Swiss Sustainable Finance

Nachhaltige Anlagen: Eine einzigartige Chance für das Schweizer Private Wealth Management

Zehn Argumente für Kundenberater

März 2017, Swiss Sustainable Finance

Projekt Hintergrund

Diskrepanz:

Interesse an nachhaltigen Anlagen von der Kundenseite wäre vorhanden

ABER

das Thema in Kundengesprächen kommt trotzdem selten zur Sprache

Wieso?

- Angst vor ethischen Grundsatzdebatten
- Wenig Unterstützung von der Bank
- Vorurteile (z.B. Performance, Risiko, begrenzte Produktpalette) gegenüber nachhaltigen Produkten

Projekt Output

1. detaillierte Auflistung von 10 Argumenten
2. praktische Tipps
3. zwei Foliensätze
   a) Ausführliche Zusammenfassung
   b) Wichtigste Punkte mit Visualisierung
4. ein Kurzfilm zu diesem Thema

Swiss Sustainable Finance

Projekt Output

1. detaillierte Auflistung von 10 Argumenten
2. praktische Tipps
3. zwei Foliensätze
   a) Ausführliche Zusammenfassung
   b) Wichtigste Punkte mit Visualisierung
4. ein Kurzfilm zu diesem Thema

10 Argumente – 3 Hauptkategorien

- Verbesserte Interaktion mit Kunden
- Auswirkungen auf das finanzielle Ergebnis
- Übereinstimmung mit Schweizer Stärken

