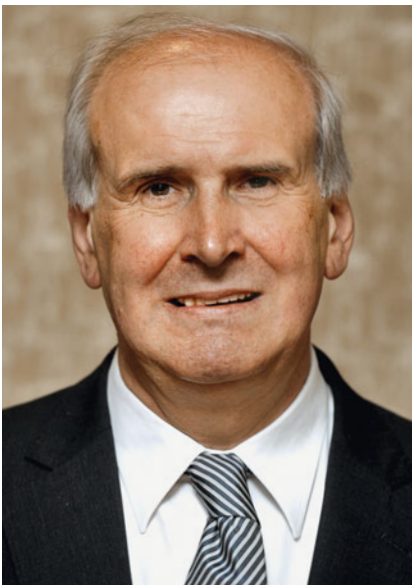


Sustainable Finance

Strategische Markenführung zur Gewinnung von Kunden

Editorial von Otmar Hasler, Regierungschef a.D., Member of the Board, Kaiser Partner



Als Megatrends werden die übergreifenden Veränderungen bezeichnet, die in einem relativ langen Zeitraum alle Ebenen der Gesellschaft durchdringen. Sie helfen den Verantwortlichen in Politik und Wirtschaft, sich frühzeitig auf die künftigen Rahmenbedingungen vorzubereiten. Denn unabhängig von aktuellen Krisen und Konjunkturschwankungen setzen sich diese Veränderungen durch.

Einer der Megatrends ist die fortschreitende Globalisierung der Märkte und der damit einhergehende immer stärkere Einfluss auf das Leben von Millionen von Menschen. Dabei entwickelt sich die Wirtschaft unterschiedlich. Rund 70% des weltweiten Wachstums wird schon in naher Zukunft in den Emerging Markets erwirtschaftet. Dazu trägt ganz wesentlich die digitale Revolution bei. Schon im Jahr 2015 werden mehr als 50% der Internetnutzer auf mobile Endgeräte vertrauen. Dieser Trend wird sich grossflächig, sprich global auswirken. Gerade in ärmeren Ländern werden sich mobile Endgeräte – und davon abgeleitet das Mobile Banking – am stärksten ausbreiten. Daraus zu folgern, dass viele der innovativsten Geschäftsmodelle künftig aus diesen Ländern kommen, ist naheliegend.

Es muss deshalb davon ausgegangen werden, dass auch der Finanzdienstleistungsmarkt aus diesen Ländern wachsende Konkurrenz erhalten wird. Die digitale Revolution wird das Bankwesen massgeblich verändern. Investitionen in erheblichem Ausmass werden in neue Technologien fliessen. Die Kunden werden immer anspruchsvoller, sind besser informiert und suchen Institute, die ihrer Vorstellung und ihren Wünschen gerecht werden.

Trendforscher sagen auch das Ende des unkritischen Massenkonsums voraus. Im Internet können Billigangebote leicht gefunden werden, Leistung und Preis werden abgewogen und Angebote verglichen. Das eigene Konsumverhalten verändert sich und Anbieter von Konsumgütern, aber auch von Finanzdienstleistungen, werden bewusster ausgewählt. Das wiederum verlangt von den Finanzinstituten, sich auf bestimmte Dienstleistungen zu konzentrieren und Kundensegmente mit erstklassigen Angeboten anzusprechen.

Glauben wir an die grossen Megatrends, so ist eine mögliche Ausrichtung von Finanzdienstleistern auf nachhaltiges, verantwortliches Investieren auch wirtschaftlich interessant. Responsible Investing (RI) hat die letzten Jahre jährliche Zuwachsraten von rund 20% verzeichnet, wie eine Studie von Robeco und Booz aufzeigt. Erhöhtes soziales Bewusstsein, die Medienaufmerksamkeit, Preiserhöhungen für Energie und Rohstoffe, aber auch die Gesetzgebung, der systematische Erfolgsnachweis und die technologische Innovation unterstützen diesen Trend. Bis heute ist der RI-Markt noch stark fragmentiert, doch wird damit gerechnet, dass Global Players systematisch in das Responsible Investing einsteigen werden.

Ein Nischenmarkt wird zum Mainstream. Banken und Finanzdienstleister, die sich rechtzeitig mit dieser Entwicklung auseinandergesetzt und entsprechende Expertise aufgebaut haben, können auf eine zunehmende Kundennachfrage zählen. Die Positionierung im globalen Markt ist dank der digitalen Durchdringung der Gesellschaft auch für kleine Institute mit vernünftigem Aufwand möglich.

Um sich dem Markt der Zukunft zuwenden zu können, sind die Probleme der Vergangenheit zu lösen. Die Steuerdossiers müssen bereinigt, die notwendigen Investitionen in modernste Technologie veranlasst werden.

Finanzplätze wie die Schweiz und Liechtenstein sind prädestiniert, um Bedürfnisse der Kunden von morgen abzudecken. So ist die Thematik der Sicherheit in der digitalen Welt von wachsender Bedeutung. Denn der Schutz der Privatsphäre in einer immer transparenter werdenden Welt wird an Bedeutung zunehmen. Stabilität des politischen und wirtschaftlichen Umfeldes, der vertrauliche Umgang mit Daten, eine seriöse, fachlich erstklassige Beratung und der Einbezug eines internationalen Netzwerkes an Fachleuten zählen ebenso zu den Voraussetzungen für den zukünftigen Erfolg wie die Fähigkeit, absehbare Entwicklungen in der Beratung vorwegzunehmen und den Kunden Perspektiven in der Verwaltung und Anlage ihrer Vermögen zu ermöglichen. Und nicht zuletzt sind Weiterbildungsangebote für Kunden eine Dienstleistung mit zunehmender Nachfrage.

otmar.hasler@kaiserpartner.com / www.kaiserpartner.com