



Philanthropie-Beratung mit Stiftung & Nachhaltigkeit

Beratungsexzellenz – Stiftungen als Kunden für Banken

Ein Fallbeispiel



Die Ausgangslage: Stiftungen und vermögende Privatkunden besser betreuen

Eine schweizerische Universalbank wollte die Beratungsdienstleistungen für gemeinnützige Stiftungen sowie für vermögende Privatkunden, die philanthropisch tätig werden wollen, verbessern und erweitern. Damit sollte einerseits auf ein sich veränderndes Kundenbedürfnis und neue Markttendenzen reagiert werden. Andererseits wollte die Bank verstärkt ihrem Anspruch nachleben, vermögende Privatpersonen, Unternehmer und Familien in finanziellen Belangen mit einem Blick fürs Ganze zu begleiten und zu beraten. Dies bedeutete, dass Stiftungs- und Philanthropiedienstleistungen ein integraler und selbstverständlicher Bestandteil des Dienstleistungsangebotes werden mussten. Stiftung & Nachhaltigkeit wurde beigezogen, um die Bank bei der Weiterentwicklung dieser Dienstleistungen strategisch zu unterstützen.

Der Beratungsprozess

Mit der Bank wurde zunächst eine Analyse der Ausgangslage durchgeführt. Dabei zeigte sich beispielsweise, dass die Kundenberater den Themenbereich Philanthropie/Stiftungsgründung/Next Generation oft nicht von sich aus ansprachen, weil sie dafür zuwenig sensibilisiert worden waren oder weil sie fürchteten, den Kunden fachlich nicht gut genug beraten zu können. Eine weitere Erkenntnis war, dass diese Dienstleistungen nicht im Beratungsprozess integriert waren und dafür kaum Marketingsupport bestand. Am überraschendsten war für die Bank aber wohl die Feststellung, dass viele Kunden gar nicht wussten, dass die Bank eine solche Beratung grundsätzlich anbieten würde.

In einem nächsten Schritt wurde aufgrund der Marktentwicklung sowie der übergeordneten Unternehmensstrategie festgelegt, welches Ambitionsniveau die Bank im Stiftungs- und Philanthropiesektor anstreben wollte. Stiftung & Nachhaltigkeit übernahm dabei u.a. das Research sowie die strategische Ausarbeitung der künftigen Positionierung und des daraus abgeleiteten Beratungsprozesses und Dienstleistungsportfolios.

Schliesslich wurde ein konkreter Meilensteinplan zur Umsetzung entwickelt. Einer der zentralen Punkte dabei war der Einbezug der Kundenberater. Sie sollten nicht nur geschult, sondern von Anfang an in den Entwicklungsprozess einbezogen und von der neuen – oder: neu gestalteten – Dienstleistung begeistert werden.

Fazit

Die weiterentwickelten Stiftungs- und Philanthropiedienstleistungen der Bank sollen deren Kunden in allen Belangen philanthropischen und gemeinnützigen Engagements begleiten. Sie geben nicht zuletzt aber für die Kundenberater auch die Möglichkeit, über das Thema Stiftungen/Philanthropie – welches bisher eher am Rande Beachtung gefunden hatte – die Beziehungen zu den Kunden, ihren Familien und der nächsten Generation zu verstärken.