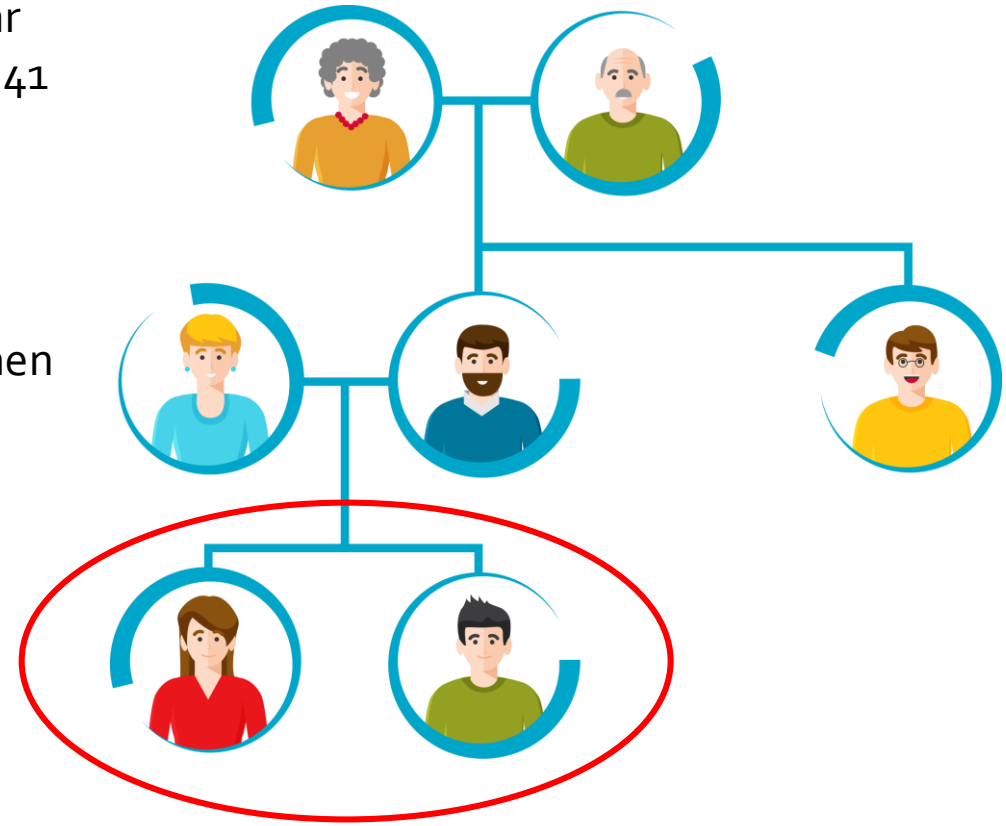
Swiss Sustainable Finance

Die verbesserte Interaktion mit Kunden – Argument 1-5

1. Auf wachsendes Kundeninteresse an Nachhaltigkeit eingehen
2. Die Kundenbeziehungen stärken
3. Die "nächste Kundengeneration" erreichen und binden
4. Kunden mit nachhaltiger Wirkung begeistern
5. Aufmerksamkeit der Kunden auf langfristige Performance richten

Argument 3: Die «nächste Kundengeneration» erreichen und binden

- Die «nächste Generation» der sehr vermögenden Familien wird USD 41 Billionen erben
- Jüngere Generationen zeigen Interesse an Nachhaltigkeitsthemen weil sie mit entsprechenden Herausforderungen aufwuchsen
- Nachhaltige Anlagen sind ein Ansatz, um das Interesse dieser Generationen zu wecken



Swiss Sustainable Finance

Auswirkungen auf das finanzielle Ergebnis – Argument 6-8

6. Gut geführte Unternehmen mittels guter ESG-Leistung identifizieren
7. Risiken im Zusammenhang mit Unternehmensreputation mindern
8. Bessere Kundenportfolios aufbauen

Argument 6: Gut geführte Unternehmen mittels guter ESG Leistung identifizieren

- Wissenschaftliche Untersuchungen zeigen, dass «sich Nachhaltigkeit auszahlt»: Nachhaltige Unternehmen…
  - sind profitabler
  - profitieren von einer höheren Kundenbindung und -zufriedenheit
  - können zu günstigeren Konditionen Eigenkapital aufnehmen

- 93% der Top-Manager der weltgrössten Unternehmen betrachten die ESG-Performance als wichtigen Faktor für den künftigen Erfolg ihres Unternehmens

Übereinstimmung mit Schweizer Stärken – Argument 9-10

9. Aus einem breiten Angebot an Produkten und Lösungen schöpfen
10. Schweizer Werte betonen

Swiss Sustainable Finance

Projekt Output

1. detaillierte Auflistung von 10 Argumenten
2. praktische Tipps
3. zwei Foliensätze
   a) Ausführliche Zusammenfassung
   b) Wichtigste Punkte mit Visualisierung
4. ein Kurzfilm zu diesem Thema

Swiss Sustainable Finance

Praktische Tipps

Schritt 1: Wie man nachhaltige Anlagen in Kundengesprächen thematisiert

Schritt 2: Wie man sich entsprechend auf das bevorstehende Kundengespräch vorbereitet

Schritt 3: Antworten auf häufige Vorurteile

Schritt 4: Allfällige unangenehme Fragen von Seiten des Kunden

Swiss Sustainable Finance

Projekt Output

1. detaillierte Auflistung von 10 Argumenten
2. praktische Tipps
3. zwei Foliensätze
    a) Ausführliche Zusammenfassung
    b) Wichtigste Punkte mit Visualisierung
4. ein Kurzfilm zu diesem Thema

Foliensätze

Detailliert

Swiss Sustainable Finance

Argument 2: Die Kundenbeziehungen stärken

Kernbotschaften

- Nachhaltigkeit ergänzt Beratungsdienstleistungen um neue Dimensionen*:
  - Berater, die mit ihren Kunden über ihre persönlichen Werte sprechen, stellen eine emotionale Verbindung zu ihren Kunden her.
  - Nachhaltigkeitsthemen bieten aktuelle und interessante Ansatzpunkte für Kundengespräche und ermöglichen so auch eine Verbindung auf intellektueller Ebene.**
- Berater erhalten so ein besseres Verständnis ihrer Kunden und können die Kundenbeziehung weiter vertiefen.

