

Die nächsten Generationen

ESG-ANLAGEN Immer mehr Kunden möchten die Wirkungen ihrer Investments erfahren und überprüfen.

Reto Ringger

Kein Hotel kann sich vor den Bewertungen seiner Gäste auf TripAdvisor verstecken. Modeunternehmen mussten schmerzhaft zur Kenntnis nehmen, dass die Arbeitsbedingungen in fernen Fabriken in Echtzeit rund um die Welt rapportiert werden. Die Preise für Flugtickets sind für alle jederzeit einseh- und vergleichbar.

Es ist längst Realität, dass viele Branchen im Glashauss operieren. Wenn Worte und Taten nicht genügend im Einklang sind, folgen Kritik und Kontroversen auf dem Fuss. Das Private Banking wurde bisher von einem Transparenz-Erdbeben vergleichbarer Stärke verschont. Noch lässt es die Mehrheit der Kunden zu, dass in der Finanzbranche viele relevante Aspekte in einer Black Box versteckt bleiben. Es fehlt ein Bank.com für die besten Gebühren. Es gibt keine Online-Kommentare zur Qualifikation oder zum Auftreten der Berater. Die Rezepturen vieler Finanzprodukte bleiben das Geheimnis ihrer Erfinder.

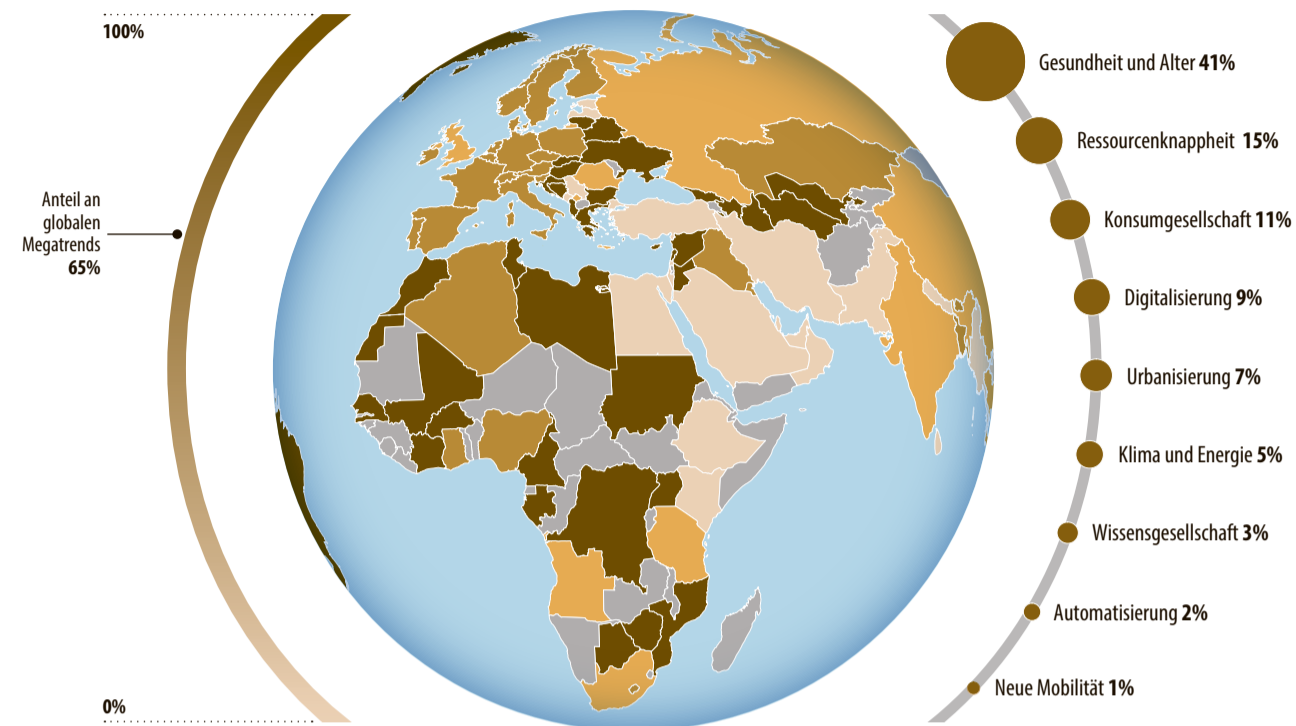
Diese Situation beginnt sich rasch zu ändern. Eine neue, emanzipierte Kundengeneration einerseits sowie stark verschärfte gesetzliche Vorgaben verlangen von Privatbanken und Vermögensverwaltern eine Transparenz, die in ihrer Breite und Tiefe alle Pfeiler unseres Geschäfts tangiert. Die zukunfts-fähige Bank bietet bereits heute radikale Transparenz. Diese bezieht sich sowohl auf das Geschäftsmodell als auch auf die Anlagestrategie. Damit verbunden sind Kompetenzen und Voraussetzungen, welche nicht per Knopfdruck geschaffen werden können.

