

01.07.2009 - 11:00 Uhr

PwC-Studie "Global Private Banking and Wealth Management Survey 2009" Schweizer Private Banking: Kundenfokus mit Tradition

Zürich (ots) -

Nach mehreren Jahren rasanten Wachstums hat die aktuelle Wirtschaftskrise das wachstumsorientierte Geschäftsmodell im Bereich Private Banking infrage gestellt. Zudem verlangen die Kunden mehr Transparenz, hochqualifizierte und kundenzentrierte Beratung sowie langfristige Sicherheit. Nun heisst es Fokussierung auf die Kernaufgaben in der Vermögensverwaltung - unabhängige Beratung und langfristige Kundenbeziehungen. Unternehmen, die dies bereits umgesetzt haben, gehören zu den ertragsstärksten Privatbanken. Zudem wird die Beratungsqualität zum neuen Unterscheidungsmerkmal. Die Schweizer Privatbanken profitieren von einer nachhaltig starken positiven Reputation, müssen aber zukünftig auch den gestiegenen Kundenanforderungen Rechnung tragen. Diese Erkenntnisse gehen aus der Studie "Global Private Banking and Wealth Management Survey 2009" von PricewaterhouseCoopers (PwC) hervor.

41 Prozent der Arbeitszeit verwenden Kundenberater für die Kundenbeziehungen. Sie sind trotzdem der Meinung, dass dies nicht ausreicht, um ein befriedigendes Dienstleistungsniveau zu erzielen. Die Kundenberater fühlen sich selbst zu wenig ausgebildet bezüglich Steuer- und Risikofragen und "soft skills", die wichtig sind im Umgang mit den Kunden. Zudem wünschen sie mehr Nähe zum Kunden. Matthias Memminger, Partner und Leiter Wirtschaftsberatung Financial Services bei PwC Schweiz, meint dazu: "Die aktuelle Wirtschaftskrise hat das Verhältnis von Kundenberatern und Privatkunden getrübt. Die Banken müssen transparenter werden und die Intensität der Kundenbetreuung erhöhen. Darüber hinaus sind die Prozesse genau anzuschauen und auf die gewünschte Ausbildung der Mitarbeitenden zu fokussieren. Dann ist auch Erfolg unter verstärktem politischem, wirtschaftlichem, steuerlichem und regulatorischem Druck möglich."

Kundenbeziehung im Zentrum

Rolf Birrer, Leiter Wirtschaftsprüfung Banken und Asset Manager PwC Zürich, fordert deshalb: "Private Banking muss sich neu orientieren. Wir stehen vor einer Ära des 'nouveau classic banking' für Privatbanken und Vermögensverwalter. Die Beratungsqualität wird zum neuen Unterscheidungsmerkmal. Der Vermögensberater der Zukunft ist ein 'trusted advisor', ein vertrauenswürdiger Partner, der Bedürfnisse seiner Kunden ins Zentrum rückt und auch in schwierigen Zeiten seine Kundenbeziehungen nachhaltig erfolgreich pflegt. Dazu brauchen diese Kenntnisse im Bereich von Steuerberatung und Risikomanagement. Und um die richtigen Anreize zu geben, braucht es langfristig orientierte Kompensationsmodelle sowie Entwicklungsmöglichkeiten, welche die Kundenorientierung fördern und die Kundenloyalität der Berater stärken."

Kompensationsmodelle unter Beobachtung

Viele CEOs von Vermögensverwaltern haben eingesehen, dass das wichtigste Unterscheidungsmerkmal die Beratungsqualität darstellt. Sie setzen daher zunehmend auf Entlohnungssysteme, welche die Kundenberater für Verhalten belohnen, die zur langfristigen Kundenbindung beitragen. Parallel dazu gehören Regierungsstellen und Regulatoren heute zu den wichtigsten Treibern für veränderte Kompensationsmodelle im Finanzbereich: Sie fordern Modelle mit längerfristigen Zielhorizonten. Von den Vermögensverwaltern, die ihre

Kompensationsmodelle in den letzten zwei Jahren in dieser Richtung angepasst haben, stellten 81 Prozent eine Verbesserung der Mitarbeitermotivation fest, und 78 Prozent konnten ihre High-Performer besser im Unternehmen halten.

Tiefes Kunden/Berater-Verhältnis als Erfolgsfaktor

"Wir haben keine direkte Verbindung zwischen Unternehmensgrösse und Profitabilität (gemessen als Kosten/Ertrags-Verhältnis) festgestellt", erklärt Matthias Memminger. "Den Unterschied machen eindeutig die Qualität und Unabhängigkeit der Beratung: der Fokus hat sich von der Akquisition von Neukunden zur 'client retention' - der Pflege des bestehenden Kundenstamms durch vermehrte Interaktion und intensiveren Beziehungsaufbau - verschoben." Die profitabelsten Vermögensverwalter zeichnen sich gemäss der Studie durch signifikant tiefere Kunden/Berater-Verhältnisse in allen Vermögenssegmenten aus, denn dies erlaubt ihnen, die Kundenbedürfnisse besser zu verstehen und ihre Vermögen entsprechend zu mehren.

Kontakt:

Matthias Memminger
Partner und Leiter Wirtschaftsberatung Financial Services
PricewaterhouseCoopers Schweiz
E-Mail: matthias.memminger@ch.pwc.com

Rolf Birrer
Leiter Wirtschaftsprüfung Banken und Asset Manager
PricewaterhouseCoopers Zürich
E-Mail: rolf.birrer@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Communications Senior Manager
PricewaterhouseCoopers Schweiz
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100586056> abgerufen werden.