

„Die Beratung durch Finanzplaner erhöht die Kundenbindung“

Interview mit Anja Welz



Foto: sagovax_pxelle.de

Zehn Jahre, nachdem die Sparda-Bank West die Laureus AG Privat Finanz als 100-prozentige Tochtergesellschaft gründete, hat diese sich mit nun über 3 200 Kunden und einem betreuten Vermögen von rund einer Milliarde Euro etabliert. Primär geht es um die adäquate Betreuung vermögender Kunden aus dem Bestand der Sparda-Bank. Deshalb werden Erträge auch stets der jeweiligen Filiale angerechnet. Trotz nur geringer Marketinganstrengungen sind inzwischen jedoch auch mehr als 10 Prozent der Kunden echte Neukunden. Red.

bm **Warum hat die Sparda-Bank West vor zehn Jahren eine eigene Tochtergesellschaft für das Private Banking gegründet?**

Auch wenn bei Sparda-Banken nicht unbedingt vermögende Kunden vermutet werden, so hat die Sparda-Bank West nach der Fusion der drei Altbanken Essen, Köln und Wuppertal ein sehr hohes Potenzial in diesem Bereich gesichtet und rechtzeitig erkannt, dass Vermögen zwischen 250 000 und einer Million Euro in jedem Fall einer sorgfältigen Planung bedürfen – sind es doch Vermögenswerte, die oft aus Familien stammen, die ihr Vermögen selbst aufgebaut und hart erarbeitet haben und die daher vor allem

eines haben: einen hohen Anspruch an Sicherheit.

Um dem gerecht zu werden, war die Zielsetzung, ausschließlich top-ausgebildete Finanzplaner einzusetzen, die sich die Zeit nehmen, die jeder Kunde braucht, um die Vorschläge und Empfehlungen des Beraters zu verstehen. So sind aktuell alle 13 Berater der Laureus AG Certified Financial Planner (CFP) – Berater also, die bei anderen Instituten oft erst bei Millionenvermögen eingesetzt werden. Sie unterliegen besonderen ethischen und fachlichen An-



Anja Welz, Mitglied des Vorstands, LAUREUS AG PRIVAT FINANZ, Düsseldorf

forderungen, wie zum Beispiel einer permanenten Weiterbildungsverpflichtung.

Klare Zielsetzung war und ist also: Der Qualitätsstandard „Beratung durch Finanzplaner“ soll die Kundenbindung dieser interessanten Klientel erhöhen – und dies möglichst auch schon zu etwaigen Vermögensnachfolgern.

Mit der Gründung der Tochtergesellschaft wollte man neben der Kompetenzlücke auch die Lücke bei den verfügbaren Produkten und Dienstleistungen zur bestmöglichen Betreuung der vermögenden Kunden schließen.

Und schlussendlich sollte auch der Name Laureus AG Privat Finanz zur Gewinnung von Vermögensteilen bei Mitbewerbern helfen – traut man doch häufig einer Genossenschaftsbank, insbesondere einem Haus mit einer klaren Retailstrategie, das Private Banking nicht zu.

So sind wir heute stolz darauf, dass wir mit dem Ansatz der ganzheitlichen Beratung und neutralen Lösungen auch die Vermögensanteile gewinnen, die die Kunden bei Mitbewerbern unterhalten. Seit Gründung erzielen wir fast konstant 40 Prozent des Umsatzes aus neuem Geld.

bm **Welches Private-Banking-Potenzial hat denn die Sparda-Bank West im eigenen Kundenbestand?**

Das Potenzial der vermögenden Kunden in der Muttergesellschaft ist nach wie vor sehr hoch und wächst fortlaufend nach. So verfügt die Sparda-Bank West über mehr als 4 000 Kunden, die allein durch ihre Guthaben oder ihre Gehaltseingänge auf ihrem Sparda-Konto die Einstiegskriterien der Laureus erfüllen können.

