

NACHRICHTEN

Credit Suisse steigt bei Finanzvertrieb Aragon ein

Der Schweizer Bankkonzern Credit Suisse hat Finanzkreisen zufolge acht Prozent am deut-

lichen Finanzvertrieb Aragon erworben. In Finanzkreisen hieß es, die Beteiligung untermauere eine Vertriebskooperation. Die börsennotierte Aragon solle in Zukunft Angebote von Credit Suisse vertreiben. Aragon ist eine Tochter des Konzerns Angermayer, Brumm & Lange und versorgt Finanzvermittler mit Finanzprodukten. Aragon äußerte sich nicht zu der Allianz. | ben

Unicredit kauft kasachische Bank

Die italienische Unicredit hat für rund 1,4 Mrd. Euro die kasachische ATF-Bank übernommen. UniCredit halte an der Bank nun 91,8 Prozent, teilte die Börse Kasachstans mit. Die 1995 gegründete ATF hat auch Niederlassungen in Russland, Kirgistan und Tadschikistan. Die Einlagen der fünfgrößten Bank in Kasachstan belaufen sich auf rund acht Mrd. Dollar. | Reuters

Merrill Lynch dementiert Bericht über Stellenabbau

Der US-Finanzkonzern Merrill Lynch hat einen Medienbericht über einen möglichen Abbau eines Viertels aller Stellen im Anleihebereich dementiert. Es gebe keine Pläne, die Belegschaft in größerem Umfang zu reduzieren, sagte eine Sprecherin. Nach

Nachholbedarf im Marketing der Banken

Deutsche Banken vergeben Wachstumsmöglichkeiten

FRANKFURT. Deutsche Banken setzen Marketing nicht strategisch genug ein. Zu diesem Ergebnis kommt eine bisher unveröffentlichte Studie der Unternehmensberatung Booz Allen Hamilton. Damit verpassten die Banken Wachstumsmöglichkeiten, urteilt Johannes Bussmann, Deutschland-Geschäftsführer von Booz Allen Hamilton. Trotz hoher Werbeausgaben beschränke sich der Einsatz des Marketings auf reine Imagewerbung, anstatt aus der Marketingperspektive gezielt Produkte und Marken mit zu entwickeln und zu bewerben.

Für die Studie befragte die Beratungsfirma 1.200 Unternehmen in Europa und Nordamerika – darunter 120 Finanzdienstleister – nach Positionierung und Einsatz des Marketings innerhalb des Unter-

nehmens. Dabei stellte sich heraus, dass Konsumgüterunternehmen weltweit Marketing in ihrer Organisation prominenter und eigenständiger platzierten und strategischer einsetzten. Deutsche Banken weisen dem Marketing demnach weit weniger Bedeutung zu als die europäischen Banken im Schnitt.

Den Banken voraus beim Einsatz des Marketings stud der Studie zufolge in Deutschland Kreditkartenfirmen, Konsumentenfinanzierer und Bausparkassen. Als positive Ausnahmen unter den Banken nennt die Studie etwa die Teambank, die den Konsumentenkredit „Easycredit“ bewusst als Markenprodukt anbietet, oder ING Diba, die mit gezielter Produktwerbung eine starke Dachmarke etabliert

hat.

Bank of America schreibt weiter ab

US-Konzern korrigiert Portfolio um drei Mrd. Dollar

NEW YORK. Der Reigen an Absreibungen im Zuge der US-Immobilienkrise geht an prominenter Stelle weiter: Der US-Bankenriese Bank of America kündigte gestern Wertberichtigungen im Volumen von drei Mrd. Dollar für das laufende vierte Quartal an. Zudem würden 600 Mill. Dollar bereitgestellt, um bankeigene Geldmarktfonds finanziell zu stützen, die sich im Subprime-Geschäft verspekuliert haben. Am Markt wurde offenbar Schlimmeres befürchtet, entsprechend stiegen Bank of America-Aktien nach der Mitteilung. Finanzvorstand Joe Price schloss aber weitere Wertminderungen nicht aus, sollten sich die Marktkonditionen „möglicherweise verschlechtern“.

Prognosen, wie schwer die Branche insgesamt im Mitteldenschnitt deutlich erhöht.

