

# Qualitativ hochstehendes Beratungserlebnis als Schlüssel zum Erfolg – beim Wealth Management der UBS Mittelland

Banken legen das Schwergewicht immer mehr auf umfassende Finanzberatung. Gründe dafür sind mehr Wettbewerb, komplexere und dennoch zunehmend austauschbare Produkte sowie die Erkenntnis, dass die Beratung die Basis für eine dauerhafte Beziehung zwischen Bank und Kunde bildet. Doch woran erkennt man gute Beratung – und ergo eine gute Bank?



**Von Rolf Bögli**  
Leiter UBS Wealth Management  
Region Mittelland, Bern

Allein im Grossraum Bern werben neben UBS nicht weniger als 30 Bankinstitute um die Gunst der Kundinnen und Kunden. Mit 140 Mitarbeitenden bietet der Bereich Wealth Management der UBS im Espace Mittelland an insgesamt 15 Standorten, von Olten bis Gstaad, hochstehende Dienstleistungen für vermögende Privatkunden an. Weil diese immer besser informiert und kritischer eingestellt sind, achten sie vermehrt auf Qualität und Kosten – vor allem aber auf überzeugende Beratung. Wir Menschen interessieren uns für alles Mögliche, sei es Sport, Kunst, Kultur etc. Mit Anlageinstrumenten beschäftigt man sich oft weniger, mit Geld – und wofür es sich einsetzen lässt – hingegen sehr wohl. Keine Überraschung, sind doch die Träume und Wünsche der meisten untrennbar mit finanziellen Überlegungen und Zielen verknüpft. Für den Kunden ist

das Ziel wichtiger als der Weg dorthin, während der Berater als Wegbegleiter und -bereiter für die geschickte Navigation unterwegs sorgen muss.

UBS Wealth Management positioniert und differenziert sich genau aus diesem Grund durch exzellente Beratungsqualität gegenüber der Konkurrenz. Der weltweite Zugriff auf Spezialisten, beispielsweise im Research, hohe Professionalität und die hervorragenden IT-Plattformen sind nur einige Beispiele für die globale Kompetenz von UBS Wealth Management, die ihren Kunden gebündelt und regional zugänglich ist. Dieses umfassende Know-how fliesst einerseits in die Anlagelösungen ein, z.B. im Fondsbereich. Andererseits geniesst die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeitenden einen hohen Stellenwert. Dies wiederum macht UBS zu einer äusserst attraktiven Arbeitgeberin – für bestehende und zukünftige Mitarbeitende mit hoher Motivation und Einsatzfreude. Das hohe Ausbildungsniveau befähigt sie zu Leistungen von überdurchschnittlicher Qualität. Hinzu kommt: Wealth Management ist und bleibt ein Kerngeschäft der UBS – dies gibt den Kunden die Gewissheit, mit einer Bank zu arbeiten, die auch morgen und übermorgen noch für sie da sein wird.

## Strukturierte Beratung

Das Verhältnis zwischen Kunde und Berater beruht auf Vertrauen, und dieses Vertrauen bildet gleichzeitig die Basis für eine umfassende, individuelle Finanzberatung. Grössere Banken sehen sich jedoch oft mit dem Vorurteil konfrontiert, aufgrund ihrer Grösse den Weg der Standardisierung zu beschreiten, was ihnen angeblich die Sicht auf den Einzelnen und seine Bedürfnisse zunehmend versperrt. Kleineren Instituten wird dagegen automa-

tisch grössere Kundennähe unterstellt – und eine persönlichere Beratung. Eine Annahme, welche sich in der Realität nicht immer bewahrheiten dürfte.

UBS verfolgt einen einheitlichen, strukturierten Beratungsprozess, doch dies bedeutet keineswegs gleiche Lösungen für alle: dieselben Schritte können in höchst unterschiedliche Richtungen führen. Es gilt also herauszufinden, welche Ziele erreicht werden sollen. Dazu dient ein vierstufiges Beratungsmodell, das sich auf den ersten Blick durch überraschende Einfachheit auszeichnet. Seine konsequente Umsetzung stellt sicher, dass die Kunden von globaler Expertise in Verbindung mit regionaler Marktkenntnis und -präsenz profitieren.

