bereich können an den Kundenschaltern wie üblich Transaktionen sowohl für Post- als auch für Finanzdienstleistungen abgewickelt werden (Briefaufgabe, Paktabholung, Bargeldtransaktionen, Handelsware der Post). Wie schon bisher üblich, gibt es auch an einem gesonderten Telekom-Schalter umfangreiche Beratung zu Festnetz- und Mobiltelefonie. Für Beratungen in Bankangelegenheiten stehen (Express-)Beraterplätze und in einer beru-

higten Zone mehrere Premium-Beratungszonen für Bank-Beratungsgespräche zur Verfügung.

Ein weiterer fixer Bestandteil des neuen Filial-Konzepts ist die neue umfangreiche SB-Zone im Eingangsbereich, die rund um die Uhr zugänglich ist. Neben Postfächern für die Kunden der Österreichischen Post AG gibt es zahlreiche SB-Geräte für Bankdienstleistungen. Das Angebot an SB-Geräten umfasst in der Regel Geldausgabegeräte (Bankomaten), Kontoauszugsdrucker, SB-Scanner für Überweisungen, Münzzählgeräte und Bareinzahlungsgeräte. Damit bieten die Bawag P.S.K. und die Post ihren Kunden einen voll ausgestatteten One-Stop-Shop an. Bis Ende 2012 sollen mehr als 500 solcher Standorte in ganz Österreich realisiert und die Filial-Offensive damit abgeschlossen sein. Die-



fondsbrokerage aus einer hand.

attrax B2B Fondsplattform



- professionelle Fondsabwicklung und -verwahrung für Banken, Versicherungen und Dachfondsinitiatoren
- KAG-Vertragsmanagement und Provisionsinkasso
- umfangreiche Services und Reports
- individuelle Betreuung durch persönliche Ansprechpartner
- Prozessanalyse und -beratung

Haben wir Ihr Interesse geweckt?

Weitere Informationen finden Sie unter www.attrax.lu

se wird im Sommer 2011 noch durch einen weiteren Ausbau des Online-Banking-Angebots unterstützt. Die angestrebten Vorteile des damit neu geschaffenen One-Stop-Shops werden tatsächlich wahrgenommen. In der Befragung geben die Kunden an, sich bei Bank- und Postgeschäften Zeit und Weg zu sparen, die erweiterten Öffnungszeiten nach ihrer Arbeit zu nutzen und Transaktionen deutlich entspannter durchführen zu können.

Durch Multikanal-Bank-Konzept näher zum Kunden

Die Vertriebskraft von künftig 520 vollwertigen Filialen mit großzügiger, rund um die Uhr zugänglicher Selbstbedienungszone wird bei dem Kreditinstitut durch vier weitere Vertriebskanäle, nämlich durch die Tochterbank Easybank, einer Direktbank, dem e-banking der Bawag P.S.K., dem alternativen Vertrieb und dem mobilen Vertrieb ergänzt. Persönliche Ansprechpartner, telefonische Transaktionen und e-Banking werden sukzessive ausgeweitet und aufeinander abgestimmt.

Der mobile Vertrieb ergänzt ideal den stationären Filialvertrieb, indem das mobile Betreuungsteam das gesamte Dienstleis-

tungsspektrum der Bank über Betriebsräte beziehungsweise Arbeiter und Angestellte direkt vor Ort in ihren Betrieben aus Industrie, Handel und im Öffentlichen Dienst anbietet. Die Betreuung des VÖS (Verband Österreichischer Sparvereine), der seit 1966 besteht und mit über 3 800 Sparvereinen und mehr als 260 000 Einzelpersonen die größte Dachorganisation von Sparvereinen in Österreich ist, stellt die zweite wichtige Zielgruppe dieses Vertriebsweges dar. Der Alternative Vertrieb hat die Aufgabe, externe Vertriebspartner, die für die Bank vorwiegend Privatfinanzierungen und Privatkonten vermitteln, zu gewinnen und zu betreuen.

Die Easybank ist derzeit Nummer zwei am heimischen Markt und war die erste Direktbank in Österreich. Sie ist nach wie vor die einzige Direktbank mit dem Leistungsangebot einer Vollbank. Die Produktpalette umfasst eine Vielzahl an Finanzprodukten „aus einer Hand“ und reicht von Angeboten im Giro- und Wertpapierbereich über unterschiedliche Sparprodukte und variable Finanzierungsformen bis hin zur Zukunftsvorsorge. Marktforschung und Kundbefragungen zeigen eindeutig, dass die Kunden die Easybank nicht mehr nur als Nischenbank wahrnehmen, sondern von dem breiten Vollbank-Angebot profitieren

wollen. Sowohl die Zahl der Kunden, als auch die pro Kunde jeweils genutzten Produkte steigen kontinuierlich an.

Relaunch des e-Banking-Angebots

Die Bawag P.S.K. unterzieht ihre „elektronische Bankfiliale“, also ihr e-Banking-Angebot, einem grundlegenden Relaunch. Ab Juli wird es für Kunden noch einfacher, sicherer und praktischer sein, alltägliche Bankgeschäfte selbst im Internet mit individueller Oberflächengestaltung abzuwickeln. Zahlreiche neue Features helfen Zeit zu sparen, gleichzeitig wird auch die Sicherheit weiter erhöht. Heute sind bereits 33 Prozent der Österreicher über ein ausschließliches Direkt-Angebot zu erreichen, während sich 66 Prozent dauerhaft ein Multikanal-Angebot, das heißt eine Kombination aus Internet und Filialen wünschen. Mit der Tochter Easybank wird dieser Markt gemeinsam mit der Marke Bawag P.S.K. zu 100 Prozent abgedeckt.

Mit dem Vertriebskonzept wird einerseits eine bewährte Zusammenarbeit mit der Österreichischen Post ausgebaut, aber andererseits auch operatives Neuland betreten. Vor allem die Anpassung der Retail-Struktur stellt die Bank vor eine große Herausforderung. Mit der Einführung der Ein-Marken-Strategie Anfang März fiel gleichzeitig auch der Startschuss für die Harmonisierung der Produktangebote der beiden bisherigen Vertriebsmarken. Als erstes Beispiel für die gelungene Produktharmonisierung ist die Konto-Box zu nennen, ein Konto-Paket, das in drei Produktvarianten für unterschiedliche Kundensegmente angeboten wird. Damit punktet die Bank nicht nur bei ihren eigenen Kunden, sondern spricht auch Interessenten an, die noch bei anderen Instituten gebunden sind. Denn aufgrund der Filial-Kooperation mit der Post ist die Bawag P.S.K. Österreichs einzige Bank, die regelmäßig auch von Nicht-Kunden frequentiert wird. Daraus ergibt sich für das Institut eine historische Chance. ■

Servicebereich der Bawag-P.S.K.

