



**Frische Ergebnisse**

# Studie 2008

## Inhaltsübersicht

### Private Banking & Wealth Management

- Beratung von Neugeld-Kunden
- Performance-Vergleich in der Schweiz

## Inhaltsverzeichnis

### 1. Vorwort

### 2. Methodik

Warum Mystery Shopping  
Fragebogen-Aufbau und Kriterien-Gewichtung

### 3. Welche Banken wurden getestet?

### 4. Die Testkunden

Eignung/Vorgehensweise  
Alter/Geschlecht/Wohnort  
Informationen zu den Zielen der Besuche

### 5. Gesamtergebnis

Benchmark-Vergleiche  
Bewertungen gemäss Kundenkontakt-Kette  
Einzelergebnisse der 50 Tests

### 6. Best Practice und Poor Performance

Kontaktaufnahme und Terminvereinbarung  
Empfang in der Bank  
Ablauf des Beratungsgesprächs  
Der Berater/Die Beraterin  
Nachbearbeitung  
Gesamteindruck der Testpersonen

### 7. Kommentar der Herausgeber

### 8. Kontakt



## 1. Vorwort

Die Jahre 2007 und 2008 werden Aktionären, Führungskräften, Mitarbeitern und Kunden von Banken noch lange in Erinnerung bleiben. Der Blick auf die Performance von Banken hat sich nach den gewaltigen Verlusten als Folge der „Subprime-Krise“ fundamental verändert. Der Markt ist enorm in Bewegung geraten. Im Private Banking und Private Wealth Management beinhalten viele Marketingstrategien einen Angriff auf die Grossbanken. Die Gelegenheit, von diesen Kunden zu gewinnen, erscheint günstig. Wachstum im Geschäft mit Privatkunden zählt bei nahezu allen Banken zu den prioritären Zielsetzungen.

Grund genug, die Performance der Banken bei der Beratung von neuen Kunden zu testen. Dabei haben uns vor allem Antworten auf folgende Fragen interessiert:

- Was erleben vermögende Privatkunden, wenn sie eine Bank erstmals kontaktieren?
- Welche Banken überzeugen (potenzielle) Privatkunden besonders? Warum?
- Wer setzt in der Schweiz den Branchen-Benchmark?
- Welche Spitzenleistungen und Schwachstellen sind bemerkenswert?

Freuen Sie sich auf die Antworten!



Jörg Neumann  
joerg@nzp.ch

## 2. Methodik

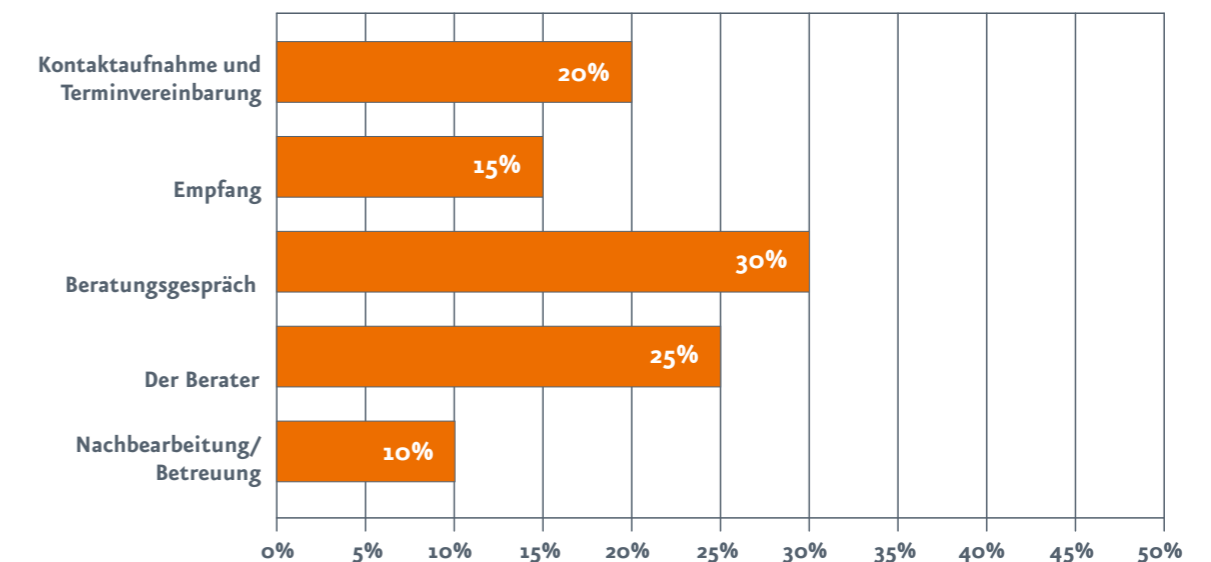
### 2.1 Warum Mystery Shopping?

Mystery Shopping ist dann ein ideales Instrument, wenn es darum geht, zu dokumentieren, was Kunden tatsächlich erleben. Im Vergleich zu Befragungen resultieren bei dieser Methode detailliertere, aussagekräftigere Ergebnisse.

Für das Erstellen dieser qualitativen Studie waren 25 vermögende Schweizer Testpersonen im Einsatz. Alle Testpersonen agierten in ihrer realen individuellen Situation ergänzt mit typischen Szenarien, die zu einem Neukontaktieren von Banken führen: Geschäftsverkauf, Erbbezug, Pensionsplanung, Unzufriedenheit mit der bestehenden Bankbeziehung.

### 2.2 Fragebogen-Aufbau und Kriterien-Gewichtung bei der Bewertung

NeumannZanetti & Partner hat einen umfassenden Fragebogen erstellt. Dieser macht die Leistungen von Banken vergleichbar und lässt dennoch genügend Spielraum für qualitative Aussagen. Maximal konnten 100 Bewertungspunkte erzielt werden. Die folgende Grafik dokumentiert, wie die fünf Fragebogen-Kapitel bei der Auswertung gewichtet wurden.



