

Massenweise Individualität

Es klingt wie ein Widerspruch und ist keiner: Eine standardisierte Plattform ermöglicht es den Banken, Kunden im Flächengeschäft individuelle Leistungen anzubieten.

RENEE GROSSER / KRISTINE SOLF

Das weltweite Vermögen wird nach Einschätzung von Vermögensmanagement-Experten von 2004 bis 2009 um 23 Prozent wachsen (Grafik unten). Dies besagt eine Studie der Boston Consulting Group von 2005. Die Prognose: 70 Prozent des Volumens werden im Flächen- und Retailgeschäft betreut. Das Flächengeschäft, auch Affluentgeschäft (Kasten Seite 29) genannt, wird dabei mit 58 Prozent am stärksten zu-legen (Grafik Seite 29).

Für die Banken wird also, neben dem Geschäft mit den vermögenden Privatkunden, auch das Flächengeschäft immer attraktiver. Vor allem, da der Private Banking Markt bezüglich seiner Prozesse und seines Angebotes

bereits gut entwickelt ist. Banken können sich im Flächengeschäft aufstellen, indem sie Wissen, Prozesse und die IT-Infrastruktur gemeinsam nutzen und dadurch Skaleneffekte erzielen.

Private Banking standardisieren

Michel Jongen, Verantwortlicher für Nord- und Westeuropa bei Odyssey Asset Management Systems, sagt: „Im Flächengeschäft müssen die Kundenberater unterstützt werden, die persönlichen Kontakt zum Kunden haben. So können die Berater mehr Kunden betreuen und trotzdem die Ansprüche an Individualität und hohem Serviceniveau erfüllen. Dies ist ein Wettbewerbsfaktor: Nur so können Banken dieses Kundensegment lang-

fristig an sich binden.“ Dazu müssen den Kundenberatern im Flächengeschäft alle benötigten Informationen und Analyseinstrumente zur Verfügung gestellt werden, die auch die Private-Banking-Betreuer nutzen. Die Informationen sollten so aufbereitet sein, dass der Berater die Situation all seiner Kunden mit einem „Klick“ erfassen und beurteilen kann. Wiederkehrende Arbeiten wie die Administration von Kunden und Portfolios sowie die Unterstützung von Kundeninterviews sollten als genormte Arbeitsabläufe automatisiert sein.

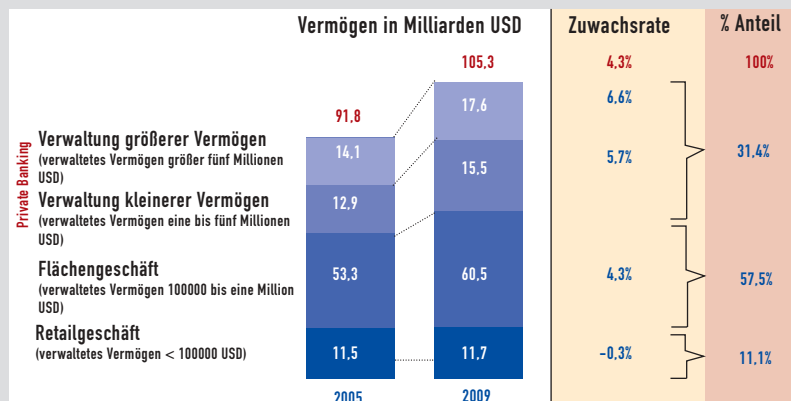
Banken müssen im ersten Schritt ihre Geschäftsprozesse im Private Banking standardisieren. Risiken und Prozesskosten müssen minimiert werden. Beim Produkt- und Dienstleistungsangebot erreicht ein Finanzinstitut durch die Kombination verschiedener Bausteine Individualität. Ein anpassungsfähiges Portfoliomanagementsystem unterstützt diese Prozesse.

Flächengeschäft individualisieren

Im zweiten Schritt sollten Banken die hohen Vermögensverwaltungsstandards des Private Banking in das Flächengeschäft übertragen, um das Dienstleistungsniveau und die Betreuungsqualität zu erhöhen. Dieser einheitliche Ansatz, gestützt durch eine gemeinsame IT-Infrastruktur, senkt

Weltweite Vermögensentwicklung

Marktanalyse und Trends



Quellen: BCG Global Wealth 2005

© BM-Grafik



Flächengeschäft wird...

... das Geschäft mit Kunden genannt, die ein verwaltetes Vermögen von 100.000 bis zu einer Million US-Dollar besitzen.

den Arbeitsaufwand und damit die Kosten beim Management ähnlicher Anlageprofile. Die Automatisierung scheinbar individueller Dienstleistungen garantiert eine effektive, sichere Kundenberatung.

