

23.06.2003 – 09:54 Uhr

Europäische Privatbanken erfüllen nicht die Service-Erwartungen ihrer Kunden

Zürich (ots) -

Fundamentale Faktoren hindern Privatbanken an qualitativ hochwertigem Service

Das Gros der Privatbanker verbringt zu viel Zeit mit interner Administration und bietet ihren Kunden nicht den ausgezeichneten Service, den sie erwarten und dürfen. Dies ist ein Ergebnis einer aktuellen Studie von Reuters und der internationalen Management- und Technologieberatung Booz Allen Hamilton. Die Untersuchung ergab, dass Privatbanker pro Jahr nur zwischen fünf bis zehn Stunden pro Kunde aufwenden.

Basis der Studie sind ausführliche Interviews mit 60 Beratern von 27 Privatbanken in Grossbritannien, Deutschland und der Schweiz sowie mit 60 Kunden von Privatbanken aus diesen Ländern. Ziel war eine Analyse, wie diese Kunden - sogenannte High Net Worth Individuals (HNWIs) mit einem durchschnittlichen Vermögen von 4,7 Millionen Euro - den gebotenen Service ihrer Bank beurteilen.

Angesichts sinkender Anlagegewinne in den letzten drei Jahren beginnen die HNWIs, die Beziehungen zu ihrer Bank immer kritischer zu hinterfragen. Die gemeinsame Studie von Reuters und Booz Allen skizziert, wie sich die Kundenbedürfnisse verändert haben, wie Privatbanken im Verhältnis dazu derzeit abschneiden, und welche Veränderungen im Private Banking erforderlich sind.

Privatkunden sind unzufrieden mit dem Service

- Nur wenige Kunden erhalten einen exzellenten Service von ihrer Privatbank, die meisten aber sind unzufrieden.
- Nach Einschätzung der meisten Befragten verstehen ihre Berater weder ihre Anlagebedürfnisse noch offerieren sie massgeschneiderte Beratung. Besonders in Deutschland beschwerten sich einige, dass ihre Bank primär den Verkauf allgemein üblicher - sowie vor allem hauseigener - Produkte forcieren.
- Es herrscht Frustration über das Versagen der Banken selbst bei Basisangeboten. Verbesserungen werden u.a. in folgenden Bereichen erwartet: Zugang zu kompetenten und verlässlichen Kontaktpersonen, 100 Prozent richtige Transaktionen, verständliches Berichtswesen sowie effektivere Datenerfassung.
- Kunden wünschen sich die vieldiskutierte "Extra-Meile" in Sachen Kundenorientierung und -service von ihrer Bank. Sie möchten einen "vertrauensvollen Berater", der proaktiv und regelmässig auf den Anleger zugeschnittene Investmentvorschläge unterbreitet. Momentan werden die Berater dagegen noch grösstenteils als reaktiv und lediglich ausführend empfunden.

Fundamentale Faktoren blockieren Qualitätsservice

- Im Schnitt verbringen die meisten Kundenbetreuer zwischen 25 und 60 Prozent ihrer Zeit mit internen, administrativen Tätigkeiten. Das lässt ihnen jährlich nur fünf bis zehn Stunden pro Kunde.
- Berater mit einer grossen Anzahl Kunden (im Durchschnitt 150 pro Berater) leiden unter einer Informationsflut, deren Aufarbeitung ihnen grosse Probleme bereitet, um ihre Kunden entsprechend effektiv zu beraten.
- Für viele wird es immer schwieriger, die Rolle des Kundenbetreuers mit der des Anlagenmanagers in Einklang zu bringen.

Privatbanken müssen ihr Geschäftsmodell überdenken

Die Rolle des Privatkundenberaters muss sich weiter entwickeln, wenn Banken ihren Kundenstamm nicht nur behalten, sondern vergrössern wollen. Banken sollten ihre Berater unterstützen und es ihnen so ermöglichen, zu "Beratern des Vertrauens" zu werden.

