

Geschäftsstelle

Commerzbank: neue Services im Test

Nun hat also auch die Commerzbank ihre Test-Filiale in Berlin: mit Öffnungszeiten von acht bis 19.30 Uhr und jeder Menge Technik, die den persönlichen Service beziehungsweise die Beratung nicht ersetzen, sondern erweitern soll. Nicht alles, was in dem neuen Filialtyp getestet wird, sind echte Marktneuheiten, was freilich kein Nachteil sein muss.

Debit- und Kreditkarten zum Mitnehmen beispielsweise (das sogenannte Instant Issuing) haben sich andernorts eher als Gimmick erwiesen. Und auch die Zuschaltung von Experten per Video in die Beratungsräume der Bank haben andere Institute bereits im Einsatz, um gerade kleinere Filialen aufzuwerten und den Kunden den

Kasse und dem Bemühen, dem Kunden einen individuellen Service zu bieten, der über den des Geldautomaten hinausgeht. So lässt sich Service mit Effizienz verbinden.

Und mit den „Express-Service“-Schaltern wird man zweifellos auf hohe Resonanz stoßen. Denn gerade in neuen Filialkonzepten, die ganz auf die Beratung setzen, fehlt es nur zu häufig an Ansprechpartnern, die kurze Angelegenheiten oder Kontoeröffnungen auch ohne Termin erledigen können.

Der Kundenzufriedenheit tun dergleichen Neuerungen gewiss gut. Ob sich daraus allerdings auch mehr Beratungs-

kontakte machen lassen, ist eine ganz andere Frage. Schon andere Institute mussten erfahren, dass sich nicht jeder in ein Beratungsgespräch verwickeln lassen möchte, und dass es sehr viel Fingerspitzengefühl braucht, um die dazu geneigten Kun-



den Weg in spezielle Beratungszentren zu ersparen. Beim Kunden kommt dieses Konzept offenbar gut an – weit besser als eine „Fernberatung“ per Video vom heimischen Computer aus. Das digitale Leitsystem lässt sich dagegen schon eher in die Rubrik „nette Spielerei“ einordnen, auch der Bedarf nach digitalen Arbeitsplätzen für die Kunden wird sich erst erweisen müssen. Die von Michael Mandel im Interview angesprochene neue Videokasse ist dagegen sicher ein guter Kompromiss zwischen dem vielerorts versuchten Rückbau der

den herauszufinden, ohne dass das Beratungsangebot von den Übrigen als Belästigung verstanden wird.

Bei allem Bemühen um mehr Beratungsgespräche (bei der Commerzbank machen sie acht Prozent der Filialbesuche aus) darf auch nicht übersehen werden, dass der Beratungsbedarf schon durch die verfügbaren Mittel begrenzt ist. Auch längere Öffnungszeiten, neue Techniken und Services können daran nichts ändern.

Red.