

Kundenberatung im Retail- und Private-Banking-Bereich



Berater haben als Bindeglied zwischen Kunden und internen Abteilungen der Bank eine zentrale Rolle.

Welche Arten von Beratung gibt es, und worin unterscheiden sie sich? Diesen und weiteren Fragen soll in einem Interview mit zwei Kundenberatern von BPS (SUISSE) nachgegangen werden.

Paola Negri-Zadra
Beraterin Retail Banking,
BPS (SUISSE) Lugano

Ivan Caiola
Leiter Private Banking,
BPS (SUISSE) Chiasso

Sie sind beide in der Kundenberatung tätig. Können Sie den Unterschied zwischen Retail-Kunden und Private-Banking-Kunden erörtern?

Dazu vorab einige grundlegende Informationen:

Auf dem Finanzplatz Schweiz gibt es verschiedene Arten von Banken. Einige dieser Banken bieten Dienstleistungen an, die rein auf den täglichen Bedarf von Einzelpersonen und Familien ausgerichtet sind (Retail Banking), etwa Kontoführung, Zahlungsverkehr, Verwaltung von Ersparnissen sowie Basisvorsorge. Andere hingegen haben ausschliesslich vermögendere Kundschaft als Zielgruppe (Private Banking) und bieten primär eine exakt auf diese zugeschnittene Vermögensverwaltung und Finanzberatung an. Darüber hinaus gibt es Banken, die auf Firmenkunden spezialisiert sind (Corporate Banking), und sogenannte Universalbanken wie BPS (SUISSE), deren Angebot sich an alle drei Kundenkategorien richtet.

Dadurch verfügen wir als Berater über eine breite Palette an Produkten und Dienstleistungen, aber auch über spezialisierte Kollegen, auf die wir zählen können, wenn es darum geht, die unterschiedlichen Anforderungen unserer Kundschaft bestmöglich zu erfüllen. Für die Kunden wiederum hat dies den Vorteil, sich unabhängig von ihren Bedürfnissen an eine einzige Bank wenden zu können.

Um auf die Frage zurückzukommen: Die Hauptunterschiede zwischen Retail Banking und Private Banking sind das Vermögen sowie das Volumen der einzelnen Geschäfte, die bei Retail-Kunden weniger umfangreich ausfallen. Beim Retail Banking ist die Häufigkeit von Transaktionen jedoch höher – daher bedeutet «weniger umfangreich» hier nicht unbedingt gewöhnlich oder einfach.

Eine Frage an beide: Was sind die wichtigsten Tätigkeitsbereiche von Beratern?

In erster Linie sicherlich die Kundentermine und deren Vorbereitung. Wichtig ist in diesem Zusammenhang der am Ende jedes Gespräches erstellte Besuchsbericht. Dieses Dokument ist ein Protokoll über die für die Kundschaft durchgeführten Tätigkeiten, die thematisierten Bedürfnisse und die besprochenen Strategien, das kontinuierlich aktualisiert wird. Ausserdem gehören zu unserem Tagesgeschäft auch die telefonische Beratung

der Kunden, die Bearbeitung der zahlreichen E-Mails sowie die Liquiditätskontrolle und die Zahlungsüberwachung. Extrem wichtig sind ständiges Networking und die Gewinnung von Neukunden. Jede Gelegenheit muss genutzt werden, um das eigene Netzwerk über zufriedene Bestandskunden, andere Brancheninsider oder persönliche Bekannte zu erweitern – sowohl aktiv durch den Berater als auch passiv durch Mundpropaganda. Zu Letzterer kommt es automatisch, wenn vertrauensvolle Kundenbeziehungen geschaffen werden. Die Professionalität der Berater spielt also eine entscheidende Rolle. Weitere wichtige Tätigkeiten sind Compliance-Kontrollen (AML, *Anti-Money Laundering* – Bekämpfung der Geldwäscherei) sowie die Kontrolle der finanziellen Fälligkeiten und der hypothekarischen Belastungen / Hypotheken. Wenn nötig, laden wir die jeweiligen Kunden ein, um die entsprechende Vorgehensweise gemeinsam festzulegen. Bei all dem werden wir von unseren Assistenten unterstützt, die für das Tagesgeschäft wichtig sind. Nicht zuletzt müssen Berater laufend Finanznachrichten und das Tagesgeschehen verfolgen, weil dadurch die Entwicklung der Märkte sowie der Veranlagungen unserer Kunden beeinflusst wird.

Paola: Die Bekämpfung der Geldwäscherei ist sehr wichtig und fällt in den Bereich der sogenannten Due Diligence. Können Sie uns erklären, worum es sich dabei handelt?

