

Family Banker Bankerfahrung als Wertfaktor

STEFANO VOLPATO: GEMEINT SIND DIE PERSONEN, DIE IM TRADITIONELLEN BANKENSEKTOR TÄTIG SIND – BANKDIREKTOREN, PRIVATE BANKER – UND DIE FÜR DEN KUNDEN ZUM MAßGEBLICHEN ANSPRECHPARTNER WERDEN MÖCHTEN, DEM ER BANK –, FINANZ – UND VORSORGEANGELEGENHEIT ANVERTRAUEN WILL.

Ein Markt, der ungeachtet der Krise ein großes Wachstumspotenzial bietet. Ein Bankensystem, das sich aus Sicht der Dienstleistungs- und Produktpalette schnell weiterentwickelt und seinen Kunden eine Rundumbetreuung bietet. Ein System, das sich als ehrgeiziges Vorhaben zum Ziel gesetzt hat, zur größten italienischen Retail-Bank zu werden. Zu diesem Zweck setzt Banca Mediolanum unaufhaltsam die Rekrutierungskampagne fort, die zur Einstellung von Family Bankern als Identifikationsfiguren ihres Geschäftsmodells führen soll. Der Family Banker als Ansprechpartner aller Kunden, der den Kontoinhabern die Bank nach Hause bringt und der sie jederzeit und für jeden Bedarf betreut.

Der Family Banker als Experte für Finanzplanung, der ausgehend von den verfügbaren Mitteln und vom Bedarf eines Haushalts dessen Bedürfnisse versteht und die bestmögliche Form für dessen Geldanlagen kennt.

In einem Marktsegment wie dem Anlagesektor, das sich ständig weiterentwickelt, fehlt es nicht an interessanten Angeboten für die Geldanlage. Dieser Markt bietet ein enormes Wachstumspotenzial, gleichzeitig aber verlangt das expandierende Angebot an Finanzprodukten nach Experten, die es verstehen, den Sparern Orientierung zu geben und die richtige Entscheidung zu empfehlen.

Soll jetzt also mit einem Profi-Team Gas gegeben werden, um diesen Markt herauszufordern?

"Wir sind in der Verfassung, zur größten italienischen Retail-Bank zu werden", erklärt Stefano Volpato, Vertriebsdirektor von Banca Mediolanum. "Die Italiener sind nämlich, ungeachtet der schwierigen Lage der italienischen Wirtschaft, ein Volk von Sparern. In schwierigen Zeiten, wie wir sie gerade erleben, reduzieren sie zwar lieber ihre Ausgaben, gleichzeitig aber steigt die Sparneigung der privaten Haushalte. Deshalb bin ich voll überzeugt, dass wir einen viel versprechenden Markt vor uns haben. Dieser Markt wartet geradezu auf Personen, die sich als qualifizierte Gesprächspartner erweisen.

Eine besondere Eigenschaft, die Italien schon immer gegenüber den übrigen europäischen Ländern auszeichnet, ist die ausgeprägte Sparneigung der Italiener. Ein Problem besteht allerdings darin, dass es an Sachkenntnis in puncto Finanzinstrumenten fehlt.

Gebraucht werden also neue Profis, die die Bedürfnisse einer ständig wachsenden Kundschaft erkennen und sich damit identifizieren. Wie sieht der Profi aus, den Sie suchen?

Unser Angebot richtet sich an alle

"Den Family Banker können wir definieren als einen Profi der neuen Generation, der die Ausbildung und Fähigkeiten eines Bankdirektors, gleichzeitig aber auch die eines Anlage-Experten besitzt, da er sich um alle traditionellen Bankdienstleistungen kümmert: er prüft zusammen mit dem Kunden das in Frage kommende Kontokorrent, die Kreditkarten, das günstigste Darlehen, die angemessene Kreditlinie. Zu diesem typisch banktechnischen Aktionsfeld kommt ein weiterer Kompetenzbereich mit hohem Mehrwert hinzu: die Finanzplanung und die Portfoliobewertung für seine Kunden.

