

Neue Wege im Private Banking

Confidum: „Mega-Krise“ wird zur „Mega-Chance“

VON TOM GENOT

Die schlechte Entwicklung der Vermögenswerte zu Zeiten von Wirtschafts- und Finanzkrise haben viele Kunden des Private Banking verunsichert und verärgert. Nun gilt es, laut den Spezialisten von Confidum (Financial Management Consultants) die Anfang Mai ein Fachpublikum zu einer Konferenz in der Abtei Neumünster eingeladen hatten, das Vertrauen der Anleger in die Kompetenz der Private Banking-Anbieter wieder zu verbessern.

Zur Veranschaulichung der erstgenannten Erkenntnis stellte Christophe Graber, Managing Director der Schweizer Finanzberatungs-Gesellschaft, im Rahmen dieser Konferenz eine Studie vor, aus der hervorgeht, dass 70 Prozent der befragten Kunden mit ihrer derzeitigen Hauptverbindung in Sachen Vermögensbetreuung unzufrieden, beziehungsweise sehr unzufrieden sind.

Mehr als 80 Prozent der Kunden beurteilen das aktuelle Preis-/Leistungsverhältnis ihrer Bankpartner als schlecht oder sehr schlecht und knapp 30 Prozent der Befragten suchen derzeit aktiv und konkret nach Alternativen zu ihrer bestehenden Hauptbankverbindung in Sachen Vermögensberatung. Diese Unzufriedenheit der Kunden hat laut Christophe Graber mehrere Gründe und wird durch interne



Christophe Graber (l.) und Markus Bräckle zeigen, wie Private Banking-Anbieter das Vertrauen ihrer Anleger zurückgewinnen können. (FOTO: SERGE WALDBILLIG)

Defizite verstärkt. Viele Private Banking-Anbieter beharren auf traditionellen und oftmals starren Asset Management-Ansätzen, ohne Berücksichtigung der sich drastisch veränderten Marktgegebenheiten und bieten intransparente und oftmals „ambitionierte“ Preismodelle mit nur bedingt vermittelbarer Nutzkomponente an.

Daneben wird die Geschäftssteuerung primär unter kurzfristiger orientierte Ertragsaspekte gestellt und das häufige Wechseln verschiedener Bankiers zwischen verschiedenen Private Banking-Häusern geht zulasten einer stimmigen und qualitativ homogenen Beratungskultur und schadet schlussendlich dem Kunden.

Christophe Graber unterstrich aber in diesem Kontext dass die Private Banking-Branche in den letzten Jahren sehr erfolgreich gearbeitet habe, jedoch müsse man jetzt umdenken, um unter anderem den Anforderungen einer neuen Generation von Kunden gerecht zu werden. Diese Kunden werden anspruchsvoller, flexibler und zu einem großen Teil auch besser informiert sein.

„Stillhalte- und Aussitzstrategien“

Auch Markus Bräckle, Managing Director, bemerkte weiter dass „Stillhalte- und Aussitzstrategien“ im Zusammenhang mit der aktuellen Krise nicht von Erfolg gekrönt

sein werden und dass proaktive Kommunikation mit allen Interessengruppen, allen voran den Kunden und Mitarbeitern, das Gebot der Stunde sei.

Traditionelle Werte wie Verantwortung, persönlicher Einsatz, Fairness oder schlicht Zuverlässigkeit stehen wieder hoch im Kurs und sollen zu einer dauerhaften „Win/Win-Situation“ zwischen Bank und Kunden beitragen. Bei der daraus resultierenden Partnerschaft sollen die anvertrauten Kundenvermögen mit einem Höchstmaß an Verantwortung verwaltet werden.

Des Weiteren verwies Markus Bräckle auf die Tatsache dass Produkte wieder verständlicher und nachvollziehbarer gestaltet werden müssen, dies gilt sowohl für Produzenten und Berater, als auch für Kunden, deren Bereitschaft zum Invest in „Black-Boxes“ in absehbarer Zeit verschwunden sein dürfte. Daneben wurde auch wieder mehr Kostentransparenz seitens der Private-Banking-Anbieter gefordert.

In seinem Schlusswort unterstrich Christophe Graber, ebenfalls Managing Director von Confidum, dass die aktuelle Krisensituation zu einer Chance werden kann, und zwar für jene Anbieter, die zeitnah und selbstkritisch den eingeschlagenen Kurs ihrer Unternehmen auf die veränderten Rahmenbedingungen und Erwartungen ausrichten.