## Zuhören und Verstehen

Doch was bedeutet strukturierte Beratung konkret? Am Anfang geht es darum, den Kunden kennenzulernen und seine Bedürfnisse zu verstehen. Was selbstverständlich klingt, benötigt Zeit und viel Fingerspitzengefühl. Die Lebensziele und die daraus abgeleiteten finanziellen Bedürfnisse des Kunden sind häufig komplex und sogar für den, der sie am besten kennt – also den Kunden selbst – nicht immer auf Anhieb definierbar. Hier braucht es klärende Gespräche, viel Zeit und ein offenes Ohr seitens des Beraters. Die Kundenbedürfnisse zu kennen und zu verstehen ist nicht ein einmaliger Vorgang, sondern gehört zu den ständigen Pflichten des Beraters.

## Verständnis und Know-how

In einem zweiten Schritt ist es die Aufgabe des Beraters, eine umfassende und individuelle Lösung für die Bedürfnisse seines Kunden zu erarbeiten. Diese Gesamtlösung beruht auf einzelnen Bausteinen, die sich wiederum zur

Abdeckung individueller Bedürfnisse eignen, ja sogar speziell im Hinblick auf diese entwickelt wurden. Beispiele dafür liefert der **UBS-Fondsbereich**, wo eine grosse Auswahl besteht – allein UBS hat über 200 verschiedene Fonds im Angebot.

Diese Vielfalt im Fondsbereich zahlt sich aus – für die Kunden. Sucht der Anleger etwa eine Investitionsmöglichkeit, die unabhängig von den Marktbewegungen positive absolute Erträge anstrebt? Oder ist es die Entwicklung der Rohstoffmärkte, von denen er profitieren möchte? Vielleicht ist er auch an zusätzlichen Ertragschancen an den Aktienmärkten interessiert. Zum Beispiel mit dem rechts vorgestellten UBS Euro Countries Opportunity. Die breite Fondspalette von UBS bietet für fast jedes Kundenbedürfnis eine professionell gemanagte und auf das individuelle Kundenportfolio abgestimmte Lösung. Es versteht sich von selbst, dass bei der Wahl der geeigneten Anlagelösungen immer auch steuerliche und vorsorgetechnische Aspekte zu berücksichtigen sind.

### Umsetzung und Information

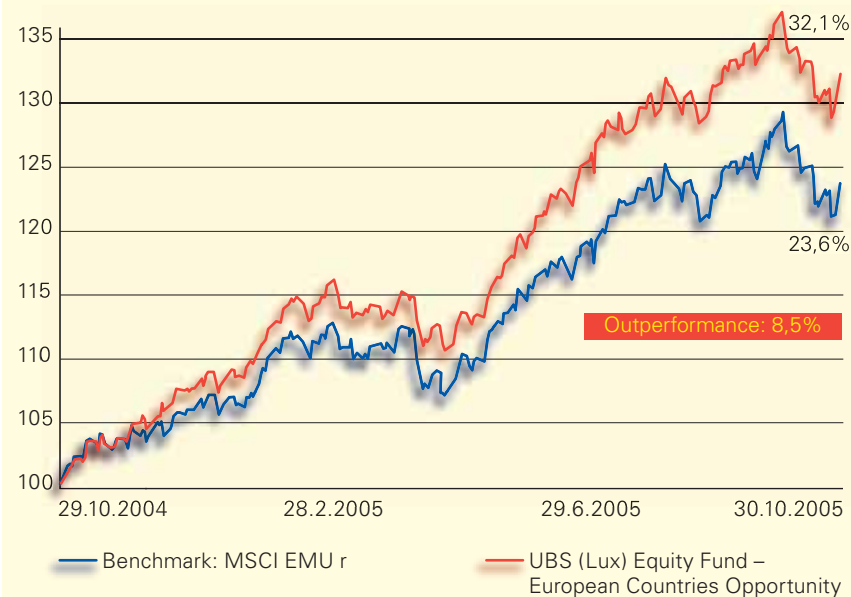
Die Antwort auf die Anliegen des Kunden ist gefunden, das Paket geschnürt. Doch bringt es den erhofften Mehrwert oder sind Korrekturen notwendig? Auch in diesem dritten Punkt trennt sich bei der Beratung die Spreu vom Weizen. Bei aller Sorgfalt und Weitsicht lässt es sich mitunter nicht vermeiden, den einmal eingeschlagenen Kurs zu überdenken. Es empfiehlt sich sogar, immer wieder zu prüfen, ob der Kunde noch auf dem richtigen Weg ist. Veränderungen im persönlichen Umfeld oder Entwicklungen an den Finanzmärkten lassen eine Lösung, die sich zunächst als ideal präsentierte, plötzlich in einem anderen Licht erscheinen.

