

Willkommen Weltbürger – Der Global Citizen als Bankkunde



Von Michael A. Welti
Head Zurich, Managing Director
Wealth Management
Reyl & Cie AG

Nicht nur das Bankgeschäft hat sich verändert, sondern auch der Bankkunde. Beinahe vorbei sind die Zeiten, als die Kunden regelmässig die physische Bankfiliale besucht haben. Im klassischen Retailgeschäft versuchen die Grossbanken, die Kunden auf E-Banking-Lösungen und Apps auf ihren Smartphones umzuerziehen. Sie geben dafür grosse Werbebudgets aus, um den Kunden die digitalen Dienstleistungen schmackhaft zu machen. Dabei stehen die Grossbanken unter Druck der Technologie-Riesen wie Facebook und Google. Diese haben viel detaillierteres Wissen über ihre Kunden als sie es selbst erreichen können, weil gerade junge Menschen sehr freizügig mit ihren Daten umgehen. Dies kann zu einer schnelleren und passgenaueren Ansprache der Kunden führen. So verlieren die klassischen Vertriebskanäle ihren Anschluss.

Während der Vorteil für die Grossbanken durch die Technologiesierung und die massive Kostenreduktion klar ist, suchen viele Kunden eine individuellere Beratung. Diese persönlich aus-

gerichtete Beratung kommt heute meistens nur noch den Superreichen (Ultra High Net Worth Individuals, UHNWI) zugute. Je nach bankeigener Definition beginnt dieser Service in der Regel ab einem Kundenvermögen von 5 Millionen Franken.

Zugehörigkeit zur Weltgemeinschaft

Wieso der Kunde nicht mehr so oft bei der Bankfiliale vorbeikommt, ist klar: Der Grund liegt in der Veränderung des Kunden selbst. Er ist meist nicht mehr nur lokal verankert, sondern zu einem Weltbürger, einem Global Citizen geworden. Er identifiziert sich durch seine Zugehörigkeit zu einer aufstrebenden Weltgemeinschaft und trägt mit seinem Handeln dazu bei, die Werte und Praktiken dieser Gemeinschaft aufzubauen. Diese wachsende globale Identität wird zu einem grossen Teil durch die Kräfte moderner Informations-, Kommunikations- und Verkehrstechnologien ermöglicht. Weltbürger haben die Fähigkeit, mit dem Rest der Welt in Verbindung zu treten – durch das Internet, durch die Teilnahme an der globalen Wirtschaft oder durch die Leichtigkeit, mit der sie reisen und andere Teile der Welt besuchen können.

Als Ergebnis des Lebens in einer globalisierten Welt kaufen oder mieten diese Weltbürger ihre Immobilien auf der ganzen Welt. Ihre Kinder gehen überall selbstverständlich ins Internat und die medizinische Vorsorge muss auch im Ausland gewährleistet sein. Weltbürger haben oft einen hohen Anteil ihrer Anlagen in illiquiden Vermögenswerten wie Kunst, Yachten und Immobilien angelegt. Geschäftliche Aktivitäten oder Firmenfusionen verlassen die nationalen Grenzen, was zu komplexen Steuerverhältnissen führt.

Ständige Erreichbarkeit

Das Verhalten dieser Weltbürger und die Disruption der Gesellschaft erfordern von den Banken ganz andere und neue Service-Modelle. Heute wollen die Kunden jederzeit mit dem Berater

kommunizieren können. Dies entweder über das klassische Telefon oder über soziale Medien. Die ständige Verbundenheit und Erreichbarkeit sind gewünscht und notwendig. All dies bedeutet nicht, dass der Kunde nicht persönlich mit seinem Berater zusammensitzen will: Das persönliche Gespräch lässt sich bei einem vermögenden Kunden nicht durch Technologie ersetzen.

Ein Kunde, der noch immer aktiv im Berufsleben steht, sieht sich heute als Entrepreneur und Global Citizen. Er hat Bedürfnisse, welche sich nicht über E-Banking und Apps für Smartphones ersetzen lassen. Diese können lediglich Unterstützung bieten. Bei seinen Bedürfnissen geht es um komplexe Familienstrukturen und Firmengründungen, die bei der Vermögensplanung berücksichtigt werden müssen. Es stellen sich Fragen nach der Nachfolge bei Familienunternehmen oder dem Generationenwechsel generell. Es geht aber auch um das Wachstum der Firmen auf internationaler Ebene, um grenzüberschreitende Fusionen oder den Umzug ins Ausland.

Global Citizen und Global Banker

Die grösste Herausforderung, mit der die Finanzwelt im neuen Jahrtausend konfrontiert ist, besteht darin, die globale Art zu leben und eine auf nachhaltigen Werten basierende Weltgemeinschaft zu kombinieren. So muss der Berater ebenfalls zum Global Banker mutieren. Nur so kann er die Bedürfnisse der Kunden verstehen, darauf eingehen und Lösungen erarbeiten, für die ihm interne und externe Spezialisten zur Seite stehen. Den Kunden vor Ort besuchen, die Einbindung in Lösungen von Corporate und Family Governance und manchmal einfach mit freundschaftlichem Rat zur Seite stehen, sind nur einige der Aufgaben, welche Banker heute zu erfüllen haben. Der Bankberater ist wieder Berater des Kunden, nicht nur der Repräsentant eines Finanzinstituts.

mwelti@reyl.com
www.reyl.com