Können die Banken in ihren alten Systemen überleben?

geschrieben von Gabriela Sollberger | April 21, 2021

Wenn man sich diese Frage stellt, dann muss man bereits beim Wort Bank ein Fragezeichen setzen. Gibt es noch eine klassische Bank, wie wir sie heute kennen, in der Zukunft?

Wir von der VVK-Gruppe glauben das nicht. Wir sind seit jeher der Meinung, dass es zukünftig keine Unterteilung in Bank (welche Konten und Finanzprodukte brauche ich?), Versicherung (gegen welche Risiken muss ich mich absichern?) und Lebenshilfe (welche sorge ich bei meiner gesamten Lebensgestaltung für finanziell gesunde Verhältnisse?) mehr geben wird. Es wird einen Gesamtanbieter diverser Dienstleistungen aus allen diesen Bereichen geben. Nennen wir diesen Gesamtanbieter einmal Vorsorgedesigner. Vorsorge ist nämlich seit Jahren gemäss dem Sorgenbarometer der Credit Suisse die grösste Sorge der Schweizer Bevölkerung; derzeit auf dem zweiten Platz, verdrängt durch die Angst vor COVID-19.

Das klassische Bankensystem sieht unseres Erachtens dem Schicksal der Dinosaurier entgegen.

Der Kunde wird König, endlich!

Die erfolgreiche «Bank der Zukunft» hat hingegen eine riesige Chance. Sie oder eben der Vorsorgedesigner ist der zukünftige Lebensbegleiter der Kunden im Ökosystem «lebenslange Vorsorge». Vor allem begleitet dieser die Kunden nicht nur finanziell im klassischen Sinn, sondern immer dann, wenn ein Ereignis im Leben des Kunden finanzielle Auswirkungen auf dessen Vorsorgeplanung hat. Vorsorge wird zum Lifestyle.

Das heisst, der Begriff Finanz, auf den die Banken sich bisher konzentrierten, wird ausgeweitet zum Ökosystem «lebenslange Vorsorge». Heute denken Banken beim Thema Vorsorge meistens

nur an ein oder mehrere Bankkonten für die Säule 3a, Versicherungen an den Abschluss eines möglichst langlaufenden Säule-3a-Versicherungsvertrags, und beide hoffen, dass der Kunde sich gut beraten fühlt. Unsere Erfahrung sagt jedoch, dass die meisten dieser Kunden im Nachhinein nicht zufrieden sind und ohne weitere emotionale Bindung das Institut wechseln möchten. Das ist die Realität. Vor allem bei den Generationen Y und Z bedarf es für eine stärkere Kundenbindung an ein Beratungsinstitut mehr als reduzierte Eintrittspreise zu kulturellen Veranstaltungen und zu Fussballspielen. Die Kundenbeziehung muss auch auf dieser Ebene neu gedacht werden.

Es nützt auch nichts, innerhalb des Angebotes Finanzen, sogenannt neue Ökosysteme zu erfinden und diese als Innovation zu verkaufen. Das Ökosystem Haus, das Ökosystem Auto, alles alter Wein in neuen Schläuchen. Auch die Erfindung von Apps innerhalb der alten Aufgabe Finanzen, wie es einige etablierte Bankinstitute ihren Kunden anbieten, alles so langweilig wie eh und je. Diese Dienstleistung muss, nur schon um überleben zu können, von den heutigen Anbietern komplett neu gedacht werden.

Die Sorge um die Vorsorge als Chance

Die Sorge um die Vorsorge ist das, was die Menschen ein Leben lang beschäftigt. Niemand will im Alter in einer Altersarmut leben. Das ist die riesige Chance, die sich dem künftigen Vorsorge- und Lifestyle -Designer bietet. Das Ökosystem «lebenslange Vorsorge» gilt es zu erkennen, einzurichten und den Kundinnen und Kunden die auf ihren einzigartigen Lebensweg angepasste Lösung für alle aktuellen und potenziellen finanziellen Bedürfnisse anzubieten.

Eine gut geplante Vorsorge macht die Menschen für andere Aktivitäten frei. Wenn sie sich gut beraten fühlen, dann können sie sich selber ihren Stärken widmen und so auch der gesamten Volkswirtschaft mehr bieten.

In Zeiten, wo die Menschen einen Wedding Planner brauchen, um eine einfache Hochzeit auszurichten, wo es für jeden grösseren Kaufentscheid alle möglichen Vergleichsdienste gibt, wo die Generationen Y und Z von Tausenden von Influencern beeinflusst werden und den Lehrpersonen und Vorgesetzten weniger vertrauen, wo ein Lieferdienst für Pizzas, Salate oder Pasta nicht mehr wegzudenken ist, braucht es offenbar auch einen Planer für das finanzielle Leben jedes Einzelnen.

Wir von der VVK-Gruppe sprachen anfänglich nur vom «Finanzcoach» für die finanzielle Gesundheit der Kunden, ähnlich wie der Hausarzt für die körperliche Gesundheit. Aufgrund der Erfahrung aus mehr als 10 000 Vorsorge-Beratungen, sprechen wir heute vom finanziellen «Lifestyle Coach» eines Kunden. Wir sind immer für die Vorsorge-Fragen unserer Kunden da, und wir können sie fachgerecht beantworten, wo nötig durch das Beiziehen von externen Partnern.

