

Die schräge Tochter

SPIEGEL-Redakteurin Michaela Schießl über die Bank 24

Nur noch 30 Sekunden bis zum Kundenkontakt, und die verdammte Birkenstocksandale ist immer noch unterm Schreibtisch verschollen. Leise fluchend nimmt Bankkaufmann Michael Halm den Kopfhörer ab und taucht ab, das Schuhwerk zu suchen.

Am Tisch gegenüber schleckt sich Banker Thomas die Lippen feucht und öffnet das Hemd drei Knöpfe tief. Alles klaro, tief Luft geholt, so quatscht es sich frei und wie geschmiert. Kollegin Vera schiebt sich das Mikrofon dicht vor den Mund. Wie alle im Call-Center lugt sie, mit einem langen Kabel an Telefonanlage und PC gekettet, zum Fernseher in der Mitte des Raums und wartet auf den Startschuß.

Dann, endlich, um 19.52 Uhr, kommt der Spot: eine Eule in der Nacht, eine Frau mit Schlafstörungen. Dazu die Information: „Bank 24: Ihre persönliche Unabhängigkeitserklärung. Rufen Sie jetzt an: 01803-240000.“

Sekunden später geht es zu wie bei einem Auswahlwettbewerb für Talk-Radio-Moderatoren: Alle reden, lachen, gestikulieren, wuscheln sich in den Haaren und sind vor allem freundlich, fröhlich, nett, sympathisch und ungeheuer jungdynamisch: „Einen schönen guten Abend, hier ist die Bank 24, rund um die Uhr für Sie da, sieben Tage die Woche. Was darf ich für Sie tun?“

Zufrieden beobachtet Thomas Holtrop seine unkonventionellen Berater. Telefonierende Mitarbeiter sieht der Generalbevollmächtigte der Bank 24 so gern wie ein herkömmlicher Filialleiter Schlangen am Schalter. Denn in seiner Bank wird die Kundschaft einzig und allein über elektronische Medien bedient: via Telefon, BTX-Datex-J und Internet. „Keine Warteschlangen mehr, keine Parkplatzprobleme, keine Abhängigkeit von Öffnungszeiten, Freiheit total“, singt der Manager das Hohelied auf den Zeitgeist, „bei uns gibt es Kredite ohne physischen Kontakt.“ Safer banking eben, in der allzeit bereiten Vollbank ganz ohne Filialen, ohne Schalter, ohne Safe – und ohne Geld. „So haben wir sogar das Problem des Bankraubs gelöst.“

Marketing-Manager Holtrop, der beim Club Méditerranée, bei Robinson, der Werbeagentur Springer & Jacoby und zuletzt bei American Express Dienst tat, hat eine Mission. „Was Dienstleistungen betrifft, ist Deutschland Entwicklungsland“, glaubt der US-

erfahrene Mann. Und das will er ändern.

Am 24. September ging die Bank 24 „ans Netz“, um die 8,5 Millionen Menschen, die sich laut Umfrage für elektronisches Direktbanking interessieren, zu erobern. Anders als die Konkurrenz setzt die 100prozentige Deutsche-Bank-Tochter dabei auf ein von Mutterfilialen vollkommen unabhängiges Konzept.

Die Bank bietet Privatkunden alles, was die normale Filiale auch leistet: Kontoführung, Geldanlage, Wertpapiergeschäfte – nur eben 30 bis 55 Prozent billiger und rund um die Uhr.

Das klingt verführerisch, und so haben bereits 70 000 Neugierige bei der schrägen Techno-Tochter der steifen Deutschen Bank angerufen. Doch die Kundenzahl ist erst dreibis vierstellig, viele trauen dem Frieden noch nicht. Ihr Geld abgeben an eine Bank, die es laut Eigenwerbung eigentlich nicht gibt? An Leute, die man nicht sieht? In ein Haus, das man nicht kennt und zu dem man nur via Datenautobahn gelangen kann?

