

# Computer ersetzen Berater nicht

**Finanzen** Alltagsgeschäfte werden am Computer abgewickelt. Trotzdem setzen die Banken weiterhin auf die persönliche Beratung und investieren entsprechend in die Ausbildung der Kundenberater.

Beat Christen

Die Liste der Serie von technologiegetriebenen wirtschaftlichen Veränderungen ist lang. Egal, ob es nun um Journalismus, die Hotellerie oder Transportdienstleister geht, sie alle haben in den letzten Jahren diese Entwicklung geprägt. Entstanden sind dadurch neue Märkte, Produkte und Dienstleistungen, aber auch ganz neue Spielregeln.

Dass es gerade traditionelle Banken wie die Obwaldner Kantonalbank (OKB) und Luzerner Kantonalbank (LUKB) sind, die sich dieser grossen Herausforderung stellen und damit den Schweizer Finanzplatz weiterhin international attraktiv halten, hat viel mit der Geschichte und somit auch Herkunft dieser Bankinstitute zu tun. Dank der Nähe zu ihren Kunden kennen sie deren Bedürfnisse und können so massgeschneiderte Lösungen anbieten.

## Chance und Herausforderung

Dass man bei der OKB trotz der Digitalisierung auch in Zukunft auf die persönliche Beratung der Kunden setzt, erzeugt laut Bruno Thürig, Direktor beim Obwaldner Bankinstitut, keine Konkurrenzsituation. Die Digitalisierung habe bei den Banken zu einer Effizienzsteigerung und zu neuen Produkteangeboten geführt, «die besser auf die Kunden und deren Bedürfnisse abgestimmt sind». Als Beispiel nennt Thürig die von der OKB entwickelte Möglichkeit, die Hypotheken online zu verlängern.

«Die neuen Technologien», so Thürig, «sind somit für die Banken eine Herausforderung und Chance zugleich.» Diesem Umstand trägt die OKB auch bei der Gestaltung ihrer Filialen in allen Obwaldner Gemeinden Rechnung. Die Umsetzung einer zukunftsgerichteten und auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmten Bankfiliale erfolgt aktuell in Giswil, wo die OKB im Dezember in der vor der Fertigstellung stehenden Zentrumsüberbauung direkt beim Bahnhof einziehen wird.

Für die OKB ist es sehr wichtig, dass das Bankinstitut auch in Zukunft mit attraktiven Angeboten persönlich bei den Kunden vor Ort sein wird. Die Wahl ist dabei bewusst auf ein offenes Schalterkonzept mit mehreren Beratungszimmern und einer zeitgemässen 24-Stunden-Automatenzone gefallen. «Unsere

## Das Treffen der Wirtschaft im KKL Luzern

Informationen und Meinungen zur Entwicklung der Zentralschweizer Wirtschaft am 26. Oktober 2017 im KKL Luzern (Türöffnung 17 Uhr, Beginn 17.30 Uhr). Mit Martin Eichler, Chefökonom BAK Economics AG, und Bundesrat Ueli Maurer.

Weitere Informationen und Tickets:  
[www.perspektiven-zentral.ch](http://www.perspektiven-zentral.ch)



Trotz der digitalisierten Welt setzen die Banken stark auf die persönliche Beratung in allen Lebenslagen der Kunden.

Bild: PD

Kundenberater haben die Möglichkeit, in einem diskreten Umfeld die Beratungsgespräche zu führen, wo das bankenspezifische Know-how gefragt ist», begründet Thürig die Realisierung von gleich mehreren Beratungszimmern. Ein Konzept, das nun Schritt für Schritt auch in allen übrigen Filialen der OKB zur Anwendung gelangen wird. «Dass unsere Berater den Markt vor Ort kennen, ist für die individuelle Beratung unserer Kunden ein grosser Vorteil.»

## Mitarbeiter honorierten OKB als Arbeitgeberin

Kommt hinzu, dass sämtliche Kundenberater bei der OKB über eine Zertifizierung verfügen, die sie regelmässig erneuern müssen. Dadurch wird gewährleistet, dass alle Kundenberater immer auf dem neusten Stand sind. Diese Kombination wird neben den Kunden auch von den Mitarbeitenden geschätzt. Das Resultat sind langjährige Mitarbeitende, die sich bankintern je nach Eignung weiterentwickeln können.

Wie zufrieden die Mitarbeitenden mit ihrem Arbeitgeber sind, haben sie zudem kürzlich bewiesen. Ihre positiven Bewertungen hatten zur Folge, dass die OKB bei der Vergabe vom Swiss Arbeitgeber Award den zweiten Platz belegte. Thürig ist überzeugt, «dass sich das Gefühl von motivierten Mitarbeitenden automatisch auf die Kunden überträgt.»