Der Lebensweg als Ökosystem Vorsorge

Wir haben im Laufe der Jahre vierzig Ereignisse im Leben eines Menschen identifiziert, die sich direkt auf seine finanzielle Situation und damit auf seine Vorsorge auswirken. An jedem dieser Ereignisse braucht der Mensch, wenn er sich nicht selber helfen kann, professionelle Unterstützung. Dazu ein paar Beispiele: Die Kinder schlagen die Scheiben der Nachbarn ein, der Abschluss einer Ausbildung, das Zusammenziehen mit einem Partner, eine Heirat, die Geburt eines Kindes, der Kauf einer Liegenschaft, der Abschluss einer Hypothek, eine Scheidung, der Kauf einer Finanzanlage, der Abschluss einer Versicherung, ein Unfall, der Verlust eines Partners, die Pensionierung, der Verkauf des Hauses, der Bezug einer Alterswohnung, der Wechsel ins Pflegeheim, die Nachlassvorbereitung.

Jedes dieser Ereignisse hat, wenn sie falsch angepackt werden, kleinere oder grössere Auswirkungen auf die Vorsorge des Einzelnen und seine weitere Lebensgestaltung.

Für die Zukunft der heutigen Banken heisst das, dass sich das Berufsbild des Kundenberaters deutlich ändern muss, denn dieser ist heute primär am Verkauf der eigenen Produkte interessiert. Und solange die Banken einen Teil der Entschädigung der Mitarbeiter vom Umsatz-Resultat abhängig machen, wird sich auch nichts daran ändern.

Dass wir mit dieser Meinung nicht allein sind, zeigt ein Artikel der «Neuen Zürcher Zeitung» vom 12.1.2021: Den Schweizer Banken rennt die Zeit davon: «Die Bank von morgen wird nicht von Bankern von gestern geführt. Auch und gerade in der Bankenwelt tut eine Generation von Führungskräften not, die den Wandel als Chance versteht, das Bankgeschäft aus der Perspektive des Kunden neu denkt und hinterfragt, Erfahrung und Wissen aus anderen Branchen mitbringt. Die Zeiten, in denen begabte Kreditsachbearbeiter kraft ihres Fachwissens zum Kreditchef und sogar zum Chef der Bank aufsteigen konnten, müssten eigentlich vorbei sein – diese Silokarrieren stehen für die Welt von gestern. Heute gewinnen neben fachlichen Qualifikationen Soft Skills an Bedeutung. Dazu zählen soziale Kompetenzen wie Teamfähigkeit, Empathie oder Kommunikationstalent, aber auch Eigenschaften wie Neugier, Selbstdisziplin und Eigenverantwortung.»

Der künftige Mitarbeiter einer «zukünftigen Bank» kennt das Ökosystem «lebenslange Vorsorge». Er weiss vieles davon selbst, zieht aber bei Bedarf Kooperationspartner hinzu. Entscheidend dabei ist: Der finanzielle Lifestyle-Coach bietet dem Kunden einen «One-Stop-Shop»-Service für dessen Fragen analog zum Wedding Planner.

Wie macht man das bei den Menschen offenbar unbeliebte Thema Vorsorge zu einem Lifestyle-Produkt?

Es bedarf eines kompletten Paradigmenwechsels. Der Fokus auf den nächsten Quartalsabschluss mit den zu erwartenden

Bonusentschädigungen muss dem langfristigen Wohlergehen der Kund*innen weichen.

Erste Ansätze gibt es bereits bei der Discovery Bank, einer ehemaligen Krankenkasse Südafrikas, die ihr Angebot mit Gesundheitstipps, Versicherungen, Anlagen und digitalen und persönlichen Beratungen ergänzt hat. In Indien ist es ArthaYantra, die mittels eines Roboadvisers die Kunden entlang des Lebenswegs beraten.

In der Schweiz ist es die Partnerin des ZV, die VVK AG aus Teufen, die hier Pionierarbeit leistet. Sie berät und betreut ihre Kund*innen seit 1997 konsequent und erfolgreich mit einem Vorsorgeplan entlang des Lebenswegs der Kund*innen und gemäss deren Bedürfnissen.

Dass dieser Ansatz die Zukunft der Kundenberatung in der Finanzbranche ist, erkennen nun Schritt für Schritt auch die grossen Beratungsunternehmen und die Universitätsinstitute, die sich mit der Zukunft der Bank beschäftigen. Hier ein Statement von Olaf Töpfer, head of Banking & Capital Markets, Ernst & Young (EY): «The business opportunity arising in the structural change in banking will be rooted in creating sustainable value for clients. This ambition must go beyond convenience and best deal. It should address a client’s life-long financial health.»

Die Mischung aus Vorsorge- und Lebenshilfe und Finanzberatung inkl. Finanzdienstleistungen, wie sie die VVK macht, ist DIE erfolgsversprechende Zukunftsstrategie dieser Branche. Offenbar hat die VVK-Gruppe schon vieles richtig umgesetzt. Das Wichtigste ist unseres Erachtens eine Art «Financial Literacy». Man schult die Kunden in den Grundzügen der Vorsorge, man bezieht sie ein in Workshops, Webinaren. Darauf aufbauend erstellt man eine «Grundanalyse» in einem Vorsorgeplan, und diese wiederum nutzt man als Basis für Kundenberatung und die sich daraus ergebenden Massnahmen. Aber nur insoweit sie aufgrund der Situation der Kund*innen auch

angebracht sind und zu ihrem finanziellen Wohlergehen in der Zukunft führen.

Melden Sie sich deshalb für die speziell für ZV- Mitglieder aufgebauten Webinare der VVK AG an.

Übrigens, es ist nie zu spät, sich beraten zu lassen, selbst in einer geordneten und geplanten Nachlassorganisation können noch viele Steuerfranken eingespart werden.