Zitat

- Kundenberater: «Gespräche über Nachhaltigkeit führen zum Aufbau eines gleichermassen breiten und tiefen Konsenses mit dem Kunden und ermöglichen es mir damit, sehr viel besser auf die Kundenbedürfnisse einzugehen und massgeschneiderte Lösungen bereitzustellen.»

* Paetzold, F., Busch, T. & Chesney, M. (2015). More than money: exploring the role of client advisors for sustainable investing. Annals in Social Responsibility, 1(1), 194–222.

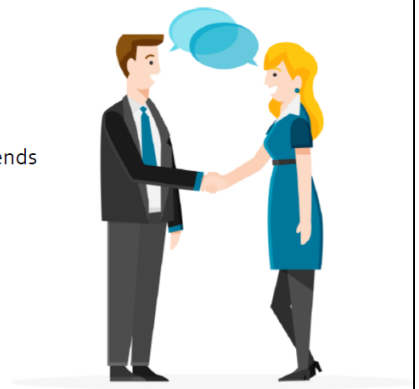
** Hummels, H. & Timmer, D. (2004). Investors in Need of Social, Ethical, and Environmental Information. Journal of Business Ethics, 52(1), 73–84.

Überblick

Swiss Sustainable Finance

Argument 2: Die Kundenbeziehungen stärken

- Nachhaltigkeit ergänzt Beratungsdienst-leistungen um neue Dimensionen :
  - Auf emotionaler Ebene: persönliche Werte
  - Auf intellektueller Ebene: aktuelle Trends und interessante Themen
- Dies unterstützt Kundenberater dabei,
  - Ihre Kunden besser zu verstehen
  - Die Kundenbeziehung zu vertiefen

