



« Der Erfolg einer modernen Kundenberatung basiert auf einer optimalen Balance zwischen Industrialisierung und Individualisierung. Eine Standardisierung, wie etwa im Backoffice, ist hier nicht zweckmässig; da muss noch ein Umdenken stattfinden! »

Ulrich Jacobi, Geschäftsführer K&W Software AG, [ulrich.jacobi@kwsoft.ch](mailto:ulrich.jacobi@kwsoft.ch)

Die Kundenberatung wird sich durch FIDLEG und die Harmonisierung mit MiFID II grundlegend ändern. Jede Dienstleistung in der Kundenberatung bzw. im Vertrieb unterliegt zukünftig den gleichen Regeln, egal ob es sich um einen unabhängigen Vermögensverwalter oder um eine Bank handelt.

Herr Jacobi, wie würden Sie die aktuelle Situation im Bereich der Kundenberatung in aller Kürze beschreiben?

« Es gibt einen klaren Konsens im Markt, wo die Reise hingehen wird: Hohe Beratungsqualität, Transparenz und lückenlose Dokumentation sind das Ziel. Qualität definiert sich in diesem Kontext als Kompetenz die Erwartungen des Kunden zu erfüllen. Hierzu muss man den Kunden gut kennen und verstehen, um ein bedürfnisgerechtes Angebot erstellen zu können. Die Voraussetzungen zu schaffen, um eine solche Beziehung zum Kunden aufzubauen, ist ein langer Weg, bei dem die meisten Institute noch am Anfang stehen. »

Welche Aufgaben stehen bei den Finanzinstituten an, um eine bedürfnisgerechte Kundenberatung zu realisieren, die auch regulatorisch genügt?

« Bei vielen Banken wird es eine Überarbeitung des Produktangebotes geben, um dem neuen Wertekodex bzgl. transparenter, nachvollziehbarer und nutzenschaffender Kundenangebote zu genügen. Ebenso muss die Informationsbeschaffung und -pflege wie z.B. die Profilierung des Kunden und die Prozesse zur Ermittlung seiner Bedürfnisse überdacht werden. Dies steht bei vielen Banken auf der Agenda, wobei diejenigen Banken, die nicht

zu sehr durch FATCA und ähnliche regulatorische Aufgaben belastet sind, dies mit einer höheren Priorität vorantreiben können. »

Mobiler Vertrieb und Self-Service, ergänzend oder konkurrierend?

« Wir sind der Meinung, dass alle Technologien und Vertriebskanäle zu einem vielfältigen, gesamtheitlichen Beratungs- und Vertriebsangebot verschmelzen werden. Stellen Sie sich den Fall einer modernen Finanzierungsberatung vor: Ein Kunde informiert sich via Self-Service auf der Webseite seiner Bank (geschützter Bereich) über das aktuelle Finanzierungsangebot und stellt dort auf Basis von ein paar wenigen erfassten Daten einfache Tragbarkeitsberechnungen an. Er kontaktiert anschliessend seinen Kundenberater, der diese Information über seinen Beraterarbeitsplatz einsehen kann. In einem persönlichen Gespräch, welches der Berater mit Unterstützung einer Tablet-Lösung durchführt, werden die Berechnungen interaktiv feinadjustiert und dem Kunden schlussendlich ein passendes Finanzierungsangebot unterbreitet. Solche Ansätze bedingen umfassende, moderne Beratungslösungen, die dank intelligenter Software-Architektur die Nutzung aller modernen Kommunikationskanäle ermöglichen. »

Was halten Sie von der Aussage, IT sei ein Innovationstreiber?

« Innovation ist darauf ausgerichtet, technische, wirtschaftliche oder organisatorische Neuerungen im Unternehmen zu etablieren und diese Bereiche optimal zu verbinden. Wo die Innovation im Bereich der Hardware mehrheitlich von den Produzenten getrieben wird (Smartphones, Tablets, etc.), ist sie in unserer Branche, der Software Entwicklung im Finanzsektor, viel stärker fachlich geprägt. Die IT nimmt hier eher eine unterstützende Rolle ein. Letztendlich trägt sie aber wesentlich dazu bei, neuartige Ideen in Software-Konzepte umzumünzen und dabei auch Entwicklungen im Bereich der Hardware zu berücksichtigen. Im Rahmen der aktuellen Regularisanforderungen ist es z.B. opportun, die entsprechenden Checklisten in der Software abzubilden und dabei das Tablet als neues Medium für das Beratungsgespräch zu positionieren. »

Und welche Trends zeichnen sich ab?

« Aufgrund des regulatorischen und wirtschaftlichen Drucks steht das Thema Kundenberatung aktuell wieder vermehrt im Fokus. Neue Beratungsansätze sollen die Kundengewinnung und -pflege vereinfachen. Als technische Hilfsmittel werden dafür berührungsempfindliche Geräte aller Grössen, wie z.B. Tablets oder Microsoft PixelSense, auf Ihre Tauglichkeit hin geprüft. Nebst dem persönlichen Kundengespräch ist auch die Kunden-Selbstberatung ein aufkommendes Thema. Ein Bankkonto online zu eröffnen oder eine Hypothek über das Internet abzuschliessen sind nur zwei aktuelle Beispiele dafür. »