### 3. Folgende Banken wurden getestet

#### 3.1 Testphase: April bis Juli 2008

##### UBS

- Bern, Lugano, Luzern, Lausanne

##### Migrosbank

- Basel, Luzern, Lugano, Genf

##### Bank Sarasin

- Basel, Zürich, Lugano, Genf

##### Bank Coop

- Lugano, Zürich, Basel, Lausanne, Luzern

##### Kantonalbanken <sup>1</sup>

- Walliser Kantonalbank  
- St. Galler Kantonalbank  
- Zürcher Kantonalbank  
- Banca Cantonale di Lugano

##### Mittelgrosse Privat-Banken <sup>3</sup>

- Bank LaRoche Basel  
- Bank Reichmuth Luzern  
- LODH Lausanne  
- Banque Pictet Genf  
- Mirabeau Genf

##### Bank Julius Bär

- Zürich, Bern, Genf, Lugano

##### Bank Vontobel

- Zürich, 2 x Luzern, Genf

##### Credit Suisse

- Bern, Luzern, Lausanne, Lugano

##### Bank Wegelin

- Bern, Genf, St.Gallen, Lugano

##### Ausländische Banken in der Schweiz <sup>2</sup>

- Banque BNP Paribas Genf  
- Amro Bank Zürich  
- Dresdner Bank Zürich  
- Banca Popolare di Sondrio Lugano

##### Raiffeisenbanken <sup>4</sup>

- Raiffeisenbank Zug  
- Banque Raiffeisen d'Assens Crissier  
- Banca Raiffeisen Lugano  
- Raiffeisenbank St.Gallen

<sup>1, 2, 3, 4:</sup> Für die Ranglisten-Auswertungen wurden die Ergebnisse dieser Banken als Gruppe gewertet.



### 4. Die Testkunden

#### 4.1 Eignung/Vorgehensweise

##### Alle 25 Testpersonen

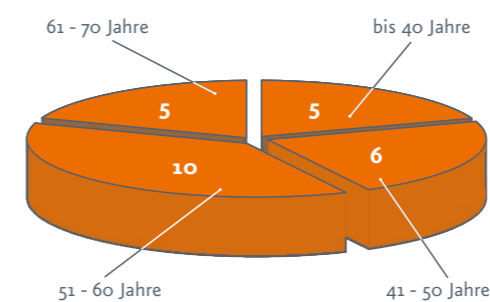
- sind vermögend,
- kontaktierten die Banken telefonisch,
- hatten keine bestehende Kundenbeziehung zu den Banken, die sie testeten,
- führten mehrere Tests durch (zwischen April und Juli 2008),
- erlebten pro Bank mindestens ein persönliches Beratungsgespräch,
- warteten das Nachfassen der Berater ab
- und dokumentierten das Erlebte ausführlich.

##### Warum waren die Testkunden für diese qualitative Studie besonders gut geeignet?

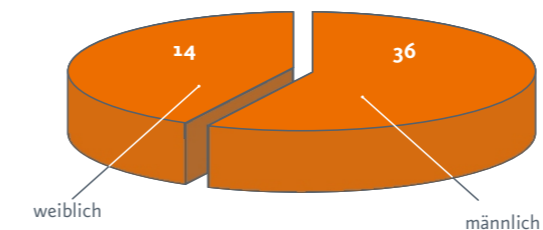
1. Die Testkunden repräsentieren Altersgruppen, die für das Private Banking respektive Wealth Management relevant sind.
2. Alle Kunden sind Schweizer Staatsbürger und leben im Einzugsgebiet der getesteten Bankfilialen.
3. Zum Zeitpunkt der Kontaktaufnahme planten alle Testkunden, einen Betrag (neu) zu platzieren.
4. Die Kunden nutzten diese Tests allesamt, um „real life scenarios“ durchzuführen.
5. Die Testanlage entspricht dem in der Branche üblichen Ablauf.

#### 4.2 Alter/Geschlecht/Wohnort

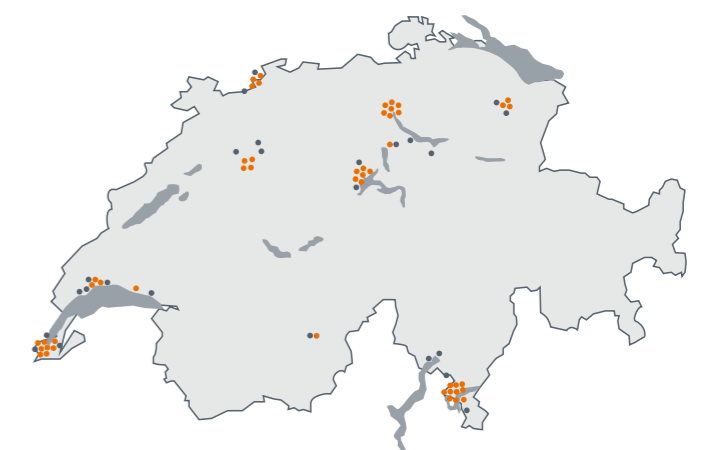
##### Alter der Testkunden beim Erstkontakt



##### Geschlecht der Testkunden



##### Standorte/Wohnsitze



- Standorte der getesteten Bankfilialen
- Wohnsitze der 25 Testkunden



NeumannZanetti & Partner  
The Empowerment Company  
Huobmattstrasse 5  
CH-6045 Meggen / Luzern

Telefon +41 41 379 77 77 | Fax +41 41 379 77 79  
[www.nzp.ch](http://www.nzp.ch)