

Gegentrendsetter

AUTOR STEFAN VOGLER

«Die UBS schliesst jede fünfte Filiale in der Schweiz». Das liess genauso aufhorchen, wie eine Studie für Deutschland. Bis 2030 soll jede zweite Bankfiliale in unserem Nachbarland verschwinden. Retailbanken müssen wohl bald ihre Bezeichnung ändern, wenn sie nur noch Automaten anstelle von Beraterinnen und Berater in den überlebenden Filialen beherbergen. Diese Entwicklung kam mit Ansage. Schon über 20 Jahre ist zeit- und ortsunabhängiges Online-banking die Convenience-Alternative zum Gang an den fernen Bankschalter. Und digital superfütte Nonbanks haben

seit Ausbruch der Coronakrise den Durchbruch geschafft. Für den Zahlungsverkehr gibt es gebührenlose Plattformen vom Feinsten und selbst bei Älteren ist die Wechselbereitschaft für ihre Bank massiv gestiegen.

Mitten in die Ausdünnung der Bankfilialen platzte die

MARKE DES MONATS

Gegen den Trend, die

MIGROSBANK

will Standorte eröffnen.

Mitteilung der Migros Bank, sie werde ihre Marktpräsenz mit der Eröffnung neuer Filialen ausbauen. Mit Hilfe der Brandingagentur Metadesign wurde die Bankfiliale der Zukunft designt. Die Bank mit dem grünrotschwarzen Logo will ihren Kundinnen und Kunden das Beste aus der analogen und digitalen Welt an einem Ort mit einem besonderen Markenerlebnis bieten. Sie folgt damit statt den Branchengurus der Marketing-Weisheit «Wo ein Trend ist, ist ein Gegenteil!». Gut möglich, dass sich diese Strategie auszahlt, denn irgendwie muss eine Bank doch einen

STEFAN VOGLER



Stefan Vogler berichtet über die Markenführung von grossen und kleinen, altbewährten, aufgefrischten oder neuen Marken.

WWW.MARKENEXPERTE.CH

naheliegenden Ort erhalten oder schaffen, an dem die Bankbeziehung er- und gelebt wird. Schliesslich können die wenig oder unrentablen Retailkunden von heute die lukrativen Private Banking-Kunden von morgen sein. ■