Der Berater soll Transparenz schaffen und stets darum bemüht sein, im besten Interesse des Kunden zu handeln. Der Kunde soll dieses Engagement spüren und die Gewissheit haben, dass sein Berater Verantwortung übernimmt. Zwar kann dieser nicht für Stimmungsschwankungen an den Börsen verantwortlich gemacht werden, wohl aber dafür, das Schiff langfristig auf Kurs zu halten.

## UBS (Lux) Equity Fund – Euro Countries Opportunity B

Starke Performance über die letzten 12 Monate (29.10.2004 – 31.10.2005)

UBS (Lux) Equity Fund – Euro Countries Opportunity B besteht im Kern aus einem konzentrierten, sehr aktiv gemanagten Basisportfolio. Dieses setzt sich aus Aktien verschiedener grosskapitalisierter und finanzstarker Firmen zusammen. Damit aber nicht genug: Der Fonds investiert zu einem geringeren Teil auch in soliden kleineren und mittelgrossen Firmen mit hohem Kurspotential. Und als dritte Ertragskomponente hält UBS Euro Countries Opportunity einen flexiblen Liquiditätsanteil, wodurch das Aktienengagement je nach Marktsituation verstärkt oder vermindert werden kann. Durch diese aktive Strategie erhöhen sich die Gewinnchancen, gleichzeitig aber auch die Wertschwankungsrisiken.



Vertreter in der Schweiz für UBS Anlagefonds ausländischen Rechts: UBS Fund Management (Switzerland) AG, Postfach, CH-4002 Basel. Fondsprospekte sowie Jahres- und Halbjahresberichte der UBS Anlagefonds können kostenlos bei UBS AG, Postfach, CH-4002 Basel bzw. bei UBS Fund Management (Switzerland) AG, Postfach, CH-4002 Basel angefordert werden. Anteile der erwähnten Anlagefonds dürfen innerhalb der USA weder angeboten noch verkauft oder ausgeliefert werden. Die Angaben gelten nicht als Offerte. Sie dienen nur zu Informationszwecken. Die vergangene Performance ist keine Garantie für zukünftige Entwicklungen. Die dargestellte Performance lässt allfällige bei Zeichnung und Rücknahme von Anteilen erhobene Kommissionen und Kosten unberücksichtigt.

### Regelmässiger Kontakt

Modeworte wie «Customer Relationship Management» haben heute fast überall Einzug gehalten. Dennoch: manche Kunden mögen denken, solange sich die Bank nicht meldet, sei alles in Ordnung. Umgekehrt sagt sich die Bank, der Kunde wird anrufen oder vorbeikommen, wenn er etwas braucht. Beide Seiten können sich irren. Wenn der Berater die Kundenbeziehung als partnerschaftliches Verhältnis betrachtet, wird er auch auf persönliche Informationsbedürfnisse und individuelle Kontaktpreferenzen eingehen.

Oft genügt ein kurzes Telefongespräch, um den Kunden auf dem laufenden zu halten. Gerade in turbulenten Zeiten erwarten viele eine aktivere Informationspolitik seitens ihrer Bank. Der Schlüssel liegt dabei in der kun-

denorientierten, zeitgerechten Aufbereitung dieser Information – der vierte und äusserst wichtige Bestandteil einer kompetenten Beratung. Im Zeitalter der modernen Kommunikationstechnologie stehen immer mehr Kanäle für den Austausch zwischen Kunde und Berater zur Verfügung. Zur Beratung gehört auch, dass der Kunde weiss und versteht, was die Bank für ihn tun kann. Berichterstattung, Rückmeldungen, Resultate zeugen vom Interesse an einer aktiven Kundenbeziehung, die Bestand hat – im Idealfall ein Leben lang.

*Rolf Bögli ist seit 2004 Regionenleiter der UBS Wealth Management Mittelland. Er ist Betriebsökonom FH und absolvierte einen M.B.A. der Universität Bern / University of Rochester, USA. ■*