

„Der persönliche Kontakt ist unersetzbar“

Interview mit Beate Meyer



Technisch war UBS Asset Management auf den Lockdown gut vorbereitet. Dennoch hat sich in der Corona-Krise gezeigt, dass der persönliche Kontakt unersetzbar ist und sein Ausfall nur bedingt durch digitale Veranstaltungen sowie telefonische oder Video-Beratungen kompensiert werden kann. Auch nach der Krise will man deshalb wieder verstärkt zum persönlichen Gespräch zurückkehren, so Beate Meyer. Das heißt jedoch nicht, dass alles wieder „auf Anfang“ zurückgedreht werden soll. Bei Veranstaltungen beispielsweise soll es künftig verstärkt hybride Formen geben. Red.

bm Wie gut war UBS technisch auf den Lockdown vorbereitet?

UBS Asset Management ist bereits seit Jahren komplett digitalisiert. Unsere Mitarbeiter konnten schon Jahre vor dem Lockdown autark von zu Hause aus arbeiten. Daher mussten wir unsere Technik glücklicherweise weder um noch aufrüsten, was uns auch einen Vorteil gegenüber anderen Wettbewerbern verschafft hat.

bm Wie konnte trotz des Social Distancing die Bindung an die Kunden aufrechterhalten werden?

In Zeiten von Social Distancing zahlt sich eine gute Kundenbeziehung, die in der Vergangenheit aufgebaut wurde, aus und wir konnten darauf aufbauen.

Auch haben wir die Kundenkommunikation auf dem digitalen Weg weiter ausgebaut. In den letzten Wochen und Monaten haben wir eine Vielzahl an Webinaren und Podcasts mit unseren Portfoliomanagern und Analysten lanciert. Hinzu kommen regelmäßige Mailingaktionen.

bm Gibt es auch Dinge, die sich weniger gut digitalisieren lassen?

Der persönliche Kontakt ist unersetzbar. Diesen werden wir nach der Corona-Pandemie wieder verstärkt aufnehmen und ausbauen. Dennoch lässt sich sagen, dass manche Präsentationen, Updates und Follow-ups auch sehr gut über digitale Konferenzen abgedeckt werden können. Das ist auch unter Klimaschutzaspekten ein sehr großer

Vorteil, denn dadurch können Reiseaktivitäten auch nach der Corona-Pandemie gedrosselt werden.

bm Wie läuft in Corona-Zeiten die Beratung ab – eher per Telefon oder per Video-Chat?

Wir treten mit unseren Kunden per Telefon und Video-Chat gleichermaßen in Kontakt. Unsere Kunden sind hier zum großen Teil sehr affin und schätzen die dadurch neu gewonnene Flexibilität.

bm Was stößt auf höhere Akzeptanz? Und wie ist das mit der Aufzeichnungspflicht?

Derzeit fühlen sich viele Kunden noch mit dem klassischen Telefonkontakt wohler. Auch wenn ich mir vorstellen kann, dass auch dies sich in Zukunft ändern könnte, wenn die entsprechenden technischen und regulatorischen Voraussetzungen hierfür geschaffen sind.

bm Inwieweit konnten Webinare und Videokonferenzen den fehlenden persönlichen Kontakt ersetzen?

Weder Webinare noch Videokonferenzen können ein persönliches Ge-



Beate Meyer, Head of Wholesale, UBS Asset Management (UBS-AM), Frankfurt am Main

sprach ersetzen. Das bestätigen auch die Kunden. Ein Face-to-Face-Gespräch schafft immer eine vertrautere Situation. Kunde und Berater

Leben gerufen, die einen sehr detaillierten Blick auf Investitionsmöglichkeiten in chinesische Aktien und Renten bietet.



»Eine enge Kundenbeziehung wird auch in Zukunft ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg sein.«

nehmen sich Zeit, um alle Fragen in Ruhe zu klären. Es kommt zu einer inhaltsreichen Diskussion für beide Seiten.

Das ist im Webinar natürlich anders. Hier stellen die Zuhörer weniger Fragen, und wenn, dann oftmals erst zum Schluss. Dennoch sind Webinare sehr gute informative und edukative Mittel, um die Kunden immer auf den neuesten Stand zu bringen. So haben wir zum Beispiel eine 14-tägige Serie zum Thema „China-Inside“ ins

bm Was von den angesprochenen Veränderungen wird auch nach der Corona-Pandemie bleiben?

Eine der großen Herausforderungen in der Zukunft – ob mit oder ohne Corona-Pandemie – wird es sein, sich als Asset Manager über ein reines Produktangebot hinaus zu positionieren. Hier gehen wir bereits einen großen Schritt in die richtige Richtung.

Mit der Serie „Nobel Perspectives“ wurde das globale Netzwerk der UBS

exklusiv für Kunden von UBS Asset Management geöffnet – und zwar online. Führende Nobelpreisträger wie Joseph E. Stiglitz und Sir Christoph Pissarides sowie bekannte Persönlichkeiten wie Matthias und Tristan Horx teilen digital ihre Ansichten und Ideen zum Thema „Zukunft und seine wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklungen“ mit unseren Kunden. Natürlich soll solch ein Angebot auch nach Corona beibehalten werden.

bm Werden die digitalen Kanäle künftig das persönliche Gespräch mehr und mehr ersetzen – vielleicht gerade in der Beratung jüngerer Kunden? Oder rechnen Sie damit, dass durch das Social Distancing die Möglichkeit eines persönlichen Austauschs im Gespräch vor Ort eventuell künftig sogar wieder mehr Wertschätzung und damit einen Aufschwung erlebt?

Wir setzen weiterhin auf eine gesunde Mischung aus digitalen Informationsformaten und persönlichen Beratungsgesprächen und Veranstaltungen. Bei Veranstaltungen werden wir beispielsweise auf eine Hybrid-Form setzen, die eine Kombination aus digitaler und persönlicher Anwesenheit bietet. Wir sind davon überzeugt, dass eine enge Kundenbindung auch in Zukunft ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg sein wird. Der persönliche Kontakt wird auch weiterhin eine Rolle spielen, jedoch wird dieser durch die Nutzung weiterer digitaler Tools erweitert und unterstützt.

bm Hat die Pandemie auch zu einer Verschiebung bei den Themenfeldern geführt – etwa das Interesse an nachhaltigen Anlagen gesteigert?

Das Interesse für nachhaltige Anlagen war auch vor der Pandemie sehr hoch, und wir erleben eine weitere Steigerung dieses Trends. Möglicherweise spielen die Erfahrungen, die wir alle in den letzten Wochen gemacht haben, eine zusätzliche Rolle und viele Kunden wollen ihr Geld bewusster und nachhaltiger anlegen.

Unserer Überzeugung nach wird dieser Trend auch nach Ende der Pandemie anhalten und ein großer Anteil unserer Kundschaft wird in Zukunft verstärkt nach ESG orientierten Anlageformen fragen. ■