

# Spezialist für alle

Cortal Consors, einst Pionier im Online-Brokerage, wird zur Berater- und Vollbank ausgebaut

VON ANDRÉ SCHMIDT-CARRÉ

Während die klassischen Banken Wege suchen, ihre Kunden ins Internet zu lotsen, macht sich die Bank Cortal Consors auf den Weg in die Innenstädte. „Wir wollen Filialen in guter Auflage eröffnen“, sagt Deutschlandchef Martin Daut. Zehn Filialen plant Cortal Consors in deutschen Großstädten, die ersten sollen Ende 2007 öffnen. Sie sollen jeweils acht bis zehn Mitarbeiter, aber keine Kassenschalter und Geldautomaten haben. Die Bank will in der Fläche aber nicht mit Sparkassen und Volksbanken konkurrieren: „Das wäre vermessen und strategisch auch gar nicht wünschenswert“, sagt Daut.

Der Erfinder des Online-Tradings will sich als beratende Direktbank positionieren und baut die Angebotspalette aus. Etwa im Transaktionsgeschäft: Hier will Cortal Consors künftig ein eigenes Girokonto anbieten. Bargeld bekommen die Kunden aber nicht in den Consors-Filialen, sondern an den Geldautomaten der Konkurrenz. Um horrenden Gebühren zu vermeiden, besorgen sich die Kunden ihr Bargeld mit der Kreditkarte, ohne dafür bezahlen zu müssen. Die Direktbanken zahlen dafür an die Kreditkartenunternehmen geringe Gebühren. „Mit einem Ein-Produkt-Angebot wie Brokerage kann man Kunden nur begrenzte Zeit

glücklich machen“, begründet Daut den Ausbau der Angebotspalette.

Ist das der Weg zum Erfolg? „Die Institute brauchen eine klare Strategie. Cortal Consors ist bislang ein Brokerspezialist“, sagt André Hüsemann vom auf Finanzwerte spezialisierten Analysehaus SRC Research. „Der Umbau zur Direktbank wird einige Zeit dauern, da sind einige Mitbewerber deutlich weiter.“

Kerngeschäft von Consors, Tochter der französischen Bank BNP Paribas, bleibt so die aktive Geldanlage. Ziel-

**„Mit einem Ein-Produkt-Angebot wie Brokerage kann man Kunden nur begrenzte Zeit glücklich machen“**

Martin Daut, Cortal-Consors-Chef

gruppe sind acht bis neun Millionen Kunden aus dem „gehobenen Privatbereich“ – so nennt man die vorwiegend männliche Kundschaft, die internetaffin ist und Barvermögen ab 50 000 € anlegen kann. 650 000 Kunden hat Cortal Consors nach eigenen Angaben, 2010 wollen die Banker die Millionengrenze knacken.

Vor allem mit dem Beratungsgeschäft will die Bank wachsen. „Nur

zufriedene Kunden bleiben“, sagt Geschäftsführer Martin Daut. „Und wenn jemand bei uns tradet und mit dem Ergebnis seiner eigenen Geldanlage nicht zufrieden ist, will er Beratung haben. Die bieten wir ihm jetzt verstärkt an.“

70 selbstständige Berater arbeiten heute für Cortal Consors, Ende des Jahres sollen es 100 oder mehr sein. Doch peilt Consors kein Wachstum um jeden Preis an – und erfahrene Bankvertriebler gelten Markt jetzt als sehr gefragt und teuer: „Wir haben einen Premiumanspruch, und den werden wir auch beibehalten. Wir stellen nur Banker mit mindestens zehn Jahren Berufserfahrung ein“, sagt Daut.

Die Berater sollen künftig nicht mehr in ihren Büros arbeiten, sondern in einer der Consors-Filialen. Damit will die Bank die Präsenz der Marke stärken. Und nebenbei neue Kunden anlocken, die mit dem Internet nicht viel am Hut haben.

Mit Kundenwachstum allein ist es allerdings nicht getan. „Giro- und Geldmarktkonten dienen den Banken vor allem dazu, neue Kunden zu gewinnen. Um an denen auch zu verdienen, muss die Bank den Kunden davon überzeugen, das Geld in höherwertige Anlagen wie zum Beispiel Fonds umzuschichten“, sagt Experte Hüsemann. „In welchem Maße das bei Cortal Consors gelingt, muss sich erst noch zeigen.“