



BNP Paribas an der Europa-Allee in Frankfurt



Marcel Becker,
Managing Director Germany,
BNP Paribas Wealth Management

Tradition trifft Innovation

Das Branchenmagazin Euromoney hat **BNP Paribas** gerade mit dem Award „World's Best Bank“ ausgezeichnet. Gleichzeitig wurde das Vermögensmanagement der internationalen Bankengruppe, die Geschäftseinheit **BNP Paribas Wealth Management**, zur „Best Bank for Wealth Management in Western Europe“ gekürt. Auf dieses weltweite Netzwerk der Bank kann auch das Team um Managing Director **Marcel Becker** in Frankfurt setzen. BNP Paribas Wealth Management möchte eine langjährige Tradition fortschreiben, bietet den Kunden aber auch die weitreichenden Möglichkeiten der digitalen Welt.

Der erste Anruf am Tag nach der Wahl des neuen US-Präsidenten kam um 6:30 Uhr. Matthias Ruppert, Relationship Manager im Vermögensmanagement von BNP Paribas in Frankfurt, ist auch um diese Zeit für seine Kunden auf seinem Mobiltelefon zu erreichen. Sein Kollege Michael Neff, als Investment Manager zuständig für die Anlagestrategie der Kunden, saß an diesem Tag bereits weit vor 8 Uhr an seinem Arbeitsplatz. „Ich habe mit den Kunden telefoniert und sie über die Reaktionen der Märkte informiert. Es ging am Ende gar nicht um Anlageempfehlungen, wichtig ist uns, die Sorgen unserer Kunden zu kennen und Möglichkeiten aufzuzeigen.“ Diese individuelle Betreuung auch außerhalb der normalen Geschäftszeiten gehört für die

„Unsere Stärke ist und bleibt die persönliche Beratung.“

Marcel Becker, Managing Director

Mitarbeiter von BNP Paribas Wealth Management zum Service. Grundsätzlich steht ab einem frei verfügbaren Vermögen von 250.000 Euro der Weg zum Wealth Management offen. Die vermögenden Kunden des Unternehmens schätzen diese Nähe. Gleichzeitig sind sie heute aber auch weltweit unterwegs und wollen digital vernetzt sein. Das Smartphone ist ihr wichtigster Begleiter. Auch darauf hat

sich das Wealth Management von BNP Paribas eingestellt und eine App entwickelt, mit der die Kunden von überall auf der Welt auf ihre Kontoverbindung und ihr Depot zugreifen können. Mit nur wenigen Klicks können sie auf ihrem Handy Geld überweisen, Wertpapiere beobachten oder sogar direkt kaufen und verkaufen. „Es ist uns wichtig, beides anzubieten, die digitale Plattform und den persönlichen Kontakt“, betont Matthias Ruppert.

Weltweites Netzwerk

Auf mehr als drei Jahrzehnte Erfahrung im Wealth Management blicken die beiden Relationship Manager Matthias Ruppert und Roland Hildenbeutel mittlerweile zurück. Sie kümmern sich um die Belange der Kunden, die ihre Vermögen in die Hand der internationalen Bankengruppe gelegt haben. Beide betreuen jeweils rund 50 Kunden – vom Top-Manager bis zum Unternehmer samt vollständiger Familie. Dabei sind sie die direkten Ansprechpartner für alle Fragen rund um die Kundenbeziehung, egal, ob der Kunde Vermögen im Ausland zu verwalten hat, sein Geld in Immobilien oder in Kunst anlegen will, ob er ein Weingut kaufen oder sich nachhaltig sozial engagieren möchte. Sie können dafür auf das weltweite Netzwerk der Bank zurückgreifen, das den Kunden in allen Bereichen unterstützt. Die Branche selbst setzt mehr und mehr auf die reine Vermögensverwaltung, erklärt der Managing Director von BNP Paribas Wealth Management

in Deutschland, Marcel Becker, der auch das Frankfurter Team in den vergangenen zwei Jahren aufgebaut hat. „Unsere Stärke ist und bleibt aber die persönliche Beratung.“

