

Presseinformation zur 11. Handelsblatt Jahrestagung

Privatkundengeschäft

(22. und 23. März 2006; Frankfurt am Main)

Wachstumsmarkt Privatkundengeschäft

Düsseldorf, Februar 2006. Das deutsche Retail-Geschäft ist wieder in den Fokus der strategischen Überlegungen gerückt. Wie die grenzüberschreitende Bankfusion von UniCredit/HypoVereinsbank zeigt, haben auch ausländische Banken den deutschen Retailmarkt für sich entdeckt. UniCredit-Vorstand Roberto Nicastrò stellt auf der 11. Handelsblatt Jahrestagung „Privatkundengeschäft“ (22. und 23. März 2006, Frankfurt am Main) die Erwartung seines Hauses an den deutschen Markt vor. Weitere fünfzehn Entscheider im Privatkundengeschäft erläutern ihre Vertriebs- und Kommunikationsstrategien im immer stärker umkämpften Markt mit dem Privatkunden auf und stellen sich der Diskussion.

Dr. Wolfgang Klein, Vorstand der Deutschen Postbank AG, stellt die Rolle des mobilen Vertriebs als wichtigen Bestandteil einer Multikanal-Strategie vor und geht auf Wege der Vertriebssteuerung mit freien Handelsvertretern ein. Dass eine Multi-Kanal-Vertriebsstruktur mehr ist als eine Addition von Vertriebswegen, beschreibt der stellvertretende Vorstandsvorsitzende der Sparkasse KölnBonn Dietmar P. Binkowska. Dresdner Bank-Vorstand Dr. Stephan-Andreas Kaulvers zeigt auf, wie sich sein Haus durch die Verbindung von Bank und Versicherungs-Produkten als „moderne Finanzagentur“ behauptet. Die Reaktionen der Deutschen Bank auf allgemeine Kundentrends erläutert Andree Moschner, Vorstand der Deutsche Bank Privat- und Geschäftskunden AG. Die Fokussierung der Citibank auf den Kunden und die Möglichkeiten der Prozessabwicklung sind das Thema der Vorstandsvorsitzenden der CitiBank Deutschland, Sue Harnett. Das Potenzial im Privatkundengeschäft durch die Zusammenführung von Brokerage, Banking und Beratung stellt Dr. Andre Carls, Vorstandsvorsitzender der comdirect bank AG, vor.

Das laufend aktualisierte Programm finden Sie im Internet unter:

<http://vhb.handelsblatt.com/pr-privatkunden>

Weitere Informationen zum Programm

EUROFORUM Deutschland GmbH

Konzeption und Organisation für Handelsblatt Veranstaltungen
Dr. phil. Nadja Thomas
Pressereferentin
Prinzenallee 3
40549 Düsseldorf
Telefon.: +49 (0)2 11. 96 86-33 87
Fax: +49 (0)2 11. 96 86-43 87
E-Mail: nadja.thomas@euroforum.com

Handelsblatt

Das Handelsblatt, gegründet 1946, ist die größte Wirtschafts- und Finanzzeitung in deutscher Sprache. Rund 200 Redakteure, Korrespondenten und ständige Mitarbeiter rund um den Globus sorgen für eine aktuelle, umfassende und fundierte Berichterstattung. Für Entscheider zählt die börsentäglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung heute zur unverzichtbaren Lektüre: Laut Leseranalyse Entscheidungsträger in Wirtschaft und Verwaltung (LAE) 2005 erreicht das Handelsblatt 289.000 Entscheider, das entspricht 12,6 Prozent.

EUROFORUM Deutschland GmbH

EUROFORUM Deutschland GmbH, gegründet 1990, ist eines der führenden Unternehmen für Konferenzen, Seminare, Jahrestagungen und schriftliche Management-Lehrgänge. Seit 1993 ist EUROFORUM Deutschland GmbH Exklusiv-Partner für Handelsblatt-Veranstaltungen, seit 2003 ebenfalls Kooperationspartner für Konferenzen der WirtschaftsWoche. 2005 haben 956 Veranstaltungen in über 30 Themengebieten stattgefunden. Rund 40 500 Teilnehmer besuchten im vergangenen Jahr unsere Veranstaltungen. Der Umsatz lag 2005 bei circa 55 Millionen Euro.