Unter Due Diligence ist die Suche nach beziehungsweise das Sammeln von Informationen und Daten über die Kunden sowie die Vertiefung und Überprüfung ebendieser Informationen und Daten zu verstehen. Darunter fallen eben auch AML-Kontrollen, also sämtliche vorgegebenen Tätigkeiten zur Vorbeugung, Erkennung und Meldung von Geldwäscherei und Terrorismusfinanzierung. Wir sind zur genauen Überprüfung von Transaktionen verpflichtet, die über einen bestimmten Betrag hinausgehen oder bei denen Häufigkeit, Ursprung oder Beteiligte verdächtig erscheinen. In Zweifelsfällen ist das sogenannte KYC-Dokument hilfreich – KYC steht für *Know Your Customer*, also «Kenne deinen Kunden». Dieses Dokument wird bei Eröffnung der Beziehung erstellt, ist regelmässig zu aktualisieren und enthält eine Übersicht sämtlicher Informationen über den Kunden, etwa Familienstand sowie berufliche und finanzielle Situation.

Ivan: Welche Ziele verfolgen Finanzberater?

Das höchste Ziel ist sicherlich die Zufriedenheit der Kunden bei entsprechender Berücksichtigung ihrer Risikoneigung – es ist wirklich zentral, ihre Bedürfnisse zu kennen, um ihnen die geeignetsten Produkte und Dienstleistungen anbieten zu können. Ausserdem ist es wichtig, die Kunden zu schützen und zu informieren: Berater müssen die Dinge klar und ausführlich erklären, Chancen und Risiken erörtern und sich dabei vergewissern, dass ihr Gegenüber die erhaltenen Informationen verstanden hat. Diese Tätigkeiten begünstigen die Erreichung eines weiteren Ziels, nämlich der Kundenbindung (*customer retention*): Zufriedene Kunden sind treue Kunden. Gegenüber der Bank hingegen sind nicht nur qualitative Ziele wie etwa die ständige Aktualisierung der Kundeninformationen sowie der Risikoprofile und die Erstellung entsprechend umfassenden Besuchsberichten zu beachten, sondern auch quantitative Ziele wie die Gewinnung neuer Gelder (*new money*), das Anbieten bestimmter Leistungen und die Bearbeitung der Pendenzen.

Paola: Was zeichnet einen guten Berater oder eine gute Beraterin aus?

Man muss zuhören können sowie hilfsbereit und empathisch sein. Darüber hinaus sind Fachkenntnisse und kommunikative Fähigkeiten nötig, aber auch die Bereitschaft, sich regelmässig fortzubilden und über aktuelle Entwicklungen zu informieren. In diesem Zusammenhang hilft die staatlich akkreditierte Zertifizierung, die wir als Berater erwerben müssen und die regelmässig über Fortbildungskurse erneuert werden muss. Sehr wichtig ist es ausserdem, über Problemlösungskompetenzen zu verfügen sowie sich gegenüber der Kundschaft und dem restlichen Personal kooperativ zu zeigen, denn Berater sind Vermittler zwischen der «Aussenwelt» und der Bank mit ihren internen Strukturen. Um Kunden zufriedenzustellen und deren Anforderungen bestmöglich Rechnung zu tragen, müssen wir uns mit mehreren Ansprechpartnern austauschen, die allesamt unterschiedliche Charakterzüge und Bedürfnisse haben.

Ivan: Wie bereiten Sie sich auf Gespräche mit bestehenden bzw. potenziellen Kunden vor?

Wie bereits erwähnt, ist die Vorbereitung wichtig. Bei Bestandskunden lesen wir die bisher erstellten Besuchsberichte, kontrollieren sorgfältig das Portfolio und eventuelle Fälligkeiten und prüfen, ob Veränderungen vorzunehmen sind. Diese Schritte dienen der Erstellung und Begründung allfälliger neuer Vorschläge oder Strategien, die beim Termin zu besprechen sind. Bei potenziellen Kunden (*prospect*) hingegen ist die Vorbereitung anders. Im Hinblick auf die anschliessende Durchführung einer genauen Due Diligence und damit der Erstellung eines detaillierten KYC-Dokuments oder im Rahmen allfälliger AML-Kontrollen müssen so viele Informationen wie möglich gesammelt werden, angefangen bei den über Datenbanken und Suchmaschinen verfügbaren öffentlichen Informationen. Durch eine gute Vorbereitung kann die Plausibilität, der während des ersten Treffens erhaltenen Informationen beurteilt werden. Wenn die Bedürfnisse potenzieller Kunden nicht genau bekannt sind, ist es ausserdem ratsam, grundsätzlich auf alles vorbereitet zu sein und Veranlagungsideen, Flyer und Tarifblätter bereitzuhalten.

3

Paola: Wie hat sich die Arbeit von Retail-Banking-Beratern in den letzten 10 Jahren verändert?

