

# Sieben Erfolgsfaktoren für den erfolgreichen Banker



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

«Disrupt yourself» könnte man mit dem deutschen Autor Christoph Keese sagen. Er empfiehlt quasi jedem die Generalüberholung seines Tuns und Denkens. Er fordert uns auf, unsere persönlichen Stärken zu erkennen und zu nutzen, um uns radikal neu zu erfinden. Er beschreibt etwas, was ohnehin seit längerem Realität ist: Die Welt wird umgewertet. Dabei liegt der Fokus auf Mustererkennung und Reiz-Reaktions-Schemata (anfällig für Automatisierung) oder auf Empathie und sozialer Interaktion (wenig anfällig für Automatisierung). Die digitale Entwicklung ist in diesem Kontext zu sehen. Sie ermöglicht einen noch effizienteren Austausch mit den Kunden, hilft, Kosten zu senken und mit künstlicher Intelligenz Entscheide noch besser zu treffen.

Die Technik kann die zwischenmenschliche Beziehung aber nicht ersetzen. Diese Beziehung ist grundlegend für gegenseitiges Vertrauen. Darauf basierend gibt es sieben Erfolgsfaktoren, die einen Banker auch in Zukunft erfolgreich machen werden – den Banker 4.0:

## 1. Erfahrung und Seniorität

Der Kunde muss sich darauf verlassen können, dass sein Berater alle Aspekte des Bankgeschäfts versteht, über die traditionellen Muster hinauswächst, sich einen 360°-Überblick verschafft und auf einen grossen Erfahrungsschatz zurückgreifen kann bei der Beratung komplexer Vermögensverhältnisse, Nachfolgeplanungen und der Strukturierung von individuellen Bedürfnissen in den Bereichen Private Wealth und Corporate Finance.

## 2. Integrität –

### Kundenwohl ist Bankenwohl

Mit der Erfahrung des Beraters steigt auch seine Kompetenz, zum Teil komplexe Familien- und Vermögensverhältnisse zu durchleuchten. Immer wichtiger wird die Funktion, auch als Partner des Kunden zu agieren und nicht nur als Berater der Bank. Die Zufriedenheit des Kunden, den Service einer Schweizer Bank zu geniessen, zahlt sich langfristig auch für die Bank und den Bankenplatz aus.

## 3. Ausbildung

Es reichte früher, sich mit einer kaufmännischen Lehre oder einem Universitätsabschluss im Bankgeschäft bis zur Pensionierung über Wasser zu halten. Heute bieten die Banken Weiterbildungen an, intern und extern, um sicherzustellen, dass die Kunden vollumfänglich und compliant beraten werden. Die Anforderungen an den Berater haben sich deutlich erweitert; dies setzt ein grosses Eigeninteresse des Beraters voraus, sich mit neuen Thematiken zu befassen, welche möglicherweise vor einigen Jahren noch nicht von Bedeutung waren.

## 4. Marktverständnis und Kompetenz

Die Berater werden oft durch grosse Spezialisten-Teams in den Banken unterstützt. Um den Kunden die optimale Anlagelösung anbieten zu können, ist es jedoch unerlässlich, dass der moderne Berater sich selber für die Anlagemärkte interessiert und sich einen Überblick über die aktuelle Marktlage verschafft.

Der Kunde bemerkt den Unterschied, ob sein Banker das Marktgeschehen aktuell mitverfolgt oder nicht.

## 5. Digital- und Social-Media-Fitness

Traf der Berater früher den Kunden anlässlich seines Besuchs in der Schweiz noch persönlich im Büro, ist er heute mit ihm auf verschiedene Arten verbunden und demonstriert jederzeitige Verfügbarkeit. Informelle Kommunikation, welche sich über Messenger- bis Social-Media-Plattformen erstreckt, gibt beiden die Möglichkeit, sich sofort und zeitnah zu aktuellen Themen auszutauschen und sich eine Meinung zu bilden – auch ausserhalb der Bürozeiten.

## 6. Individualität und Empathie

Zuhören zu können, ist nicht nur im privaten, sondern auch im geschäftlichen Umfeld eine Kompetenz. Banken erwarten von ihren Beratern nur allzu oft, die hauseigenen Produkte anzupreisen. Die hohe Kunst liegt allerdings darin, die richtigen Fragen zu stellen und die Bedürfnisse zu erkennen. Der Kunde verdient einen Freund, einen Partner in Finanzangelegenheiten, der nicht nur die Bankprodukte anpreist, sondern die langfristige Entwicklung der Beziehung verfolgt.

## 7. Unternehmergeist

Der Banker 4.0 muss unternehmerische Fähigkeiten und Kreativität einsetzen. Der Senior Berater muss die grossen Zusammenhänge in der Kunden- und Bankbeziehung sehen, natürlich im Einklang mit der Bankstrategie. Es ist enorm wichtig für die Banken, sich entweder auf grosse Volumen mit standardisierten Angeboten oder auf individuelle Bedürfnisse von UHNWI einzustellen. Gleichzeitig gibt dies den konkurrierenden Banken die Gelegenheit, sich unternehmerischer zu engagieren und dem Kunden Lösungen zu präsentieren, die innovativ und lukrativ sind und sich somit von der Masse abzuheben.

[michael.welti@reyl.com](mailto:michael.welti@reyl.com)  
[www.reyl.com](http://www.reyl.com)