„Die Sparda-Bank West verfügt über mehr als 4 000 Kunden, die die Einstiegskriterien der Laureus AG erfüllen können.“

Dabei sind Kunden, die aufgrund ihres Berufes oder anderer Signale Potenzial vermuten lassen, noch nicht mitgezählt. Nicht immer ist das Private-Banking-Potenzial auf den ersten Blick erkennbar. Es ist also vermutlich noch größer.

Aktuell wollen wir unser 30-köpfiges Team um weitere vier Finanzplaner erweitern und suchen Berater, die die Ausbildung zum Financial Consultant besitzen. Wir wollen also nachhaltig und gemeinsam mit unseren Kunden weiter wachsen.

bm **Wie läuft die Überleitung von bisherigen Sparda-Kunden in die Laureus, ohne dass es Konflikte mit den bisherigen Beratern gibt?**

Erkennen die Sparda-Berater das Vermögen und den Bedarf einer anspruchsvolleren Beratung des Kunden, so stellen die Kollegen den Kontakt zur Laureus her beziehungsweise nehmen den Laureus-Berater im Folgetermin hinzu.

Der Kunde verliert also seinen Berater vor Ort nicht, sondern

er gewinnt – so er denn durch die Laureus betreut werden möchte und hierfür

einen Beratungsvertrag schließt – einen weiteren persönlichen Ansprechpartner für seine Finanzen im Ganzen hinzu.

„Sämtliche Erträge werden der Sparda-Filiale auf ihre Ziele angerechnet.“

Sparda und Laureus arbeiten also Hand in Hand zusammen. Während sich der Sparda-Berater um die Kontoführung und das tägliche Geschäft kümmert, stellt der Laureus-Berater durch regelmäßige Strategiegespräche sicher,

dass die Vermögensanlagen und Vorsorgelösungen zum Kunden passen – auch wenn sich seine Lebens-

planung oder die Situation an den Finanzmärkten verändert. Der Kundenbedarf steht also stets im Vordergrund.

Dabei haben die Laureus-Berater keinerlei Produkt- oder Absatzziele. Sämtliche Erträge – egal welcher Art – werden der Filiale auf ihre Ziele angerechnet. Durch die enge Zusammenarbeit

gewinnt der Sparda-Berater also Zeit, sich um seine Aufgaben zu kümmern, ohne den Kunden und die Erträge für seine Filiale zu verlieren.

Ein Mehrgewinner-Modell also, das vor allem dem Kunden zugutekommt, denn so ist sichergestellt, dass jeder Kunde den Berater an die Seite gestellt bekommt, der zu ihm passt.

bm **In welchem Ausmaß akquiriert die Laureus direkt am Markt?**

Mehr als 10 Prozent der Kunden, die die Laureus betreut, hatten vorher gar keine Verbindung zur Sparda. Primäres Ziel ist es jedoch, den Beratungsbedarf der Sparda-Bank-Kunden zu decken. Selbstverständlich möchten wir ergänzend auch

Neukunden für den Konzern gewinnen. Allerdings investieren wir hier nicht groß in Werbung, sondern bauen ausschließlich auf das Empfehlungsgeschäft.

„Die Finanzkrise hat dazu geführt, dass die Risikobereitschaft vermögender Menschen abgenommen hat.“

Zufriedene Kunden empfehlen die Laureus zunehmend weiter. Doch stellen wir fest, dass eine Empfehlung im Private Banking auch bei einer hohen Kundenzufriedenheit nicht selbstverständlich ist. Vermögende Kunden sprechen häufig nicht gerne über ihre Finanzen mit ihren Bekannten oder Nachbarn. Auch fühlt sich der Empfehlungsgeber unter Umständen für den finanziellen Erfolg seines Bekannten verantwortlich – dabei sind doch die Strategien der Anleger so unterschiedlich wie die Kunden selbst.

