

Digitale Projekte und Persönlichkeit in der Bankberatung

Die fehlende Differenzierung der Banken und ihrer Strategien ist neben den Anforderungen der Digitalisierung einer der Gründe für die Disruption der Bankenwelt¹. Bankkunden vergleichen im Internet und suchen sich schnell und bequem den Finanzdienstleister, der Ihnen entsprechend Ihrer Bedürfnisse am geeignetsten erscheint.

„Aus Sicht des Kunden sind Banken sehr austauschbar geworden“, meint Markus Schebesta, Family Banker®, Exclusive Agent der [Bankhaus August Lenz & Co. AG](#). „Viele Banken haben kein Profil, kein Argument, warum Sie besser sind als ihr Wettbewerb. Produkte ähneln sich, Services sind gleich, Filialen bieten keinen wesentlichen Mehrwert.“



Der starke Vergleichsdruck und Wettbewerb zwingt Banken, neue Wege zu gehen, um Kunden zu gewinnen bzw. zu halten. Finanzberater Markus Schebesta sieht vor allem zwei Ansätze, die Banken derzeit verfolgen: Erstens die Stärkung der emotionalen Kundenerfahrung beispielsweise durch die Umgestaltung bestehender Bankfilialen, zweitens die Entwicklung digitaler Tools und Apps sowie die Kooperation mit Fintech-Unternehmen.

„Ich arbeite in einer Privatbank, die bereits vor vielen Jahren ihre ganz persönliche, nachhaltige Strategie entwickelt hat. Positive emotionale Kundenerfahrungen sind wichtig, Filialen sind dafür aber kein entscheidendes Transportmedium. Wir haben festgestellt, dass menschliche Beziehungen, kompetente Beratung und Vertrauen für Kunden wichtiger sind als Bankfilialen.“

Einen besonderen Stellenwert nehme in der Weiterentwicklung der Bank jedoch auch die Digitalisierung ein, so Schebesta. „Digitale Tools eröffnen unseren Kunden und uns Beratern komplett neue Möglichkeiten für die Kommunikation, Beratung und die Vermögensverwaltung.“ Dass die digitalen Innovationen von Bankhaus August Lenz erfolgreich sind, zeigt sich am Beispiel von [€inBlick](#), einem Online-Tool für die anschauliche Vermögensübersicht aller Konten und Depots auch bei Fremdbanken. Erst im September 2015 wurde €inBlick mit dem [Kunden-Innovationspreis](#) des Deutschen Instituts für Service-Qualität prämiert.

Auch zukünftig werden digitale Hilfsmittel die Leistungen des Bankhauses ergänzen und die Kundenerfahrung verbessern. „Über die Euphorie der Möglichkeiten des digitalen Ausbaus darf man die Bedürfnisse des Kunden jedoch nie vergessen“, warnt Markus Schebesta.

¹ vgl. auch Beitrag von Jochen Werne zu Innovation & Disruption, Isarbote

BANKHAUS AUGUST LENZ

Die persönlichste Privatbank

„Damit das Bankhaus den Fokus darauf nicht verliert, involviert es Finanzberater wie mich in der Projektplanung und Testphase der digitalen Angebote. Wir kennen unsere Kunden und wissen, welche Services benötigt werden bzw. welche Funktionen hilfreich oder eventuell zu komplex sind.“

Die Kunden des Bankhaus August Lenz dürfen sich im Laufe der nächsten Monate auf die Ergebnisse der aktuellen Projekte freuen.

Kontakt Markus Schebesta

E-Mail: m.schebesta@banklenz.de

Telefon: +49 8145 998 20 40

Mobiltelefon: +49 173 231 21 3

|| Fragen, || ganz persönliche Antworten

Herr Markus Schebesta, Family Banker[®], Exclusive Agent der Bankhaus August Lenz & Co. AG, Mediolanum Banking Group

1. *Wofür geben Sie typischerweise zu viel Geld aus?*

Ich habe nichts Konkretes, wofür ich zu viel Geld ausgeben. Wenn ich aber etwas unbedingt haben möchte, dann achte ich nicht auf den Preis. Für ein neues Hobby und das dazugehörige Equipment beispielsweise kann ich schon mal mehr ausgeben.

2. *Was ist Ihr emotional wertvollster Besitz?*

Mein VW-Bus, den ich mit Freiheit, Abenteuerlust und Fernweh verbinde. Der Bus hat mich schon viele Kilometer von A nach B gebracht und wird es hoffentlich noch viele weitere tun

3. *Frankfurt, London, New York?*

Mich zieht es privat nicht unbedingt in die Stadt. Ich genieße meinen Garten und die Weite der Felder.

4. *Online shoppen oder in der Stadt shoppen?*

Meistens online, da ist man ungebundener.

5. *Was machen Sie mit Ihrem Kleingeld?*

Kleingeld wandert früher oder später in die Hosentasche und wird mir dort zu schwer. Daher gebe ich die Münzen gerne meinen Kindern, die sich freuen, wenn es im Sparschwein klimpert.

6. *Welche Eigenschaften schätzen Sie bei Ihren Freunden?*

Meine Freunde sind sehr unkonventionell. Alle sind hochgebildet, aber trotzdem jederzeit für viel Blödsinn zu haben.

7. *Aufzug oder Treppe?*

Klar Treppe!

8. *Was war Ihre erste Investition?*

Das war mit 16 mein Moped. Ich wollte unabhängig sein.

9. *Wo sind Sie zu finden, an der Bar, am Tisch oder auf der Tanzfläche?*

Früher ganz klar auf der Bar als Tanzfläche, aber die wilden Jahre sind vorbei. Heute findet man mich daher eher klassisch an der Bar, wo ich mich von interessanten Gesprächen fesseln lasse.

10. Was mögen Sie an der Finanzwelt am wenigsten?

Am wenigsten mag ich, dass in den vergangenen Jahren vieles geschehen ist, wodurch die Menschen das Vertrauen in die Finanzwelt verloren haben. Es ist schwierig, wenn mir der Mensch gegenüber nicht vertraut, wobei ich das allgemeine Misstrauen sehr gut nachempfinden kann. Das sehe ich aber auch als Chance für mich, denn gerade jetzt ist es leicht den Unterschied zu machen.

11. Macht Geld glücklich?

Nein. Essen Sie ein Stück Schokolade, treffen Sie sich mit netten Leuten oder unternehmen was mit Ihrer Familie! Das macht glücklich. Ja, man braucht hierfür auch Geld, aber es ist lediglich Mittel zum Zweck.