Verschiedene Kundensegmente über gleiche Plattform bedienen

Die Fortis in Luxemburg, ehemals Banque Générale du Luxembourg, bedient verschiedene Anwendergruppen und Kundensegmente ausgehend von einer gemeinsamen Plattform. Das Institut hatte sich vor einigen Jahren dazu entschlossen, ein neues Vermögensverwaltungssystem, das Portfoliomanagementsystem „Triple A“ von Odyssey Asset Management Systems, einzuführen. Bei der Implementierung wurden

Zwischengröße: Es ist sinnvoll, nicht nur in Basis- und Privat-Banking-Geschäft zu unterteilen, sondern das Flächengeschäft als eigenes Kundensegment zu bearbeiten.

zunächst im Private Banking die Entscheidungsunterstützung, die Portfolio- und Investitionsanalysen und die Kundenberichterstattung verbessert. Dies führte zu sichtbaren Produktivitätssteigerungen, sodass die Bank den signifikanten Anstieg des Geschäftsvolumens Ende der 90er Jahre mit der gleichen Mitarbeiterzahl bewältigte. Durch die Verbesserung der technischen Leistung stieg das Umsatzvolumen sowie die Ordergenerierung und -eingabe an. Der Bank war es nun möglich, personalisierte Dienstleistungen bereitzustellen und Investitionsstrategien automatisiert zu implementieren. Kunden mit gleichen Risikoprofilen erreichten von nun an auch die gleiche Performance.

Die Bank beschloss, das System auch im Flächengeschäft zu nutzen. Berater und Kunden erhielten über eine webbasierte Benutzeroberfläche Zugang zum Portfoliomanagementsystem. Ziel der Bank war, die Einführungs- und Betriebskosten des IT-Systems zu reduzieren und das Serviceniveau in der Beratung zu erhöhen. Voraussetzungen dafür waren die einfache Anpassung der Funktionalitäten, ein hohes Niveau an Benutzerfreundlichkeit und Automatisierung sowie die Steigerung des Umsatzvolumens und der Anwenderzahl. Die Kundenberichte für das Flächengeschäft mussten vereinfacht

werden. All dies sollte realisiert werden, ohne das Portfoliomanagementsystem, das ursprünglich nur im Private Banking eingesetzt wurde, maßgeblich zu verändern.

Erfüllung der Anlagerichtlinien können jetzt kontrolliert werden

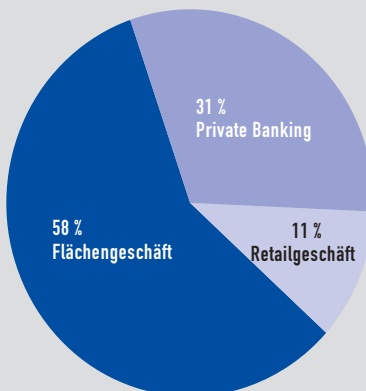
Die neue Benutzeroberfläche für das Flächengeschäft bietet Bankberatern folgende Funktionen: Online-Portfoliobewertungsinformationen, Cash Management, Cash-Flow-Prognosen, Performancemessung sowie Transaktionsabwicklung und Orderaufgabe. Die Erfüllung der Anlagerichtlinien kann umfassend kontrolliert werden. Das Finanzinstitut kann jedem Kunden ein individuelles Risikoprofil zuweisen und überprüfen, ob die Portfoliozusammensetzung in einem angemessenen Verhältnis zu dessen Risikoprofil steht.

Fortis kann so nicht nur seine Beratungsqualität besser kontrollieren und einen besseren Kundenservice anbieten, sondern auch Arbeitsabläufe effizienter gestalten. Die Kundenberater wurden von administrativen Aufgaben weitgehend entlastet, so dass sie sich besser auf die eigentliche Kundenberatung konzentrieren können. Die intuitiv zu bedienende Web-Oberfläche hielt den Trainingsaufwand in Grenzen. Die Kunden wiederum können ihr Investitionsrisiko besser einschätzen.

Interessanter „Nebeneffekt“: Die Bank konsolidierte auf diesem Weg ihre Systeme und Prozesse, was Wartungs- und laufende Kosten signifikant reduziert hat. Die Bank werde die Plattform für ihre Berater weiter ausbauen, um MiFID-bezogene Anforderungen wie Know-Your-Customer, Kundenprofilierung und -klassifizierung, Anlegerschutz und Informationstransparenz besser erfüllen zu können, so Michel Dauphin, Information Services Director von Fortis in Luxemburg. ■

Renee Grosser ist Geschäftsbereichsleiter Deutschland und Österreich, Kristine Solf Presseverantwortliche bei der Odyssey Asset Management Systems.

Wachstum des Flächengeschäftes



© BM-Grafik