



GESCHÄFTSMODELLE & MANAGEMENT	OPERATIONS & IT	CORPORATE FINANCE
KUNDE & VERTRIEB	PRODUKTE	AUS- UND WEITERBILDUNG

Suche nach:

« [vorhergehender Artikel](#): So üben Banken Kundenzentrierung bei der nachhaltigen Geldanlage

Meine Bank – Meine Marke?

Ich stell mich vor die Wahl: Kantonalbank, Raiffeisen, Migros Bank oder UBS, Credit Suisse? Oder vielleicht doch eine Privatbank? Jenseits der Zinsen, die wenig oder weniger sind, und jenseits der Produkte, die mittlerweile austauschbar sind, worauf zähle ich? Naheliegend: Ich höre mich rum im Freundeskreis, lasse mir Empfehlungen geben. Meist sind es Beraternamen. Banking ist ein People Business.



Klar. Aber wo läuft es nicht so: Beim Auto- oder Möbelkauf, Menschen stehen hinter Produkten und Dienstleistungen. Diese spielen im Entscheid mit. Aber darüber hinaus? Womit verbinde ich die Namen der Institute?

Im Fall der UBS: Mein Grossvater war ein stolzer Bankgeselle, damals in den 70ern. Doch sogleich gesellen sich in meiner Vorstellung die Ambitionen der 90er dazu, die Reputationsprobleme der letzten Jahre, Führungswechsel, bekannte Ex-Mitarbeiter, die bei Kantonalbanken Zuflucht gefunden haben. Vielleicht noch der Slogan „Wir werden nicht ruhen.“ Klingt sehr nach Beichte. Aber ist es auch attraktiv genug für meine Wahl? Als Profi der Branche gefällt mir der Auftritt: konsistent, typografisch stark. Aber darüber hinaus? Gibt es eine spezifische Geschichte, die mir hilft, mich für diese oder eine andere Bankmarke zu erwärmen und zu entscheiden?

Anders gefragt: Was würde ich mir denn vorstellen? **Meine Bankmarke wäre ein Wegweiser für mehr Orientierung im Dschungel des Finanzjargons.** Einfach, verständlich, mit Übersicht. Meine Bankmarke wäre zudem ein Ort, an den ich gerne wiederkehre: Weil ich weiss, was mich erwartet und wer mich erwartet. Mit einem überzeugenden, weil eigenständigen Beratungserlebnis. Mit Beratern, die ich kenne, die mir aber doch nicht zu nahe kommen. Meine Bankmarke würde mich begeistern, mit einem Service, der immer wieder überrascht. Meine Bankmarke würde Haltung zeigen indem sie mir nicht alles verspricht. Sondern klar macht, was sie kann und tut und wovon sie die Finger lässt. Meine Bankmarke würde Stellung beziehen zu Themen, die mich etwas angehen. Mit Schwerpunkten. Mit Hintergründen. Mit Inhalten.

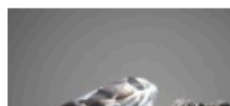
Nur: **Welche Inhalte ordne ich heute welchen Instituten zu?** Beispiel Credit Suisse: Aktuell erkenne ich keine Story, ausser das Bild von Roger Federer. Vielleicht die Privatbank Sarasin. Nachhaltiges Schweizer Private Banking. Wobei halt: Saffra Sarasin. Die Geschichte läuft mittlerweile zwischen Brasilien und der Elisabethenstrasse in Basel. Das kriegt ich nicht mehr oder noch nicht ganz zusammen. Die Kantonalbanken? Sie tragen jeweils ihren Kanton im Namen. Und damit den Kern ihrer Geschichte. Ein Stück Heimat. Mit einem differenzierenden Potential.

Die Migros Bank? Das Migros-Erbe schwingt mit, Duttweiler an der Sparkasse. Die Bank, die irgendwo mit dem Kulturprozent verwandt ist. Mit sozialem Engagement und Nachhaltigkeit. Das hat was im Ansatz. Das wäre nun meine Bank und meine Marke: Wegweiser im Dschungel der Finanzen. Ort für ein einzigartiges Beratungserlebnis. Mit einem Service, der besticht, und mit einer Haltung, die auf Werten beruht. Und eben mit Themen, die mich berühren. Dies wäre für mich das Prädikat echter Kundenorientierung. Ein Anspruch, dem vermutlich alle Institute nachleben möchten.

Nur: Wer macht dies wirklich gesamtheitlich erlebbar? Fazit: Es gibt noch viel Potential für meine Bank der Zukunft.

Schlagworte: [Bank](#), [Brand](#), [Brand Management](#), [Brand Value](#), [Branding](#), [Finanzdienstleister](#), [Identität](#), [Marke](#), [Markenwert](#), [Neukundengewinnung](#), [Positionierung](#)

Dieser Beitrag wurde am Freitag, 07.11.2014 um 07:00 Uhr unter [Kunde & Vertrieb](#) veröffentlicht.



AUTOR / -IN

Pascal Geissbühler



Creative Director sowie Mitglied der Geschäftsleitung beim Beratungsunternehmen Branders in Zürich. [Meine Posts](#) [1]

FOLLOW-US



MONATLICHEN NEWSLETTER ABONNIEREN

Für Newsletter hier klicken!



AKAD BANKING + FINANCE

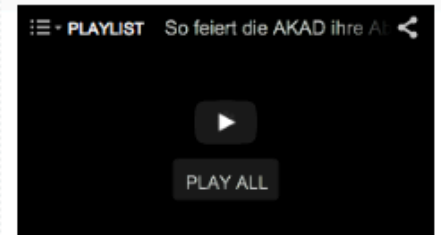
www.akad.ch/banking+finance

BANKINGUNDFINANCE.CH

Möchten Sie mitmachen bei BankingundFinance.ch? Hier erfahren Sie mehr.



ERFOLGE FEIERN – DIPLOMFEIER AKAD BANKING+FINANCE



KALAIDOS FACHHOCHSCHULE

Ihr nächster Karriereschritt!

Passarelle zum Bachelor Business Administration FH [Jetzt informieren](#)

SCHWEIZER BANK

SCHWEIZER BANK



AKAD Banking+Finance HFBF [Like](#)

455 people like AKAD Banking+Finance HFBF.