## Kunde bestimmt das Produkt

Ebenfalls ganz bewusst in die Aus- und Weiterbildung ihrer Kundenberater investiert hat in den vergangenen Monaten die LUKB. «Im Zentrum des für die

LUKB massgeschneiderten Beratungsansatzes steht dabei nicht, was wir als Bank wollen, sondern das, was der Kunde will», sagt Adrian Lupart, Leiter Führungssupport im Bereich Privat- und Gewerbekunden, und ergänzt: «Wir sind uns der Verantwortung gegenüber unseren Kunden bewusst und haben deshalb unsere Beratungskompetenz weiter ausgebaut. Neben den klassischen Bankthemen öffnen wir bei einem Beratungsgespräch den Fächer ganz bewusst auch für andere Bereiche.»

Die Besprechungsagenda wird dabei gemeinsam mit dem Kunden zusammengestellt. Sich Zeit für die Anliegen der Kunden nehmen, ist für Vizedirektor Lupart einer der zentralen Punkte: «Unsere Kundenberater nehmen nicht mit der Stoppuhr in der Hand am Tisch Platz.»

## Mit Rundumberatung Mehrwert schaffen

In den vergangenen Wochen und Monaten wurden die Kundenberater der LUKB im Rahmen von mehrtägigen Schulungsprogrammen mit dem neuen Beratungsansatz vertraut gemacht. «Wer heute einen unserer Kundenberater aufsucht und beispielsweise Unterstützung für den Erwerb eines Eigenheims sucht, der sollte am Ende nicht nur die Zinssätze für die Hypothek kennen, sondern auch darüber informiert sein, welche Gebühren und Steuern anfallen.»

Dass die Verwirklichung des Traums vom Eigenheim auch Auswirkungen auf den Bereich Sanierungen haben kann, ist zwar einleuchtend, wird aber immer wieder verdrängt. «Schon viele sind dem Charme einer Altbauwohnung erlegen

und haben dabei ganz vergessen, dass vielleicht schon bald die Sanierung der Heizungsanlage ansteht. Bei der LUKB sehen wir es als unsere Pflicht an, bei einem Beratungsgespräch auch auf solche Punkte hinzuweisen», gibt Lupart zu verstehen. Dadurch entsteht für die Kunden automatisch ein Mehrwert, den er auch als solchen erkennt.

## Digitale Hilfsmittel ergänzen Papier

Sich Zeit nehmen und das eine oder andere Detail vielleicht auch ein zweites Mal erklären ist für Lupart das Selbstverständlichste dieser Welt. Zum Einsatz kommen dabei eigens für die LUKB entwickelte Beratungshilfsmittel wie die gleich zu Beginn des Beratungsgesprächs zum Einsatz kommenden Themenkarten. Trotz der viel propagierten Digitalisierung setzt die LUKB nach wie vor auf die auf Papier gedruckten Beratungsunterlagen. «Die digitalen Hilfsmittel werden dort eingesetzt», so Lupart, «wo sie auch Sinn machen. Wichtig für uns ist, dass sich die Kunden jederzeit wohl und auch verstanden fühlen.»

Hin- und herschwenken zwischen der digitalen Welt und der ausgedruckten Dokumentation gehört genauso zu den Grundvoraussetzungen eines Kundenberaters der LUKB wie das vernetzte Denken und Handeln. Erste Erfahrungen haben gezeigt, dass sich die Kunden der LUKB bei dieser Art der Beratung sehr wohl fühlen. Neben den Privatkunden wird der ab 1. Oktober flächendeckend bei allen Filialen der LUKB eingesetzte neue Beratungsansatz auch bei den Gewerbekunden zum Einsatz kommen.

IMPRESSUM Kommerzielle Serie zur Veranstaltung «Perspektiven 2018» im KKL Luzern vom 26. Oktober 2017.

Verlagsredaktion Luzerner Zeitung, [verlagsredaktion@lzmedien.ch](mailto:verlagsredaktion@lzmedien.ch), Koordination: Nadia von Euw, Telefon 041 429 52 52. Werbemarkt: NZZ Media Solutions AG, [inserate@lzmedien.ch](mailto:inserate@lzmedien.ch), Telefon 041 429 52 52

## Diese Projektträger unterstützen die Perspektiven 2018

**ARLEWO**  
arbeiten leben wohnen

**CSS**  
Versicherung

**EY**  
Building a better working world

**Obwaldner Kantonalbank**

**Schindler**

Technikpartner  
**auviso**  
audio visual solutions

Mediensponsor

**Luzerner Zeitung** **tele 1**  
Zentralschweizer Fernsehen

**CKW**

**Luzerner Kantonalbank**

**PKG**  
PENSIONSKASSE FÜR KMU

**The PORT Technology**