



## Presseinformation

### Produktauswahl: Bankenvertrieb fehlt es an IT-Unterstützung

- **Drei von vier Bankprofis unzufrieden mit IT-Hilfe bei Kaufentscheidungen**

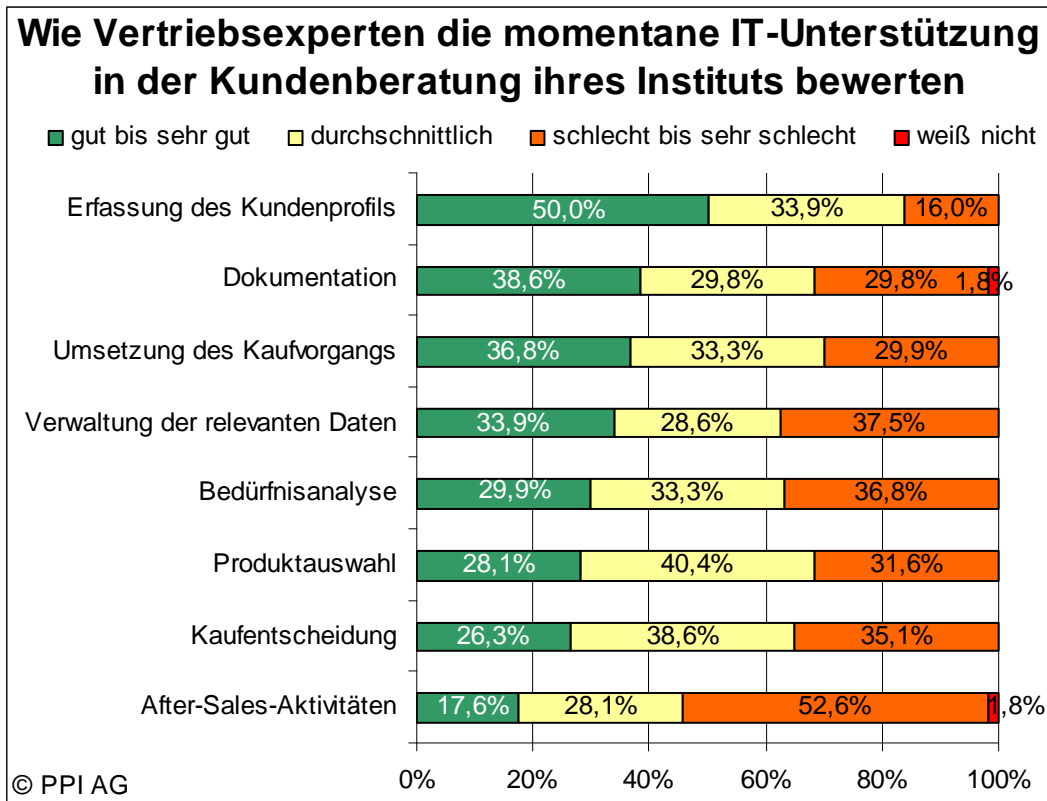
**Die IT-Unterstützung bei der Auswahl von Bankprodukten lässt zu wünschen übrig: Knapp drei Viertel der Fach- und Führungskräfte aus Banken in Deutschland bewerten ihre IT bestenfalls als durchschnittlich, wenn es um Hilfen bei der Produktauswahl für ihre Kunden geht. Damit offenbart der entscheidende Moment der Beratung die größte IT-Baustelle. Die besten Noten in puncto technischer Unterstützung geben die Vertriebsexperten der Erfassung des Kundenprofils sowie der Dokumentation des Beratungsgesprächs. Das ist das Ergebnis der Studie „IT & Vertrieb in der Bankenwirtschaft Juni 2009“ des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Zusammenarbeit mit dem Bankmagazin.**