Aus diesem Grund möchten wir uns in unserem Jubiläumsjahr für jede Kundenempfehlung auf ganz besondere Art und Weise bedanken. Denn schließlich überwindet der Kunde seine Vorbehalte bei einer Empfehlung. Das ist für uns ein großer Vertrauensbeweis.

bm **Was hat sich in den 10 Jahren, in denen die Laureus nun besteht, im Private Banking verändert? Inwiefern haben Banken- und Wirtschaftskrise und die Zinslandschaft das Private Banking geprägt?**

Die Finanzkrise und zunehmende Volatilität an den Finanzmärkten hat dazu geführt, dass die Risikobereitschaft vermögender Menschen abgenommen hat. Während sich vielleicht die superreichen oder internationalen Anleger inzwischen wieder risikobereiter verhalten, favorisieren Anleger mit mittleren Vermögen, die vielleicht früher noch das Individuelle und Besondere suchten, heute eher das Bewährte.

Dies hat zu einer Verschlankung der Produktpalette geführt, mit dem Fokus der Anleger auf professionell gemanagte Lö-

sungen. Vermögenssicherung und Aufbau geht vor Renditeoptimierung. Außerdem ist bei den Kunden die Solidität des Instituts, die ehrliche Beratung und Verlässlichkeit noch stärker in den Vordergrund gerückt. Eine Entwicklung, von der wir im genossenschaftlichen Konzern profitieren konnten und auch noch weiter gewinnen können.

Aktuell führt das Niedrigzinsniveau bei den Anlegern zu einem gewissen Anlagedruck in alternative Anlageformen. Mittlerweile haben es auch die konservativen Anleger verstanden, dass man mit Zinspapieren alleine keinen Vermögenserhalt nach Inflation sicherstellen kann. Aktieninvestments sind auch nicht nur eine Einbahnstraße. Qualitative Beratung ist also nun stärker gefragt denn je.

bm Welche Erwartungen an ihre Bank hat eine jüngere Generation von Kunden im Vergleich zu ihren Eltern?

Für die jüngeren Menschen steht meist im Vordergrund, sich möglichst wenig um die Finanzen kümmern zu müssen – zumal vielen die Zeit dafür fehlt oder aber die wenige Freizeit lieber mit den schöneren Dingen des Lebens verbracht wird, als Finanzen zu planen. Daher sucht auch die jüngere Generation einen Finanzplaner, auf den man sich verlassen kann.

Die persönliche Erreichbarkeit, Flexibilität der Beratung in Ort und Zeit und klare Aussagen darüber, was heutzutage möglich ist und was eben nicht, sind hier die häufigsten Erwartungen, die die jüngeren Kunden an uns richten.

Hierauf haben wir reagiert: Die Berater besuchen den Kunden zu Hause oder auch an seinem Arbeitsplatz und nehmen sich die Zeit, die der Kunde benötigt.

bm Welche Rolle spielt die Digitalisierung im Private Banking?

Die Digitalisierung macht natürlich auch nicht vor dem Private Banking Halt. Während bereits heute moderne Technik wie beispielsweise i-Pads in der Beratung zu Präsentationszwecken zum Einsatz kommen und die Digitalisierung sicherlich auch noch zu weiteren Optimierungen in den Abwicklungsprozessen führen kann, steht in der Beratung immer der Mensch im Vordergrund – und das wird auch in Zukunft so bleiben.

Es wird spannend, inwieweit sich in Zukunft vielleicht einmal Beratungen zeitlich und räumlich noch flexibler gestalten lassen, zum Beispiel durch Videoberatung. Während wir vor einigen Jahren bei unserer meist älteren Klientel eine solche Vision noch für unmöglich gehalten hätten, so erzählen heute unsere Kunden, wie sie regelmäßig mit ihren Enkelkindern skypen. Wir werden also auch in Zukunft innovativ und flexibel bleiben und uns weiter am Kundenwunsch orientieren.

Wir sehen uns auch nicht in Konkurrenz zu Direktbrokern, denn die Kunden suchen – zumindest für den Großteil und die Basis ihres Vermögens – die qualitative Beratung und gemanagte Lösungen. Ein weiteres Depot für die eigenen Entscheidungen, das dann online geführt wird, wird da allenfalls beigegeben. Und trotzdem werden durch den direkten Kostenvergleich die Provisions-

margen sinken, während der regulatorische Aufwand für die Institute steigt und die Erträge in der Niedrigzinsphase für den Kunden fallen. Diesen Herausforderungen müssen sich Banken und Private-Banking-Institute stellen.

