

## Kundenberater im Schaufenster

### Switzerland.com: Neue Internetplattform für Private Banking-Kunden

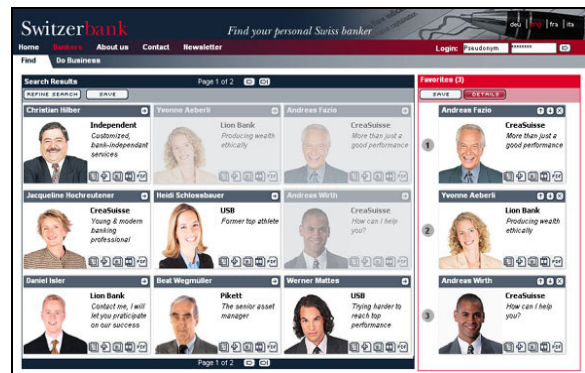
**Zürich, August 2006 – Eine neue Dienstleistung bringt Licht in den intransparenten Markt der Privatbanken: Das Internet-Portal Switzerland.com bietet einen bisher einmaligen Überblick über die Beraterinnen und Berater der Schweizer Privatbanken-Landschaft. Die Plattform unterstützt vermögende Privatkunden im In- und Ausland bei der Suche und Vorauswahl einer auf Ihre Persönlichkeit zugeschnittenen Beratungsperson. Der Prototyp des Portals stösst auf reges Interesse bei Privatbanken und unabhängigen Vermögensverwaltern. Der offizielle Start von Switzerland.com ist auf Herbst 2006 geplant.**

Bei einer Beziehung zwischen dem Kunden und seinem Berater ist meist die zwischenmenschliche Ebene erfolgsentscheidend. Der Grossteil der Privatbanken und Vermögensverwalter bezeichnet deshalb die 'persönliche' Kundenbeziehung als einen ihrer wichtigsten Werte. Erstaunlicherweise wird jedoch dem Neukunden in der Finanzbranche der Berater immer noch diskussionslos von der Institution zugewiesen. «Diese Bevormundung entspricht nicht mehr dem Kundenbedürfnis», meint Daniel Isler, Gründungspartner von Switzerland.com. «Wieso soll der Kunde bei der Auswahl seiner Ansprechperson nicht von Anfang an mitbestimmen können?» Potenzielle Kunden aus dem Ausland sind dem System doppelt ausgeliefert: Sie können sich weder einen nützlichen Überblick über das Schweizer Angebot noch über die im Markt verfügbaren Beraterpersönlichkeiten schaffen. Besonders die Banken geben sich in dieser Beziehung zugeknöpft. Informationen zu den Kundenberatern werden oftmals erst nach mehreren Gesprächen transparent gemacht. «Damit verbauen sich die Banken selber den Weg zu aufgeschlossenen Neukunden», erläutert Isler.

#### Der Kunde wählt seinen Berater selbst aus

Switzerland.com bietet ein bisher einmaliges Schaufenster mit Private Banking-Kundenbetreuern und unabhängigen Vermögensverwaltern. Damit kann der Kunde eine aktive

Rolle bei der Vorauswahl der Beraterpersönlichkeit einnehmen und seine Wahl gezielter auf die entsprechenden Relationship-Manager ausrichten. «Selbstverständlich wird auch in Zukunft die Reputation einer Institution im Evaluationsprozess eine wichtige Rolle spielen», meint Daniel Isler. «Die entscheidende Frage ist aber, ob in der Bank oder dem Vermögensverwalter eine Beraterin oder ein Berater zu finden ist, die meiner Person und meinen Vorstellungen entspricht.» So lassen sich auf Switzerland.com zu jeder Beratungsperson fachliche Informationen wie Produktkompetenz, Länderabdeckung oder Sprachkenntnisse nachlesen. Switzerland.com geht aber noch weiter: Persönliche Informationen wie etwa Alter, Nationalität oder Hobbies sowie professionell produzierte Fotos und Video-Interviews liefern dem Kunden zusätzliche wertvolle Anhaltspunkte für den Bauchentscheid. Für die diskrete Finanzwelt bietet dies eine ungewohnte Transparenz. Und gerade deshalb birgt Switzerland.com ein grosses Potenzial.



*Switzerland.com: Professionell produzierte, aufschlussreiche Portraits für die Vorauswahl von Private Banking-Kundenberatern*

#### Neues Kundenakquisitions-Instrument für Banken

Privatbanken und unabhängige Vermögensverwalter profitieren mit Switzerland.com von einer innovativen, auf die so genannten HNI-Kunden (High Networth Individuals) ausgerichteten Akquisitionsplattform. Viele Finanzinstitute haben heute eine überalterte Kundenstruktur und sind

deshalb auf der Suche nach jüngeren Kunden. Genau diese neue Generation zu erreichen ist aber eines der Hauptprobleme der Banken. Zahlreiche Studien belegen, dass jüngere Zielgruppen in Finanzangelegenheiten eine aktivere Rolle übernehmen wollen und eine hohe Affinität zum Internet besitzen. «Wir begegnen diesen Menschen genau dort, wo sie sich auch für andere Kauf- oder Investitionsentscheide informieren. Und wir bieten ihnen mit [Switzerbank.com](http://Switzerbank.com) die Transparenz, die sie sich gewohnt sind», erklärt Isler folgerichtig.

### **Viel versprechendes Geschäftsmodell einer erfolgsgewohnten Mannschaft**

Switzerbank.com konzentriert sich auf die Vermittlung der Kundenbeziehung. Der Abschluss und die Abwicklung des Mandats bleibt nach wie vor Aufgabe der Bank. Retrozessionen oder ähnliche Provisionen von Bankenseite gibt es nicht – die Präsenz auf [Switzerbank.com](http://Switzerbank.com) wird mit einer Jahrespauschale abgegolten. «Unsere Hauptaufgabe wird es sein, die Plattform weiterzuentwickeln und im In- und Ausland als das ‚Schau- fenster des Schweizer Privatbankenplatzes‘ zu etablieren.» Dies soll vor allem durch den ziel- gruppengerechten Ausbau der Inhalte sowie ge- zielte Marketing- und Promotionsaktionen voll- zogen werden. Dass die zukünftigen Nutzer von [Switzerbank.com](http://Switzerbank.com) vor allem im Ausland zu su-

chen sind, bereitet Isler kein Kopfzerbrechen. Der 44jährige Ingenieur gründete 1998 die Zür- cher Fargate AG, die heute mit 150 Stützpunkten in 40 Ländern das grösste private Exportförder- netzwerk der Schweiz ist.



*Die beiden Managing Partners Werner Mattes (links) und Daniel Isler*

Für die IT-Kompetenz von [Switzerbank.com](http://Switzerbank.com) und die technische Umsetzung des Internetportals ist Gründungspartner Werner Mattes (50) verant- wortlich. Mattes hat sich mit seinem Unterneh- men Icontel AG seit 1986 erfolgreich als Soft- ware- Engineering-Spezialist unter anderem für Banken und Finanzgesellschaften positioniert.

#### **Kontakt**

Daniel Isler, Managing Partner  
[niel.isler@switzerbank.com](mailto:niel.isler@switzerbank.com)  
M +41 79 459 4503

Werner Mattes, Managing Partner  
[werner.mattes@switzerbank.com](mailto:werner.mattes@switzerbank.com)  
M +41 79 431 4700

Switzerbase AG · Stockerstrasse 46 · CH-8002 Zürich

Fon +41 44 288 99 66 · Fax +41 44 288 99 88

[www.switzerbank.com](http://www.switzerbank.com)