Am Anfang jeder Kundenbeziehung stehen ausführliche Gespräche mit dem Kunden, welche dem Zweck dienen, die Ziele, die Wünsche sowie die Bedürfnisse zu identifizieren und aufzunehmen. Dies geschehe in der Regel immer in einem persönlichen Gespräch, betont Roland Hildenbeutel. Vermögensmanagement ist nun mal in erste Linie Vertrauenssache. Eine entspannte Atmosphäre sei wichtig, führt er weiter aus. Auch wenn das moderne Gebäude von BNP Paribas am Entrée des Europaviertels mit seiner hohen Glasfassade einladend und transparent wirkt,



Roland Hildenbeutel und Matthias Ruppert,
Relationship Manager

wählt er für solche Gespräche lieber einen neutralen Ort oder fährt zu den Kunden nach Hause. „Manchmal lernen wir zunächst auch nur den Anwalt oder den Family-Officer kennen.“ Nach und nach werde dann die Familie involviert.

In der für den Kunden vertrauten Atmosphäre erfahren die Wealth Manager sehr viel mehr über den Menschen selbst, seine Hobbys oder auch seine Träume. Solche Informationen seien mindestens genauso wichtig wie Risikoneigung und Renditeerwartung. Die Informationen behalten Matthias Ruppert und Roland Hildenbeutel stets im Hinterkopf. „Wenn wir den Kunden zu einer unserer Veranstaltungen einladen, sollten wir schon wissen, ob er sich eher für den Besuch

neben den Anlagerichtlinien von BNP Paribas die vom Kunden vorgegebene Risikoneigung sowie Renditeerwartung ein. Die Richtlinien besagen, dass maximal drei Prozent des Anlagekapitals in einen Einzeltitel und maximal zehn Prozent in einen einzelnen Fonds investiert werden dürfen. „Außerdem bieten wir einen Ansatz, der frei von jeglichen Produkt- und Provisionszwängen ist“, sagt Marcel Becker.

Zahlreiche Kunden der Bank hätten ihr Geld lange Zeit selber an der Börse angelegt und zeigten nach wie vor großes Interesse an den Finanz- und Kapitalmärkten, erläutern die Experten von BNP Paribas Wealth Management. In Zeiten, in denen die Märkte immer komplizierter werden, wüssten sie sich

nun einen Partner auf Augenhöhe, mit dem sie ihre Geldanlagen besprechen können. „Gerade Privatpersonen sagen uns häufig, dass sie mit ihren Aktienanlagen grundsätzlich zufrieden sind.“ Die Anlage in festverzinslichen Wertpapieren, deren Renditen im aktuellen Niedrigzinsumfeld der Zentralbanken massiv gesunken sind, sei jedoch heute so kompliziert, dass sie gerne Hilfe in Anspruch nähmen, erklärt Timo Möllerhenn, einer der beiden Investment Manager im Frankfurter Team.



Michael Neff und Timo Möllerhenn, Investment Manager

„Wir verstehen uns als Team gegenüber den Kunden und sind Sparringspartner für alle Anlageentscheidungen.“

Michael Neff, Investment Manager

einer Oldtimermesse oder für die neue Städel-Ausstellung interessiert.“ Hauseigene Events nutzt das Frankfurter Team, um den Kontakt zum Kunden auch außerhalb der Geschäftsbeziehung zu pflegen. Das Aufbauen von Netzwerken ist generell ein wichtiger Teil ihrer Arbeit, auch, um Neukunden zu gewinnen.

