

Press release

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO

Henning Hinderer

12/14/2000

<http://idw-online.de/en/news28357>

Miscellaneous scientific news/publications, Scientific conferences
Economics / business administration, Information technology
transregional, national

Die Filiale im Internetzeitalter - Fossil oder Chance?

Die Veranstaltung am 17. November 2000 bildete den Auftakt zu einer Seminarreihe im Rahmen des Forschungsprojekts »Dienstleistungsfilialzentren«, das durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gefördert wird.

Haben Filialbanken im Internetzeitalter noch eine Zukunft und wie wird diese aussehen? Dieser Frage stellten sich am 17. November 2000 zahlreiche Praktiker und Wissenschaftler aus dem Finanzdienstleistungsbereich im Rahmen eines Seminars, zu dem Fraunhofer IAO in Stuttgart einlud. Ziel der Seminarreihe ist es, ein Expertennetzwerk zum Erfahrungsaustausch von und mit Praktikern aus dem Finanzdienstleistungsbereich zu etablieren und gemeinsame Handlungsempfehlungen zu entwickeln.

Zu Beginn des Seminars gab Herr Martin Engstler, Leiter des Zentrums Finanzdienstleister am Fraunhofer IAO, einen Überblick über das Forschungsvorhaben »Dienstleistungsfilialzentren« und stellte Kernaussagen der aktuellen Studie »Finanzdienstleistungsmarkt 2000plus« vor. Danach präsentierten Vertreter der am Projekt beteiligten Unternehmen in Form von Praxisberichten aktuelle Anforderungen sowie Lösungsansätze zur Zukunftssicherung der Filialstruktur.

Im Mittelpunkt des Vortrags von Herrn Frank Dierolf zum Vertriebskonzept der Kreissparkasse Esslingen-Nürtingen stand der neu geschaffene »KundenService«. Das GENO-Extranet als Medium eines institutsübergreifenden Wissensmanagement zur Unterstützung medialer Vertriebsstrategien war Gegenstand des Vortrags von Herrn Clauss von der Rechenzentrale der Württembergischen Genossenschaftsbanken (RWG).

In den darauf folgenden Workshops wurden die Kundenerwartungen an zukünftige Filialbanken und die Eignung von Vertriebskanälen für Standard- und Beratungsleistungen diskutiert. Schwerpunktthemen waren dabei erzielbare Mehrwerte durch neue Leistungsangebote sowie die Rolle der verschiedenen Vertriebskanäle - insbesondere der Filiale - in einer integrierten Vertriebsstrategie. Ferner wurden Bedarfe zur Verbesserung von Wissensprozessen herausgearbeitet.

In einem Folgeseminar, das am 7. Februar 2001 geplant ist, werden die behandelten Themen weiter vertieft. Dabei sollen auch Impulse aus dem am 6. Februar 2001 stattfindenden IAO-Forum »Finanzdienstleister und E-Business« aufgegriffen werden.