Nur bei Maßnahmen zur Kundenbindung (After-Sales-Aktivitäten) zeigen sich die Befragten noch unzufriedener mit der IT-Hilfe. Große Defizite sehen die Vertriebsexperten zudem bei der Analyse der Kundenbedürfnisse – 70 Prozent der Befragten wünschen sich in diesem Bereich eine bessere technische Unterstützung. „Es gibt die Möglichkeit, Analysen, Berechnungen und Produktvergleiche für jeden Kunden individuell durchzuführen. Die dafür nötige Software ist vorhanden. Die Umfrageergebnisse machen allerdings deutlich, dass die Banken das Potenzial für moderne IT-Lösungen noch nicht ausgeschöpft haben“, erklärt Thomas Reher, Vorstand der PPI AG.

Ein aktuelles Beispiel, wie solch eine moderne Beratungssoftware aussehen kann, findet sich in der Vermögensberatung: Dazu wird aus den rund 8.000 aktuell gehandelten Fonds eine Vorauswahl getroffen, die nur langfristig erfolgreiche Produkte berücksichtigt. In Form einer Empfehlungsliste können die Ergebnisse dem Bankberater zur Verfügung gestellt, abgerufen und dem Kunden als Entscheidungshilfe vorgelegt werden.

Als nützliches Instrument erweisen sich zudem Software-Programme, die die möglichen Portfolio-Auswahlmöglichkeiten hinsichtlich Rendite und Risiko grafisch visualisieren. „Wo hohe Erträge locken, besteht auch ein höheres Risiko. Diese Wechselwirkung kann dem Kunden anschaulich gemacht werden, so dass er in der Lage ist, das Portfolio entsprechend seinen eigenen Bedürfnissen anzupassen. Im Idealfall wird somit die Kaufentscheidung vereinfacht“, ergänzt Reher.

Vergleichsweise wenig Anlass zur Beanstandung geben die IT-Lösungen der meisten Banken in der Datenerhebung und -verwaltung. Jeder zweite Vertriebsprofi fühlt sich bei der Aufnahme des Kundenprofils ausreichend unterstützt. Jeder dritte Befragte äußert sich positiv über die IT-Hilfe bei der Verwaltung der relevanten Kundendaten.



*Viele Vertriebsexperten zeigen sich enttäuscht von der IT-Unterstützung bei Kaufentscheidungen.*

#### Hintergrundinformationen

Die Studie „IT & Vertrieb in der Bankwirtschaft“ stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die im Auftrag des Beratungs- und Softwarehauses PPI AG in Kooperation mit dem Bankmagazin durchgeführt wurde. Im Zeitraum vom 2. April bis 14. Mai 2009 wurden 172 Fach- und Führungskräfte aus der Bankwirtschaft befragt.

#### PPI Aktiengesellschaft

Die PPI Aktiengesellschaft ist seit 25 Jahren an den Standorten Hamburg, Kiel und Frankfurt erfolgreich für die Finanzbranche tätig. 2008 erwirtschaftete das Unternehmen mit seinen 280 Mitarbeitern 36 Millionen Euro Umsatz in den drei Geschäftsfeldern Consulting, Software Factory und Electronic-Banking-Produkte. Im E-Banking liegt der Schwerpunkt auf sicheren und wirtschaftlichen Standardprodukten für die Kommunikation zwischen Firmenkunden beziehungsweise Privatkunden und ihrer Bank. In der Software-Entwicklung stellt PPI durch professionelle und verlässliche Vorgehensweise eine hohe Qualität der Ergebnisse und absolute Budgettreue sicher. Das Consulting-Angebot erstreckt sich von der strategischen über die bankfachliche bis zur IT-Beratung.



## PPI AKTIENGESELLSCHAFT

### **Pressekontakt**

Andreas Gutjahr

Faktenkontor GmbH

Tel: +49 (0)40 22703-5470

Fax: +49 (0)40 22703-1470

E-Mail: [andreas.gutjahr@faktenkontor.de](mailto:andreas.gutjahr@faktenkontor.de)