Fachkräfte des traditionellen Bankensektors, also an Bankdirektoren, Private Banker und Mitarbeiter, die im Ausbau des Privatkundengeschäfts tätig sind und die nach einer für sich selbst und für ihre Kunden nutzbringenden Tätigkeit suchen. Die Fachkraft, die wir suchen, besitzt gleichzeitig die Eignung als Bankdirektor und die Kenntnisse eines Profis, der sich um die Anlagebedürfnisse der Kunden kümmert. Der Tätigkeitsbereich dieser Fachkraft ist eine solide Struktur, die sich neben dem herkömmlichen Bankgeschäft mit Finanzberatung und Finanzplanung befasst.

Welche Ziele haben Sie mit Ihrem Modell erreicht?

In nur 15 Jahren seit ihrer Gründung hat Banca Mediolanum eine ehrgeizige Zielmarke überschritten und belegt aus Sicht der Kapitalisierung Platz vier unter den italienischen Banken.

Dieses Ergebnis konnten wir erreichen, weil unser Modell Modernität mit Effizienz vereint, woraus sich ein Wettbewerbsvorteil zugunsten des Kunden ergibt. Denn unsere Basis ist eine schlanke und effiziente Struktur, die schrittweise

Kostensenkungen ermöglicht hat.

Wie sieht Ihre Strategie zur Kosteneindämmung aus?

Eine unserer Stärken war zweifellos die Entscheidung, auf Technologie zu setzen und damit unseren wichtigsten Wettbewerbern zuvorzukommen. Das Gleiche gilt für die Tatsache, dass wir eine schalterlose Bank sind. Diese Entscheidungen haben sich als erfolgreich erwiesen, denn sie haben es ermöglicht, dass die Bank ihre Struktur verschlankt, vor allem unter Kostenaspekten, und dass der Kunde ohne Einschränkungen entsprechend seinen Notwendigkeiten und Bedürfnissen disponieren kann.

Beim Multikanal-Banking ist der Zugang zu Online-Diensten oder über das Telefon an keine Zeiten und Orte gebunden, was sich in einem enormen Vorteil in puncto Qualität und Service niederschlägt. Wir können ein sehr viel flexibleres Modell bieten als der traditionelle Vertriebskanal, der vielfach wegen der Ineffizienz des Schalterbetriebs kritisiert wird. Auf diese Weise kann Banca Mediolanum einen qualitativ exzellenten Service erbringen und gleichzeitig Konditionen garantieren, wie sie die Wettbewerber wegen

komplexerer Strukturen und höherer Kosten nicht bieten können.

Ist dies die Stärke von Banca Mediolanum?

Ganz ohne Zweifel. Bedenken Sie, dass unsere Struktur die Struktur einer Retail-Bank ist. Bis heute hat sich dieses Konzept, also die Spezialisierung auf die Geldanlage des einzelnen Kunden und auf den Bankservice, ausgezahlt. Außerdem bleiben uns mit diesem Modell zahlreiche Probleme erspart; man denke nur an die notleidenden Positionen der Banken, deretwegen in den letzten Jahren ein Großteil der internationalen Kreditinstitute Schiffbruch erlitten hat. All dies hat es uns gestattet, jeden einzelnen Vorteil an die Kunden weiterzugeben. Im Übrigen sind heutzutage Qualität und Niveau des Kundenservice zunehmend die Unterscheidungs-faktoren, die den Unterschied zwischen einer Bank und der anderen ausmachen.

Wie schlagen sich Kostensenkung und Servicequalität in Vorteilen für den Kunden nieder?

In Zeiten wie diesen konzentriert sich der Kunde genau auf diese beiden Aspekte: er verlangt einen her-

vorragenden Service zu extrem günstigen Kosten. Dieser Herausforderung wollen wir uns stellen.

Wie sieht Servicequalität bei Banca Mediolanum aus?