Das denkmalgeschützte Backsteingebäude, eine alte Getreidemühle im Norden Bonn, liegt abseits der Stadt, gleich neben dem Hafen. Holtrop und die drei von der Deutschen Bank rekrutierten Vorstände Nico Stein, Reinhard Carl und Thomas Becker wollten ein Ambiente mit Werkstattcharakter. Sie ließen den Kornspeicher durchstylen zu einem Loft wie in der Lätta-Reklame – für ein Drittel der Miete, die sie im Frankfurter Bankenviertel bezahlen müßten.

Weitab von der glitzernden Geschäftswelt will die Viererbande ihren

Fünfjahresplan realisieren: 60 000 Kunden im ersten Jahr, eine halbe Million in fünf Jahren.

Die Zielgruppe ist fest umrissen: 20 bis 45 Jahre alt, Haushaltsnettoeinkommen 4000 Mark, beruflich eingespannt, engagiert, gut informiert in Finanzdingen und technisch aufgeschlossen.

Doch sind das die Leute, die anrufen? Neugierig steht Holtrop im Call-Center und lauscht den Gesprächen, die nach der TV-Werbung geballt auflaufen.

Die meisten Anrufer sind Männer zwischen 20 und 40 – und voller Sehnsucht nach der streßfreien Bank. „Manche wollen uns alle Vollmachten geben, damit wir alles für sie erledigen“, sagt Telefonist Bernd Hollmig und wun-



FOTOS: M. ZUCHT / DER SPIEGEL

Hollmig



Halm

Bank-24-Mitarbeiter: Ungeheuer jungdynamisch

dert sich: „Die machen sich keine Sorgen um Datenschutz.“

Eine halbe Stunde nach dem Spot ist der Run meist zu Ende, und die Telefonisten fallen schlapp in die Stühle. Die Ohren sind heiß, der Mund ist trocken, und alle gieren auf die Auswertung wie Moderatoren auf die Quote. Bis zu 3000 Anrufe pro Tag müssen die Telefonisten bewältigen, bis zu 120 pro Per-

son. Und doch ist die Laune heiter wie unter freiwilligen Wahlkampfhelfern.

„Pionierstimmung“ nennt das Holtrop, denn „wie oft gründet man schon eine Bank?“ Im hemdsärmeligen Werkstattflair der Auermühle gebietet der Chef in Cordhosen über 110 Mitarbeiter in Jeans und T-Shirt, mit Ohrring und Teddybär-Krawatte, 25 Jahre alt im Durchschnitt. Girlies mit Bergstiefeln und Miniröcken, Game-Boys in Streetwear-Kleidung – Deutsche Bank goes Hip Hop.

Angestammte Plätze sind verpönt im Unternehmen Cyberbank. Selbst die persönliche Verwirklichung via Kaffeetasse bleibt verwehrt, dank der einheitlichen, mit dem vom Stargrafiker Neville

allzeit offen, um Berührungsängste gar nicht aufkommen zu lassen. Ständig wuseln die Vorstände im Call-Center herum, um, falls nötig, auch mal selbst Ohr anzulegen. Lean Management wie aus dem Lehrbuch: kurze Wege, direkte Ansprachen, schnelle Entscheidungen.

Etwa die Hälfte der Mitarbeiter sind keine gelernten Bankkaufleute, sondern Studenten, die Teilzeit jobben. So gleicht das Call-Center einem Asta-Büro: An den Wänden hängen selbstgeschriebene Plakate – riesige Spickzettel fürs Kundengespräch.

Was tun, wenn ein Kunde auf die geringen Ausgaben der Bank abhebt? Ihm recht geben, immer recht geben, sich bedanken für diesen interessanten

Schutzeinrichtungen hättest du besser erklären sollen, sonst war es gut, sehr freundlich“, lobt sie.