Angesichts der Bevölkerungsalterung, der technologischen Entwicklung sowie der unsicheren makroökonomischen Szenarien und geopolitischen Kräfteverhältnisse durchlebt die Welt der Finanzberatung einen grundlegenden Wandel. Wir haben es mit neuen Generationen von Kunden und neuen Anforderungen zu tun. Dabei spielt die Technik eine entscheidende Rolle: Einerseits erfolgt die Abwicklung vieler Dienstleistungen bereits automatisiert, andererseits ist der Wettbewerb bei Produkten und Dienstleistungen stärker geworden. Oft genügt es nicht mehr, standardisierte Lösungen anzubieten: Unsere Kundschaft wird immer anspruchsvoller und verlangt ein hohes Mass an Individualität, sodass die Rolle der Berater sowie deren Beziehung zur Kundschaft immer wichtiger werden. Was die Gesetzgebung angeht, entwickelt sich unsere Branche ständig weiter und unterliegt immer strengeren Kontrollen. Für die Kunden bedeutet das mehr Schutz, für die Berater mehr administrativen Aufwand.

Ivan: Und die Arbeit von Private-Banking-Beratern?

Unsere Arbeit ist vielschichtiger geworden. Wie meine Kollegin Paola bereits erwähnt hat, dauert die Ausführung bestimmter Tätigkeiten im Bereich Kundenschutz aufgrund der erfolgten Verschärfung der Rechtsvorschriften jetzt länger, wodurch sich der Zuständigkeitsbereich von uns Beratern deutlich vergrössert hat. Hinsichtlich der Bevölkerungsalterung ist zu erwähnen, dass sich die wohlhabendere Kundschaft der Bedeutung einer künftigen Vermögensverwaltung immer stärker bewusst ist, sodass auch die Bereitschaft, die kommenden Generationen auszubilden, grösser geworden ist. Da generell mehr Informationsquellen verfügbar sind, können sich die Kunden entsprechend vorbereiten, Vergleiche zwischen verschiedenen Instituten anstellen und selbständig Vorteile und Risiken abwägen. Daher sind sie eben besser vorbereitet und informiert und können ihre Bedürfnisse besser erkennen und formulieren. Im Gegensatz zu früher sind Kunden daher stärker in die entsprechenden Prozesse eingebunden und neigen zu mehr Eigeninitiative. Beratung spielt nach wie vor eine wichtige Rolle, ist aber mittlerweile mehr ein Austausch, der zwar herausfordernder, aber gleichzeitig auch anregend ist.

Noch eine letzte Frage: Wie sah Ihr bisheriger Werdegang aus?

Paola: Ich habe 2006, nach Abschluss meines Masterstudiums in Wirtschaft und Handel, bei BPS (SUISSE) begonnen. Ich habe 5 Jahre in der Abteilung Asset Management (Vermögensverwaltung) gearbeitet, danach 11 Jahre in der Abteilung Investment Advisory (Anlageberatung), und seit 2022 bin ich Beraterin im Bereich Retail Banking. Durch die Erfahrung, die ich im Anlagebereich sammeln konnte, bin ich mit der Finanzwelt bestens vertraut und kann die erworbenen Kenntnisse gut für meine Tätigkeit als Beraterin von Retail-Kunden nutzen.

Ivan: Meine Bankenlaufbahn begann 1998 mit einer Doppelausbildung für junge Einsteiger an einem führenden Schweizer Geldinstitut, nach der ich Vermögensverwalter wurde. In weiterer Folge besuchte ich berufsbegleitend eine Fachhochschule mit Ausrichtung in der Finanzbranche und wurde nach meinem Abschluss ein vollwertiger Private-Banking-Berater. Jahre später erwarb ich eine weitere Finanzauszeichnung, die auch international anerkannt ist. Diese ermöglichte es mir, mein Wissen über die gesetzlichen und finanziellen Aspekte auf europäischer Ebene zu vertiefen. Seit fast 5 Jahren bin ich nun bei BPS (SUISSE) in Chiasso als Private-Banking-Leiter und seit Anfang 2024 auch als stellvertretender Niederlassungsleiter tätig.

Herausgeber

Banca Popolare di Sondrio (Suisse) SA

Via Maggio 1
CH-6900 Lugano
Tel. +4158 855 31 00
Fax +4158 855 31 15

Call Center 00800 800 767 76
contact@bps-suisse.ch
www.bps-suisse.ch/de

Disclaimer

Diese Publikation wurde ausschliesslich zu Informationszwecken erstellt, sie stellt kein Angebot dar und ersetzt in keinem Fall die vor jeder Kaufentscheidung erforderliche qualifizierte Beratung und insbesondere die Aufklärung über die damit verbundenen Risiken. Es liegt daher in der Verantwortung des Anlegers selbst, seinen eigenen Finanzberater zu konsultieren. Die in dieser Publikation beschriebenen Finanzprodukte sind nicht für Personen mit Wohnsitz in einem Land bestimmt, in dem der Vertrieb dieser Produkte aus der Schweiz eingeschränkt oder untersagt ist.