Qualität entsteht immer aus der Paarung Kompetenz/Zeit für die Kundenbeziehung. Der Family Banker ist Wertschöpfer, weil er diese Paarung besitzt. Er besitzt die notwendige Kompetenz, die er in einer hervorragenden Ausbildung erworben hat, und er kann, da er keine administrativen Aufgaben erledigen muss, seine Zeit konzentriert der Pflege der Kundenbeziehung widmen. Also die Bedürfnisse und das Risikoprofil des Kunden erkennen und richtige Erwartungen schaffen, alle Einflussgrößen erfassen, die den qualitativen Unterschied ausmachen können.

Welche Rolle spielt der Family Banker?

Den Family Banker können wir definieren als einen Profi der neuen Generation, der die Ausbildung und Fähigkeiten eines Bankdirektors, gleichzeitig aber auch die eines Anlage-Experten besitzt, da er sich um alle traditionellen Bankdienstleistungen kümmert: er prüft

zusammen mit dem Kunden das in Frage kommende Kontokorrent, die Kreditkarten, das günstigste Darlehen, die angemessene Kreditlinie. Zu diesem typischen Aktionsfeld kommt ein weiterer Kompetenzbereich mit hohem Mehrwert hinzu: die Finanzplanung und die Portfoliobewertung für seine Kunden. Demzufolge vereint das Berufsbild des Family Bankers in sich die besten Eigenschaften der beiden Arten von Banking: das Beste des Modells der modernen Bank, nämlich Freiheit und Autonomie bei den gängigen Banktransaktionen, und das Beste der traditionellen Bank, nämlich die persönliche Beziehung zwischen Bank und Kunden, ein auf gegenseitigem Kennen basierendes Vertrauensverhältnis.

Welchen Nutzen hat jemand, der diesen Weg beschreitet?

Der erste Nutzen für den, der sich für diesen Beruf entscheidet, besteht darin, dass er in einem Umfeld tätig ist, das den Kunden in den Mittelpunkt seiner Arbeit stellt. Der Family Banker lässt sich bei seiner Tätigkeit allein von seinem Interesse am Kunden leiten, indem er die persönliche Beziehung mit dem Kunden pflegt und stärkt.

Kann man sagen, dass der Family Banker seine Erfahrung in Geldwert umsetzt?

Genau. Im traditionellen Bankensektor gibt es herausragende Mitarbeiter, die in jahrelanger Tätigkeit einen Schatz an Berufserfahrung und zwischenmenschlicher Kompetenz erworben haben. An sie wenden wir uns mit einem ökonomischen Projekt, das diesen persönlichen Background würdigt.

Lässt sich der Erfolg Ihres Modells auch an Zahlen nachweisen?

Ja, die Zahlen beweisen es: Im Dezember hat Banca Mediolanum bei den Nettozuflüssen zu Fonds ein Rekordergebnis von 412 Millionen Euro verzeichnet. Im Gesamtjahr 2012 beliefen sich die Zuflüsse auf rund 2,3 Milliarden Euro. Der Zuwachs der verwalteten Vermögen war konstant, selbst in Zeiten, in denen andere Finanzinstitute Rückgänge verzeichnen mussten. Zu verdanken ist dies auch der breiten Palette von Lösungen und Produkten, die die Bank anzubieten hat.

Und 2013?

Im Januar und Februar beliefen sich die Nettoeinlagen bei Banca Mediolanum auf insgesamt 524 Millionen Euro. Ein weiterer Beweis dafür, dass wir auf dem richtigen Weg sind, um unsere große Herausforderung zu meistern, nämlich die Nummer eins unter den italienischen Retail-Banken zu werden.

 [facebook.com/bancamediolanum](https://www.facebook.com/bancamediolanum)

 twitter.com/bancamediolanum
twitter.com/MedEventi

 [youtube.com/bancamediolanum](https://www.youtube.com/bancamediolanum)

Diese Seite stellt eine Betriebsinformation mit Werbezweck dar. Ihr Inhalt soll weder beratend wirken noch zu Investitionen anregen.