Individuelle Anlageberatung

Sobald geklärt ist, wie der Kunde sich seine Vermögensanlage vorstellt, erarbeitet ein Team von Anlage-Experten bei BNP Paribas einen Vorschlag, wie das Portfolio aussehen könnte. Diese objektive Anlagestrategie bildet die Basis für die Investmentauswahl mit dem Kunden, erläutert Matthias Ruppert. „Uns geht es dabei in erster Linie nicht um eine hohe Rendite, wir wollen langfristig mit dem Kunden arbeiten und ihn zufriedenstellen.“ Um das Risiko so weit wie möglich zu reduzieren, streben die Investment Manager ein breit gefächertes Portfolio an. Hierbei fließen

Während die Relationship Manager oft zu Terminen mit ihren Kunden unterwegs sind, sitzen Timo Möllerhenn und sein Kollege Michael Neff oft in der Bank vor den Bildschirmen, konzentrieren sich auf die Beobachtung des Marktes und sind Ansprechpartner am Telefon. „Wir verstehen uns als Team gegenüber den Kunden und sind Sparringspartner für alle Anlageentscheidungen. „Wir schauen uns jeden Tag die einzelnen Depots an“, berichten Michael Neff und Timo Möllerhenn, die seit mehr als zehn Jahren in diesem Kundensegment tätig sind. In der Regel habe ein Kunde bei einem Volumen von zwei Millionen Euro 40 bis 50 Positionen in seinem Depot – eine Dimension, die dieser meist gar nicht alleine im Auge behalten

könne. Für jede Position werde außerdem schon beim Kauf ein Zielkurs erstellt. Ist dieser erreicht, rufe einer der beiden den Kunden an, mache konkrete Vorschläge, wie man mit der Situation umgehen könne und biete auch Alternativen an. Als Informationsbasis dient ihnen dabei umfangreiches Researchmaterial aus dem internationalen Netzwerk von BNP Paribas, das aktuell beispielsweise mehr als 800 nationale und internationale Aktien-Einzelpositionen analysiert. Die Investment Manager melden sich auch, wenn eine Aktie im Wert gefallen ist, um zu besprechen, was der Kunde tun kann. „Wenn die Qualität des Portfolios stimmt, braucht man aber meist nicht mehrere Positionen auf einmal zu verändern, dann muss man nur feinjustieren.“

Volle Transparenz

„Wir haben Kunden, die eher langfristig anlegen und in der Regel nur einmal im Quartal eine Rückmeldung zu ihrem Portfolio benötigen. Andere sind deutlich aktiver, wöchentlicher als auch täglicher Kontakt ist hier keine Seltenheit“, berichtet Marcel Becker. Wichtig dabei sei: „Die Preisgestaltung ist nicht abhängig von der Quantität der Kontakte.“ Für das Vertrauensverhältnis zum Kunden ist es dem Wealth-Management-Team zudem besonders wichtig, ihre Vorschläge transparent zu machen. BNP Paribas Wealth Management stellt den Kunden daher Informationen, die die internen Experten zur Bewertung einer Aktie nutzen, ebenfalls zur Verfügung. Wer sich darüber hinaus informieren möchte, für den bietet die Bank Online-Seminare, sogenannte Webinare, an, bei denen spezielle Anlagethemen und Produkte erläutert werden.

Darüber hinaus werden die Kunden zu aktuellen Ereignissen informiert. Ein Beispiel: Am Tag nach der US-Wahl wurden die Kunden per Newsletter über die aktuellen Einschätzungen der BNP Paribas-Experten informiert. In solchen Momenten telefonieren die Investment- und Relationship Manager auch schon mal parallel die Kunden ab, um möglichst schnell zu sein. Die Rückmeldungen auf diese Sonderinformationen seien entsprechend positiv.

Bei einem sind sich die Berater aus dem Frankfurter Team und ihr Chef einig: Jeder Kunde ist anders, umso wichtiger ist es, zu wissen, was der einzelne sich wünscht. Im besten Falle kann der Relationship Manager zu seinem Vertrauten werden. „Der Kunde öffnet sich uns gegenüber nur nach und nach“, stellt Marcel Becker fest. „Aber wenn es passiert, dann wissen wir, dass wir ihn langfristig gewonnen haben.“

bö ■