- Privatbanken müssen den Wert ihrer Dienstleistungen verbessern: z.B. mit weiter entwickelten Instrumenten zur Überwachung der Risikoprofile ihrer Kunden und massgeschneiderten Anlagestrategien, indem sie die besten Produkte des Marktes anbieten, eine verbesserte Preis- und Bonusstruktur und einen kontinuierlichen Fluss neuer Anlageideen.
- Effektivere Prozesse, Kundenmanagement und Instrumente zur Informationsauswertung sind essentiell, um Relationship Managern mehr Zeit mit den Kunden zu ermöglichen und weniger mit der Administration.
- Banken sollten die Rolle ihrer Berater in die eines "Beraters des Vertrauens" wandeln, indem diese sich auf die Kundenberatung konzentrieren können und von ihrer Bank dabei mit Leistungsanreizen unterstützt werden, die eine aktivere Kundenansprache bzw. -beziehung fördert.

Für Investoren hält der Bericht eine Checkliste bereit, die sie bei der Auswahl und der Zusammenarbeit mit ihrer Privatbank unterstützt.

Charles Teschner, verantwortlicher Partner und Head Financial Services des Beratungsunternehmens Booz Allen Hamilton in der Schweiz: "Privatbanken stehen an einer entscheidenden Weggabelung: Ihre Kunden sind unzufrieden mit dem Service, den sie derzeit erhalten und machen sich verstärkt Gedanken über Alternativen. Banken, die sich jetzt dieser strategischen Herausforderungen stellen, werden davon profitieren, sprich höhere Kundenzufriedenheit, geringere Fluktuation und mehr Weiterempfehlungen haben."

Steve Lipper, Global Director von Reuters Private Client Services: "Häufig werden die Probleme, die sich den Banken stellen, dem Rückgang der Märkte zugeschrieben. In Wahrheit geht es vielmehr darum, welche Wertschätzung die Kunden erfahren. Diejenigen, die dies erkennen und die nötigen Schritte unternehmen, die es ihren Beratern ermöglichen, den von Kunden gewünschten persönlichen und aktiven Service anzubieten, werden morgen Marktführer sein."

Hintergrundinformationen zu Reuters

Reuters (www.about.reuters.com), der globale Informationsanbieter, liefert unverzichtbare Informationen, massgeschneidert für Profis in den Bereichen Finanzdienstleistungen, Medien und Unternehmen. Seinen Informationen wird vertraut, und sie bewegen die Entscheidungsfindung rund um den Globus - aufgrund seiner einzigartigen Reputation für Schnelligkeit, Genauigkeit und Unabhängigkeit. Reuters hat 16'000 Mitarbeiter in 94 Ländern, darunter rund 2'400 Journalisten, Fotografen und Kameralleute in 197 Büros, die annähernd 130 Länder beliefern. Damit ist Reuters die grösste internationale Multimedia-Nachrichtenagentur. Im Geschäftsjahr 2002 erzielte die Reuters-Gruppe einen Umsatz von 3,6 Milliarden Pfund (rund CHF 8,3 Mia.)

Reuters und das Reuters-Logo mit der Sphäre sind warenzeichenrechtlich geschützt.

Booz Allen Hamilton

Mit rund 12.000 Mitarbeitern und Büros in mehr als 50 Ländern zählt Booz Allen Hamilton zu den weltweit führenden Unternehmensberatungen. Das Unternehmen befindet sich im Besitz seiner 250 aktiven Partner. Sechs Büros sind im deutschsprachigen Raum: Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, München, Wien und Zürich. Im vergangenen Geschäftsjahr belief sich der Umsatz weltweit auf 2,2 Mrd. US\$, im deutschsprachigen Raum auf 160 Mio. Euro.

Für eine Kopie der Studie "Defining excellence in private client servicing" oder weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Kontakt:

Reuters
Marc Carletti
Senior Company Officer Reuters
Switzerland & Austria
Tel. +41/1/631'72'25
E-Mail: bettina.eberle@reuters.com

Booz Allen Hamilton
Karla Schulze Osthoff
Press & External Relations Schweiz
Tel. +41/1/206'10'90
E-Mail: schulze_osthoff_karla@bah.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100001952/100464231> abgerufen werden.