

## Studie liefert neue Auswahlkriterien für Kundenberater in der Vermögensverwaltung – ‚Diversity‘ als Wettbewerbsvorteil

**Zürich/Genf, 2. Dezember 2010:** Die Vermögensverwaltung (Private Wealth Management) der Deutschen Bank Schweiz hat in einer empirische Studie die Persönlichkeits-eigenschaften ihrer Kundenberater analysiert. Grundannahme dabei war, dass Teams, in denen sich die Eigenschaften der Kundenberater optimal ergänzen, die Kundenzufriedenheit steigern und somit für die Bank ein besseres Ergebnis erzielen.

Die jetzt veröffentlichten Ergebnisse der Studie zeigen die grosse Bedeutung von Vielfalt (Diversity) bei der Auswahl der Berater und bei der Zusammensetzung von Kundenberater-Teams. Die Studie wurde von Choice Executive and Business Coaching im Auftrag der Deutschen Bank Schweiz durchgeführt.

“Diversity – Vielfalt – ist zu einem entscheidenden Wettbewerbsfaktor im globalen Wettbewerb der Vermögensverwalter geworden. Es ist von besonderer Wichtigkeit, ein ausgewogenes Verhältnis unterschiedlicher Persönlichkeiten an Bord zu haben, ob im Team, der Abteilung oder im Unternehmen“, so Colin Woolcock, Vice Chairman vom Private Wealth Management der Deutschen Bank. “Der Fragenkatalog der Studie hilft uns sicherzustellen, dass die Wertvorstellungen unserer Kundenberater im Wesentlichen mit den Werten und Verhaltensrichtlinien der Deutschen Bank übereinstimmen.“

“Um so etwas wie ein Charakterprofil zu erstellen, haben wir Kundenberater individuell interviewt und gefragt, welche Eigenschaften und Werte in ihren Augen über geschäftlichen Erfolg und Misserfolg entscheiden. Diese Ergebnisse wurden dann den Antworten auf die Frage gegenübergestellt: ‚Nach welchen Kriterien würden Sie einen Kundenberater auswählen und einstellen?‘ Ziel hierbei war, herauszufinden, ob Kundenberater subjektiv empfundene Erfolgsfaktoren zu Einstellungskriterien machen, was zu übermässig homogenen Teams führen kann, bei denen bestimmte Eigenschaften übergewichtet sind“, so Christina Kuenzle, Managing Partner von Choice Executive and Business Coaching.

“Langfristige Kundenbeziehungen und eine hohe Leistungsorientierung waren schon immer ausgeprägte Merkmale der Deutschen Bank. Für uns ist es von Bedeutung, dass die Erfolgsmassstäbe und Wertvorstellungen der Deutschen Bank im täglichen Beratungsgeschäft von jedem Kundenberater gelebt werden und sich letztendlich in jeder Beratungsleistung widerspiegeln“, so Woolcock.

Laut Studie lassen sich Kundenberater im Wesentlichen in zwei Kategorien einteilen: Typ A und Typ B:

Kundenberater Typ A sind ausgesprochen neugierig und ehrgeizig. Für sie hat die Kundenbeziehung höchste Priorität. Ausdauer und Beharrlichkeit werden als wichtige Erfolgsfaktoren gesehen. Typ A-Berater halten Teamwork für sehr wichtig, letztendlich ist es aber nur ein Erfolgsfaktor von vielen. Wichtiger ist ihnen die Nähe zum Kunden und deren Wertschätzung.

Auch für den Kundenberater Typ B ist die Kundenbeziehung sehr wichtig, aber das Team und die Anbindung an die Bank sind von grösserer Bedeutung. Fachwissen, genaue Analyse und verlässliche Prozesse spielen für Typ B eine grössere Rolle als für Typ A. Für Typ B ist die eigene Persönlichkeit ein ergänzender Erfolgsfaktor; entscheidend für den Erfolg sind in seinen Augen aber Produkt- und Beratungsqualität.

## MEDIA RELEASE

Typ A-Kundenberater verlassen sich auf ihre Intuition, ihre Ausstrahlung und soziale Fähigkeiten, während Typ B eher auf Methodenkompetenz und Fachwissen setzt.

Beide Gruppen definieren folgende Eigenschaften als ausschlaggebend für den Erfolg: Ehrlichkeit, hohe Einsatzbereitschaft, Initiative, emotionale Intelligenz, Teamfähigkeit, Kundenorientierung und breites Interessenspektrum. Übertriebenes Selbstbewusstsein gilt bei beiden Gruppen als Erfolgs-Killer, genauso wie mangelndes Selbstvertrauen. Uneitles aber bestimmtes Auftreten in Kombination mit Verlässlichkeit und fundiertem Fachwissen halten sowohl Typ A als auch Typ B für eine Voraussetzung für Erfolg.

Beide Gruppen suchen bei anderen nach den Eigenschaften, die sie selbst schätzen und für erfolgsentscheidend halten.

“Unser Erfolg in der Vermögensverwaltung hängt davon ab, ob wir es schaffen, die besten Talente zu rekrutieren und an uns zu binden. Die Studienergebnisse zeigen, dass wir die richtigen Bewerber einstellen. Wir brauchen sowohl Typ A-Persönlichkeitsmerkmale als auch Typ B-Eigenschaften. Dank der Studie können wir uns jetzt einer Methode bedienen, die für ein ausgeglicheneres Verhältnis zwischen Typ A und Typ B-Eigenschaften in jedem Team sorgt. – Die Ergebnisse sind ein starkes Plädoyer für Diversity, nicht nur in Hinsicht auf Geschlecht und Nationalität, sondern auch in Hinsicht auf Persönlichkeitseigenschaften. Diese Vielfalt wird immer wichtiger und immer mehr zu einem Wettbewerbsvorteil. Wir sind überzeugt: Diversity macht unsere Beratung besser“, so Woolcock.

### **Über choice:**

Die Unternehmensberatung choice mit Sitz in Zürich bietet Executive und Business Coaching an, also Unterstützung beim Erreichen von persönlichen Zielen oder Unternehmenszielen, von der Veränderung des Führungsstils bis zu Renditeverbesserungen. Die Dienstleistungen umfassen u.a.: Konfliktlösung, Karrieremanagement, Veränderungsmanagement, Führungsverhaltenstraining, Team-Effizienzsteigerung, Management Audits - jeweils individuell oder als Gruppe.

### **Kontakt:**

choice ltd.  
Executive and Business Coaching  
Tel: +41 43 222 59 00  
[choice@choice-ltd.com](mailto:choice@choice-ltd.com)  
[www.choice-ltd.com](http://www.choice-ltd.com)

### **Pressekontakt:**

Shepard Fox Communications  
[info@shepard-fox.com](mailto:info@shepard-fox.com)  
Tel. +41 44 252 0708