Intensive Beratung kostet Geld. Wenn der Deckungsbeitrag aus unserem Kerngeschäft auch in Zukunft weiterhin positiv sein soll und die Kunden nicht auf die umfassende Beratung und den besonderen Service der Beratung vor Ort verzichten möchten, braucht es weitere Prozessoptimierungen.

„Wir sehen uns nicht in Konkurrenz zu Direktbrokern, denn die Kunden suchen die qualitative Beratung und gemanagte Lösungen.“

„Für die jüngeren Menschen steht meist im Vordergrund, sich möglichst wenig um die Finanzen kümmern zu müssen.“

„Der Service als Versicherungsmakler ist ein weiteres Standbein zur nachhaltigen Ertragssicherung.“

bm Wie gehen Sie mit der Diskussion um Vergütungsmodelle (Provision versus Honorar) um?

Wenn es um sehr komplexe Vermögen und Fragestellungen geht, die ein ausführliches Finanzgutachten erforderlich machen, vermitteln wir den Kunden ausgewählte Honorarberater, die ebenfalls zertifizierte Finanzplaner (CFP) sind und als Mitglieder im FPSB Financial Planning Standards Board Deutschland e.V. die „Grundsätze ordnungsmäßiger Finanzplanung“ einhalten. Ob ein umfassender Finanzplan für den Kunden sinnvoll ist, klären wir im Gespräch. Denn Ziel ist nicht, die Komplexität zu erhöhen, sondern nachvollziehbare Lösungen zu finden.

Mit Ausnahme dieser umfassenden Finanzplanung durch externe Partner, bewegt sich die Laureus stets im Rahmen der klassischen Provisionsberatung. Die Vergütungen legen wir offen und bieten den Kunden – zum Beispiel beim Erwerb von Investmentfonds – den Entschei-

dungsfreiraum, die Kosten auf klassische Art und Weise (Zahlung des Ausgabeaufschlags) oder aber jährlich durch ein Beratungsentgelt bezogen auf sein Investmentvermögen zu entrichten.

In dieser Kombination sehen wir uns aktuell gut aufgestellt, denn in der Regel ist der vermögende Kunde – wenn es nicht um sehr spezielle Beratungsthemen, wie zum Beispiel Unternehmensnachfolgeplanung geht – auch nicht bereit, ein Honorar nach Stundenaufwand zu zahlen – zumal er zu diesem Zeitpunkt noch nicht abschätzen kann, ob ihm der Lösungsvorschlag gefällt.

bm Die Laureus ist seit 2013 Versicherungsmakler. Was hat Sie zu diesem Schritt bewogen?

Die Vermögensvorsorge ist für uns die Basis der Anlageberatung. Die Vorsorgeberatung, zum Beispiel zur Sicherung der Arbeitskraft oder des Pflegerisikos, sehen wir als Finanzplaner als unsere Pflicht. Die Optimierung der Rendite ist dann die Kür.

War die Laureus früher als Versicherungsvertreter tätig, so hat sie seit 2013 den Status des Versicherungsmaklers. Damit wurde für die Kunden der Service um einen wichtigen Baustein erweitert: Seitdem vermittelt das Unternehmen nicht nur Versicherungen seiner Partner, sondern steht als treuhänderischer Sachwalter der Interessen des Versicherungsnehmers auf dessen Seite – auch im Schadenfall.

Mit dem umfassenden Service, den die Laureus als Versicherungsmakler bietet, hebt sie sich in einem weiteren Punkt deutlich von anderen Private-Banking-Anbietern ab. Zudem generiert der Versicherungsbereich Erträge, die unabhängiger von der Kapitalmarktentwicklung sind. Ein weiteres Standbein also zur nachhaltigen Ertragssicherung der Laureus AG Privat Finanz. ■■■