



© Erste Group (3)



An den ersten Standorten ist das neue Logo bereits zu sehen, die weitere Umstellung des Filialnetzes soll in den nächsten Jahren schrittweise passieren.

”

Unter dem Motto ‚Face your fears‘ wollen wir das Gefühl der Angst, das viele Menschen derzeit haben, aufgreifen und sagen: ‚Stell dich deiner Angst.‘

“

medianet: Wie wird der Erfolg in der Erste Group gemessen?

Stadler: Grundsätzlich tracken wir unterschiedliche Dinge. Die Marke wird einmal im Jahr standardisiert über alle Märkte hinweg analysiert. Dabei geht es um Fragen der Markengesundheit und der Weiterentwicklung. Das Ganze richtet sich vor allem ans Top-Management. Quartalsweise tracken wir zusätzlich

die Kampagnen, um zu sehen, wie sie, auch im Vergleich zum Wettbewerb, funktionieren. Außerdem haben wir die Kundenzufriedenheit, diverse Einzeltrackings und zusätzlich die Produktabschlüsse. Den insgesamt größten Effekt sehen wir aktuell im Neukundenzuwachs, der im letzten Jahr einen histori-

schen Höchststand erreicht hat. Das ist am Ende des Tages ein Zeichen, dass wir einiges richtig gemacht haben mit unserer Arbeit.

medianet: Lässt sich sagen, woher dieser Zuwachs kommt?

Stadler: Einerseits kommen Neukunden vom Wettbewerb,

andererseits kommen viele junge Menschen nach, die wir mit unserer Jugendmarke spark7, die digital gut aufgestellt ist, erreichen.

In Summe gelingt es uns offensichtlich am besten, als Marke eine klare Position zu haben. Mit George haben wir außerdem ein attraktives Digitalangebot.



In der neuen Kampagne der Erste Bank, die im Jänner angelaufen ist, wird die neu entwickelte CI bereits eingesetzt.