KOMPLETTER UMBAU

Viele Anbieter stehen vor fast unüberwindbaren Hindernissen, da sie jahrzehntealte Anreizstrukturen und Verhaltensmuster komplett umbauen müssen. Wir sprechen hier nicht von der Hardware, der notwendigen digitalen Infrastruktur. Es ist die Software, also die Kultur, die eine noch viel grössere Hürde darstellt. Banken, die auf dem Prinzip der Zukunftsfähigkeit aufgebaut sind, fällt es leichter, mit Konsequenz und Authentizität die Erwartungen zeitgenössischer Kunden zu erfüllen.

Diese sind engagiert und wollen zu den Anlagen in ihrem Depot sehr viel

Megatrend-Anteile eines Portfolios (Beispiel)



wissen. Berater müssen nicht mehr nur alle notwendigen Finanzkenntnisse mitbringen, sondern umfassend über die Verwendung der Vermögen und deren Wirkung auf Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt Bescheid wissen und darüber kompetent kommunizieren können. Themen zu globalen Megatrends wie Gesundheit, Ernährung, Klima oder Urbanisierung gehören zum neuen Repertoire. Kunden suchen Gesprächspartner, die sie weiterbringen und von denen sie etwas lernen können. Echte Sparring Partner, die Interesse und Kompetenz bei diesen Themen mitbringen.

Transparenz heisst: Alle Entscheidungen müssen begründet werden und nachvollziehbar sein. Jüngere Generationen misstrauen Banken und wehren sich gegen die nach wie vor weit verbreitete Verkaufskultur und andere Interessenskonflikte. Auf Marketingfloskeln ohne Inhalte reagieren sie allergisch.

Bei ihrer Wahl neuer Berater ihres Vertrauens spielen ihre persönlichen Werte eine grosse Rolle. Von Banken erwarten sie eine konsequente Umsetzung dieser Werte und Prinzipien in allen Anlageentscheidungen in allen Anlageklassen. Im

Gespräch mit dem Patron einer sehr vermögenden Familie, der seinen Kindern im Alter zwischen 25 und 30 zunehmend die Verantwortung für das Familienvermögen übertragen möchte, meinte dieser etwas konsterniert, dass seine Kinder die Hälfte seiner aktuellen Investments verkaufen würden, da sie nicht deren Wertvorstellungen entsprechen.

DATEN AUFBEREITEN

Radikale Transparenz erfordert radikale Rechenschaftsablage. Dabei genügt es nicht mehr, einen technisch verfassten Vermögensauszug bereitzustellen. Aus den gängigen Depotauszügen geht wenig darüber hervor, was ein Portfolio, aber auch Einzeltitel hinsichtlich ESG-Kriterien bewirken. Sind sie Teil des Problems oder Teil der Lösung der Erderwärmung? Tragen sie zum Ressourcensparen in Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion bei?