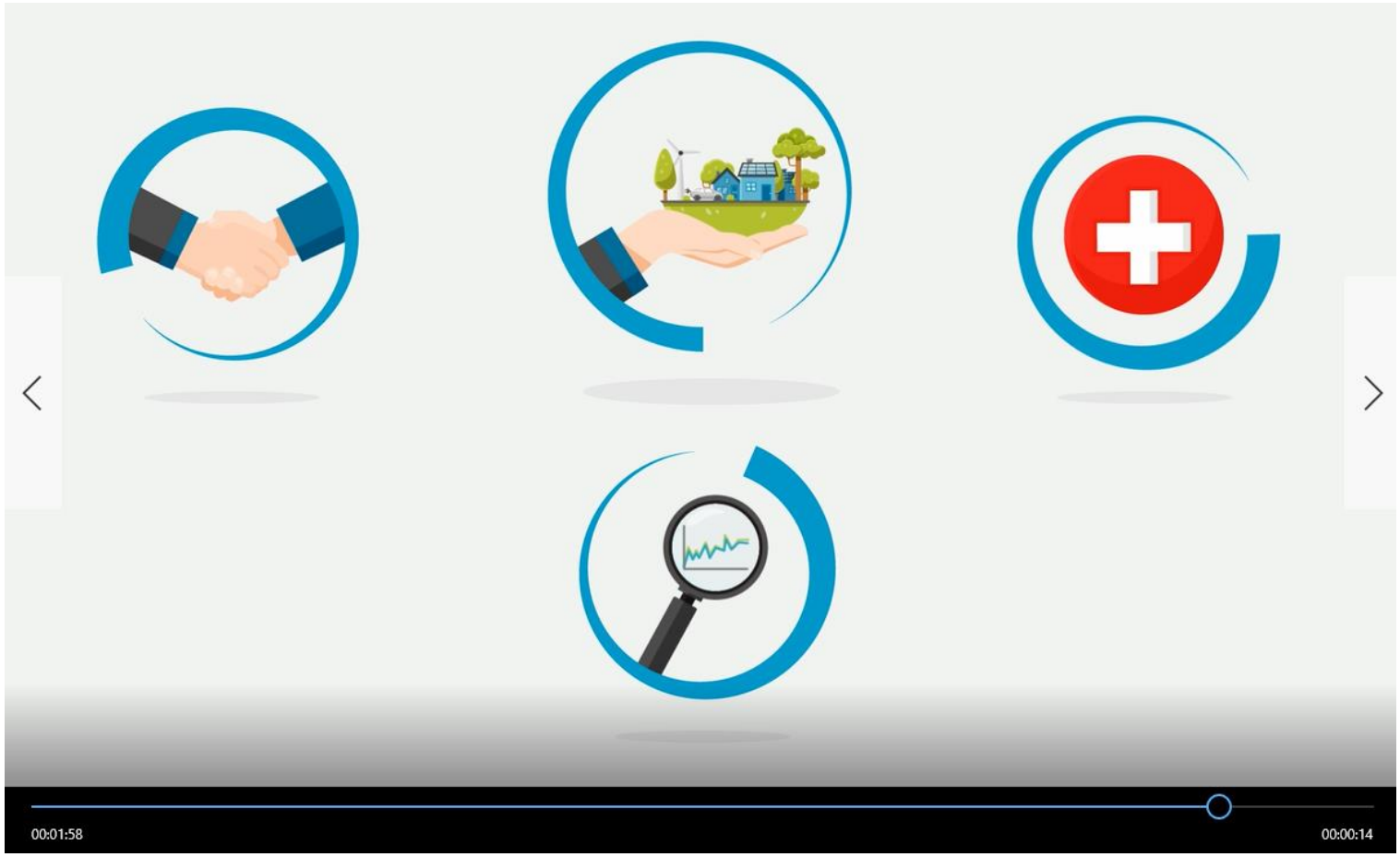


Swiss Sustainable Finance

Projekt Output

1. detaillierte Auflistung von 10 Argumenten
2. praktische Tipps
3. zwei Foliensätze
   a) Ausführliche Zusammenfassung
   b) Wichtigste Punkte mit Visualisierung
4. ein Kurzfilm zu diesem Thema

Kurzfilm als Teaser



Swiss Sustainable Finance

Danke: SSF Arbeitsgruppe – Private Wealth Management (22 members from 17 banks)

Stefano Montobbio, BSI Bank (Workgroup leader)	Oliver Hanke, NatureBank
Yulia Bolotina, Julius Baer	Andreas Holzer, J. Safra Sarasin
Kate Cacciatore, Edmond de Rothschild	Jaume Iglesies, UBS
Dr. Ladina Caduff, Raiffeisen Schweiz Genossenschaft	Matthias Jouin-Sellez, Banque Pâris Betrand Sturdza SA
Baiyun Chen, Julius Baer	Jean Laville, Swiss Sustainable Finance
Ana Francia Del Amo-Bouyer, Mirabaud	Daniel Meyer, Zürcher Kantonalbank
Michael Diaz, Alternative Bank Schweiz	Yvonne Suter, Credit Suisse (Schweiz) AG
Daniela Stüssi Düblin, Credit Suisse (Schweiz) AG	Philippe Tanner, Pictet Group
Natalie Ernst, Vontobel	Nicolas von May, Banque Bonhôte
Ursula Finsterwald, LGT	Silvia Wegmann, Julius Baer
Bettina Giménez, Zürcher Kantonalbank	Jens Wiesenhuetter, Thurgauer Kantonalbank

Danke: Kundenberater und Hauptautor

Kundenberater:

