

Presseinformation

Stand: März 2019

Sieben Fragen an Jochen Werne, Direktor Marketing & Business Development und Prokurist der Bankhaus August Lenz & Co. AG

Wo sehen Sie als Keynote Speaker zahlreicher Bankzukunftskonferenzen das Bankhaus August Lenz im deutschen Markt?

Meiner Meinung nach hat es das Bankhaus August Lenz geschafft, sich in einem disruptiven, durch Digitalisierung getriebenen Marktumfeld optimal zu positionieren, ohne seine Grundwerte der persönlichsten Beratung zu verraten. Dies liegt am konsequenten Innovationskurs und an der Bereitschaft zur Veränderung in der gesamten Bank. So schrieb zum Beispiel unser Technologiepartner CREALOGIX zur Einführung unserer Beratungsplattform ATLAS: „Eine Bank wird zum Treiber von Innovationen in der Digitalisierung.“ Wer sich um seine Finanzen aktiv und effektiv kümmern möchte, braucht heutzutage professionelle Hilfe. Nicht nur, weil er einer nahezu unübersehbaren Masse an Produkten gegenübersteht, sondern auch, um die individuelle Gesamtsituation richtig einzuschätzen. Es ist zum Beispiel wenig sinnvoll, sein gesamtes Vermögen an der Börse anzulegen, wenn auf der anderen Seite jede Menge kurzfristige Verbindlichkeiten etwa für Haus und Auto anfallen. Family Banker® helfen, diesen Überblick zu schaffen und die richtigen Konzepte und Produkte für die jeweilige Lebenssituation zu finden. Und das nicht erst ab einem bestimmten Vermögen, sondern für jeden Kunden.

Wie schaffen es Ihre Family Banker®, Vertrauen bei ihren Kunden langfristig aufzubauen?

Grundsätzlich verstehen unsere Family Banker® nicht nur ihr Handwerk als Finanzexperten, sondern sie haben auch das Bedürfnis, für ihre Kunden mehr zu sein als eben nur ein klassischer Anlageberater. Dieses Vertrauensverhältnis muss man sich erarbeiten. Der menschliche Aspekt in der Beratung ist und bleibt dabei entscheidend, daher sind unsere Family Banker® immer für den Kunden da, unabhängig von Ort und Zeit. In Zeiten von FinTechs und Co. gilt:

Finanzberater müssen noch schneller, noch näher beim Kunden sein, um ihnen beratend zur Seite zu stehen – sie wollen Vertrauenspersonen sein. Das ist keine leichte Aufgabe für einen Finanzberater, der anders als manche Online-Discounter der Branche auch noch die Gesamtsicht auf die Finanzen seines Kunden wahren soll. Als technische Unterstützung geben wir unseren Beratern diverse digitale Finanz-Tools an die Hand, um das finanzielle Ökosystem der Kunden optimal zu koordinieren.

Brauchen mündige Kunden einen Berater, oder treffen sie ihre Entscheidungen allein?

Das Finanzgeschäft ist mit seiner Überfülle an Produkten so komplex geworden, dass selbst der mündigste Kunde gerne auf den Rat und die Expertise eines Profis zurückgreift. Bei Standardgeschäften nutzt er hingegen immer mehr Technologien wie Internet-Banking, Mobile oder Telefon-Banking.

Welche Rolle spielt Ihr Family Banker® in der Investmentberatung?

Jedes Finanzprodukt ist ein Lösungsinstrument für ein zuvor bestimmtes konkretes Bedürfnis des Kunden. Ist dieses Bedürfnis eruiert, die Gesamtsituation des Kunden analysiert, die Risikoneigung festgestellt und der Zeithorizont bis zur Erreichung des Ziels festgelegt, kann der Family Banker® aus der Vielzahl der Möglichkeiten und Investmenthäuser dem Kunden eine Empfehlung aussprechen. Mit der Unterschrift des Kunden beginnt jedoch erst die Arbeit des Family Banker®. In den Jahren des Sparens oder Verwaltens des Geldes bis zur Zielerreichung werden viele Ereignisse die Welt bewegen, deren Auswirkungen der Family Banker® seinem Kunden erklärt und während derer er hier an seiner Seite sein muss. Andernfalls ist die häufigste Reaktion der Verkauf der Anlage aus Angst, anstatt die Möglichkeit zu nutzen, die sich in diesem Moment bietet. Der Wirtschaftsnobelpreisträger und Psychologe Daniel Kahneman und sein Kollege Amos Tversky haben dies eindrucksvoll in ihren Behavioral-Finance-Studien dargestellt.

Wie wird das Bankhaus August Lenz den wachsenden regulatorischen Anforderungen in der persönlichen Beratung in Zukunft gerecht?

Mit der Beratungsplattform ATLAS halten unsere Family Banker® ein Instrument in den Händen, das ihnen im digitalen Zeitalter erlaubt, ihre Kunden auf optimale Weise zu beraten. ATLAS bietet mit all seinen Schnittstellen und Prüfmechanismen einen zukunftsgerichteten, stabilen und rechtssicheren Rahmen für die Beratung und beinhaltet die Flexibilität, neue Anforderungen einfach und schnell zu integrieren.

Ist Ihr Ansatz, den Family Banker® als Partner zu betrachten, als Reaktion auf den Vertrauensverlust in die Bankenbranche aufgrund der Finanzkrise zu verstehen?

Nein. Family Banker® entsprechen von jeher der Philosophie der Mediolanum Banking Group. Ihr Gründer Ennio Doris wollte damals einen neuen Weg im Finanzgeschäft gehen, nämlich den Menschen keine standardisierte Beratung und Produkte zu verkaufen, sondern ihnen individuelle Lösungen zukommen zu lassen. Der Erfolg gibt ihm Recht. Die Mediolanum Banking Group verwaltet heute mehr als 74 Milliarden Euro (Stand: Februar 2019).

Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Family Banker® beispielsweise auch Versicherungsfragen kompetent beantworten können?

Die Absicherung unserer Kunden gegen finanzielle Risiken ist ein ganz wesentlicher Baustein unserer Beratungsphilosophie. Daher ist es wichtig, dass unsere Family Banker® immer auf dem aktuellen Stand gesetzlicher Regelungen, Produkte und Entwicklungen an den Finanzmärkten sind, was wir unter anderem durch regelmäßige Schulungen gewährleisten. Sämtliche Beratungsschritte werden automatisch protokolliert, archiviert und können als rechtssichere Beratungsprotokolle dem Kunden übergeben werden.

Über das Bankhaus August Lenz

Das Bankhaus August Lenz mit Firmensitz in München ist Teil der börsennotierten, europaweit tätigen Mediolanum Banking Group. Die Bankengruppe zählt mit einer Kernkapitalquote von 19,2 Prozent (Stand: Februar 2019) zu einer der solidesten Finanzinstitute Europas. Die Kunden der Bank genießen über das Konzept des Family Banker® eine persönliche und individuelle Beratung und gleichzeitig moderne, digitale Serviceleistungen eines Innovationstreibers im Bankensektor. Das Bankhaus wurde in den letzten Jahren mehrfach für ihre kunden- und serviceorientierten Leistungen und Innovationen ausgezeichnet.

www.banklenz.de

Pressekontakt

Serviceplan Public Relations GmbH & Co. KG

Nuno Pedro dos Santos

T +49 89 2050 4156

F +49 89 2050 60 4156

E n.dossantos@serviceplan.com