Supervisoren sind eine feste Institution in der Bank 24. Ihre Aufgabe: die Gleichschaltung der Kundenansprache. Nach dem sechswöchigen Ausbildungsprogramm soll jeder Telefonist die gleichen Sätze sprechen, damit sich der Kunde nicht an einen bestimmten Ansprechpartner gewöhnt.

Da ist zum Beispiel der Herr, der eben noch bei Rita angerufen hat und nun bei Beate gelandet ist. Drei Minuten telefoniert die Jurastudentin mit dem Kunden, dann muß sie ihn zurechtweisen. Zu gern wollte er wieder zurück zu Rita oder zumindest ihre Maße erfahren.

Das passiert öfter, besonders während des Nachtdienstes, wenn im Privatfernsehen um Telefonsex-Kunden geworben wird. Von Hormonen gepeinigt, ruft gelegentlich schon mal einer bei der billigen Banknummer an.

Beate Vogel hat dennoch Spaß an dem Job. Die Stimmung sei prima, völlig ungehemmt, das Haus einfach zum Wohlfühlen. Und wo schon ißt der Vorstand zusammen mit seinen Leuten täglich die Pizza aus der Pappschachtel?

Nur in der Kaffeeküche, weitab vom Chefzimmer, wird schon mal gemurrt. Bloß 16 bis 23 Mark die Stunde, kein 13. Monatsgehalt, weder Urlaubs- noch Weihnachtsgeld. Kein Zuschlag für Sonn- und Feiertage, nur 25 Prozent mehr Lohn bei Nachtdienst, keine Betriebsrente und bloß 25 Tage Urlaub.

Doch einen Betriebsrat zu gründen ist schwierig, denn da sei „der Holtrop davon wie der Vater vor Töchterchens Schlafzimmer“. Was der nicht bestreitet: „Ein Betriebsrat führt nur zu einer unnötigen Politisierung.“

Im Call-Center ist es spät geworden und leer. Um 23 Uhr schieben nur noch Ralf Schmidt und Michael Halm Nachtschicht, bis morgens um acht. Das Telefon stellt sich tot, nur fünf Anrufe bis sechs Uhr morgens.

Das einzige, was für Aufregung sorgt, ist der Computer. „Nachts stürzt immer die Bank ab“, verteidigt sich Michael, als ein Mitarbeiter einen Testanruf startet. Tatsächlich arbeiten die EDVler der Deutschen Bank aus Eschborn jede Nacht fieberhaft an der Verbesserung der offenbar überforderten Software, dem Herz der Bank 24.

Schneller, besser, leistungstärker soll es werden, und manchmal passen die verschiedenen Programme in der Eile nicht zueinander. Dann kommt es zum Zusammenprall auf der Datenautobahn – der Highway wird für Stunden gesperrt. Und Michael muß zurück in die Steinzeit: Mit dem Bleistift notiert er die Wünsche der Kunden, auf Papier, wie ein ganz normaler Banker. □



Bank-24-Gebäude: Ein Loft wie in der Lätta-Reklame

Brody entworfenen Firmenlogo verzierten Porzellanbecher. In der Küche wartet eine Mikrowelle auf Junk food, und auch für den Chef gilt, was der Zettel an der Geschirrspülmaschine gebietet: „Jeder räumt seine Tasse selber ein!“

Harte Sitten in der Firmen-WG, in der die Hierarchieebenen flacher sind, als die sechs Stockwerke vermuten lassen. Die Türen der Chefzimmer stehen

Aspekt und darauf hinweisen, daß dieser Preisvorteil sofort an ihn, den lieben Herrn Müller, Meier, Schmidt, weitergegeben wird.

Marcus Brunswick, Sportstudent mit Knopf im Ohr, fährt seit dem 11. September auf der Datenautobahn der Bank 24. Vorher war er Taxifahrer. Neben ihm sitzt eine Supervisorin, die seine Gesprächsführung kontrolliert. „Die