Priska Isenegger, Credit Suisse

Max Kemmler, Vontobel

Nicolas von May, Banque Bonhôte

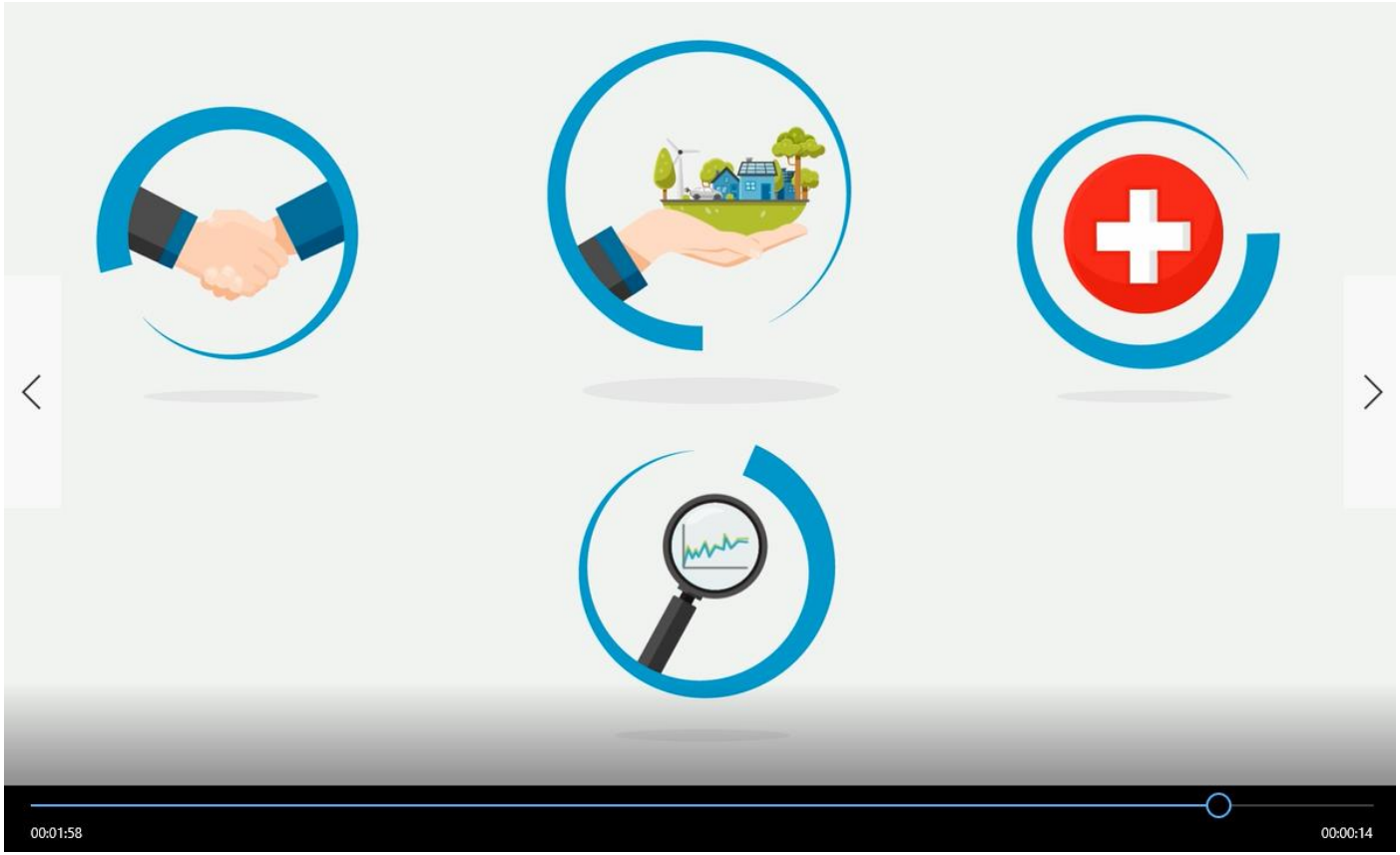
Ueli Zwimpfer, Julius Bär

Hauptautor:

Dr. Falko Paetzold, Center for Sustainable Finance and Private Wealth (CSP) at University of Zurich

Swiss Sustainable Finance

Kurzfilm als Teaser: https://www.youtube.com/watch?v=1xXYgd69u5c



Contact

Swiss Sustainable Finance
Grossmünsterplatz 6
8001 Zürich

Tel. 044 515 60 50
info@sustainablefinance.ch
www.sustainablefinance.ch

Follow us on Social Media
>Twitter @SwissSustFin
>LinkedIn Swiss Sustainable Finance