Eine zukunfts-fähige Bank ist in der Lage, aus den in immer besserer Qualität verfügbaren Daten und mit modernen, digitalen Instrumenten die relevanten Informationen aufzubereiten. Globalance hat dafür die Plattform Globa-

lance World geschaffen, ein Google Earth für Vermögen. Sie versetzt ihre Kunden in die Lage, die Wirkung ihres Vermögens zu erfahren und so zu überprüfen, ob es in ihrem Sinn angelegt wurde. Das Nachhaltigkeits-Research, gepaart mit modernen Verfahren der Datenanalyse, ermöglicht eine ganz andere Vertiefung der Themen, die flexibel durch die Kunden genutzt werden kann.

Die zukunfts-fähige Bank versteht sich als Teil eines offenen Netzwerks ihrer Kunden und ermöglicht den gegenseitigen Austausch und das Lernen. Da werden regelmässig mit grosser Offenheit Portfolios, Anlageideen sowie Erfahrungen ausgetauscht.

Gerade für Themen des nachhaltigen und Impact-Investierens übernehmen diese Netzwerke auch die Funktion des Trendsetters. Die Ambitionen steigen und damit die Erwartungen an Vermögensverwalter und Banken. Im Fall von Kritik gibt es kein Entrinnen. Lob dagegen ist eine grosse Chance. Sie beflügelt die Weiterempfehlungsräte.

Reto Ringger, Gründer und CEO, Globalance Bank

Corona

INNOVATIONEN Die Basis für die bei der Abwehr von marktfremden

Yves Robert-Charrue

Die Covid-Krise hat die Finanzbranche gezwungen, praktisch über Nacht unvorstellbare Veränderungen einzuführen. Der in der Vermögensverwaltung charakteristische direkte Kundenkontakt war plötzlich nicht mehr möglich, und die betrieblichen Abläufe mussten grundlegend umgestellt werden, da ein Grossteil der Belegschaft von zu Hause aus arbeitete. Und dies in einer Situation von allgemeiner Ungewissheit, in der die Kundenbedürfnisse und das Handelsvolumen ungleich grösser waren als in ruhigen Gewässern. Die Krise führte aber nicht nur zu einem Wandel, sondern sie beschleunigte bereits vorhandene Trends im Private Banking.

Die persönliche und individuelle Beratung steht nach wie vor im Zentrum des Private Banking, egal, ob der Kundenkontakt bei physischen Treffen oder wie während der letzten zwölf Monate hauptsächlich über elektronische Kanäle geschieht.

INVESTITIONSBEREITSCHAFT

Der Beratungsbedarf der Kunden war gross wie nie und der Dialog intensiv wie nie – wobei die gemeinsam durchlebte Krise und manches Videogespräch mit kurzem Einblick ins private Umfeld eine zusätzliche Nähe und Verbundenheit schufen. Der Betroffenheitsgrad und die Bedürfnisse unterschieden sich bei den diversen Kundensegmenten deutlich. Aber allen Kunden war gemeinsam, dass der Vermögenserhalt und die richtige Anlagestrategie im Vordergrund standen. Anfangs wegen der Verwerfungen an den Märkten und zunehmend wegen der staatlichen Interventionen und der Inflationsbefürchtungen. Während in den letzten Jahren Passivität oder gar Skepsis bei den Anlegern festzustellen waren, verbunden mit dem Halten eines hohen Bargeldbestands, ist die Investitionsbereitschaft bei der Mehrheit heute deutlich grösser. Dies belegen die hohen Transaktionsvolumen seit gut einem Jahr.

Die Kundenberatung ging in der Krise aber häufiger als zuvor über das Anlagethema hinaus. Gerade bei Unternehmern sieht man drängende Fragen zu Themen wie Sicherung von Finanzierungen oder Nachfolgeregelungen. Auch bei vermögenden Familien sind die Bedürfnisse vielschichtig, und es dreht sich im unsicheren Umfeld auch um Erbfragen oder Finanzplanung und Steuerfra-

Anzeige

Gerstensuppe neu erleben

