

NEWS 02/17

Inhalt

In eigener Sache

Neues im Bereich
Compliance und Risk
Management

Erweitertes Leistungs-
angebot

B2B: Ihre Rubrik

Glossar

In eigener Sache

1. Anpassung der Fondsprospekte per 1. Januar 2018

Per Anfang 2018 treten verschiedene Gesetze in der EU in Kraft, weshalb die LB(Swiss) Investment (LBSI) für sämtliche Fonds Prospektanpassungen und teilweise Fondsvertragsänderungen vorgenommen hat. Die Anpassungen berücksichtigen namentlich MiFID II, PRIIP und das revidierte deutsche Investmentsteuergesetz (InvStG). Damit stellt die LBSI die Product Governance für sämtliche Fonds termingerecht sicher. Nähere Informationen zum revidierten InvStG finden sich im vorliegenden Newsletter in der Rubrik «Neues im Bereich Compliance & Risk Management» in der Ziffer 4.

2. Erstellung PRIIP-KID

Das PRIIP-KID gibt umfassend Auskunft über Kosten, Performance und Produktrisiken. Das Informationsblatt ist im Vertrieb an Privatkunden aus dem EWR-Raum zwingend abzugeben bzw. bereit zu stellen. Einmalkosten für den Erwerb bzw. den Verkauf des Fonds wie auch wiederkehrende Kosten (inkl. Performance Fees und Transaktionskosten) werden transparent ausgewiesen und können sich wesentlich auf die modellierten Performance-Szenarien auswirken. Die LBSI stellt ihren Geschäftspartnern und Fondsplattformen die PRIIP-KIDs fristgerecht zu Jahresbeginn zur Verfügung. Zudem wird das Informationsblatt auch auf der [Website der LBSI](#) unter dem jeweiligen Fonds bzw. dessen Anteilsklassen verfügbar sein.

3. openfunds – Fonds-Datenlieferung an Vertriebsplattformen

Der openfunds-Standard etabliert sich zunehmend für die Fonds-Datenlieferungen. In den letzten Monaten wurde der Standard wesentlich ausgebaut und beinhaltet nunmehr auch PRIIP und MiFID II spezifische Informationen. Die LBSI zählt zu den Vorreiterinnen in Bezug auf die Anwendung des openfunds-Standards.

Auch im Zuge der vorgenannten Regulierungen kommt der Verteilung von erweiterten Fondsdaten an Datenvendoren und Fondsplattformen eine immer grössere Bedeutung zu. Ein effektives und effizientes Datenmanagement bei der LBSI stellt sicher, dass die Datenempfänger zeitnah mit aktuellen Informationen versorgt werden. Darüber hinaus ermöglichen diese Daten den Fonds-

vertriebsstellen, ihre erhöhten Sorgfaltspflichten wahrnehmen und ihre Dienstleistungsqualität im Fondsverkauf erhöhen zu können. Die LBSI beliefert die Datenempfänger seit Anfang Dezember 2017 mit den zusätzlich relevanten Informationen im Zuge der Einführung von MiFID II und PRIIP.

Neues im Bereich Compliance & Risk Management

1. Neues europäisches Datenschutzgesetz

In der EU wird **ab dem 25. Mai 2018** das neue Datenschutzgesetz (General Data Protection Regulation, kurz GDPR) anwendbar. Dieses Datenschutzgesetz hat extraterritoriale Wirkung und kann damit auch Schweizer Unternehmen betreffen. Das neue Datenschutzgesetz erlaubt den europäischen Behörden, **sehr hohe finanzielle Strafen** (bis EUR 20 Mio. und teilweise noch höher) **bei Nichteinhaltung** der entsprechenden Vorgaben zu erlassen.

Schweizer Institute sind vom neuen Datenschutzgesetz der EU betroffen, sofern sie personenbezogene **Daten von natürlichen Personen mit Domizil in der EU verarbeiten, falls** die Schweizer Institute

- diesen Personen **Dienstleistungen anbieten** (z. B. Vertrieb von kollektiven Kapitalanlagen oder Anbieten von Vermögensverwaltungsmandaten bzw. Beratungsdienstleistungen) **oder**
- durch Datenverarbeitung das **Verhalten solcher Personen beobachten** (z. B. Verwendung von Google Analytics oder Cookies von Besuchern der eigenen Website).

Sofern eine Unternehmung von diesem Datenschutzgesetz der EU betroffen ist, gelten verschiedene Grundsätze (nicht abschliessende Aufzählung):

- Es bestehen gewisse **Informationspflichten gegenüber den betroffenen Personen**, indem beispielsweise über den Zweck der Datenbeschaffung und -verarbeitung, die Interessen dazu, die Empfänger der Daten oder auch die Dauer der Speicherung informiert wird. Somit werden künftig umfassende «Privacy Notices» (z. B. auch im Disclaimer auf der Website) unumgänglich.
- Generell ist die Datenverarbeitung verboten, solange die betroffene Person nicht **vorgängig** dazu **eingewilligt hat** (auch elektronische Einwilligung möglich).

- **Grundsätze, die im Gebrauch** solcher Daten zu berücksichtigen sind: Generell sind die Datenverarbeitungssysteme von Beginn weg datenschutzfreundlich auszugestalten («Privacy by Design»), z. B. durch Minimierung der bearbeitenden Daten und Pseudonymisierung. Zudem müssen Voreinstellungen (z. B. vorgekreuzte Kästchen) grundsätzlich datenschutzfreundlich gewählt werden («Privacy by Default»), wobei z. B. nur für den Bearbeitungszweck erforderliche Daten bearbeitet werden.

Das Risiko bei Nichteinhaltung durch Schweizer Institute liegt nicht nur im verwaltungsrechtlichen Strafbereich (Voraussetzung ist eine entsprechende Rechtshilfevereinbarung mit dem Drittland bzw. der Schweiz), sondern ebenfalls im Zivilrecht. Privatpersonen mit Domizil in der EU können über das schweizerische «Internationale Privatrecht» bzw. über das «Lugano Übereinkommen» europäisches Recht beanspruchen und gegen schweizerische Institute in der Schweiz klagen.

In der **Schweiz** wird das **Datenschutzgesetz derzeit ebenfalls überarbeitet** und wird sich voraussichtlich an den Vorgaben des europäischen Datenschutzgesetzes orientieren. Es wird erwartet, dass das neue schweizerische Datenschutzgesetz am 1. August 2018 in Kraft treten wird.

Aus den dargelegten Gründen empfiehlt es sich, die Informationsverarbeitungsprozesse im eigenen Unternehmen zu überprüfen und die erforderlichen Änderungen rechtzeitig zu implementieren.

2. LEI Vergabe in Schweiz / Meldepflichten von Derivattransaktionen

FinfraG bzw. dessen Verordnungen verlangen, dass neu Transaktionen in Derivaten an ein von der FINMA anerkanntes bzw. bewilligtes Transaktionsregister gemeldet werden. Wir verweisen diesbezüglich auf unsere Ausführungen im Newsletter vom Juni 2017.

Damit diese Meldungen vollständig vollzogen werden können, brauchen beide involvierte Parteien in den massgeblichen Derivattransaktionen eine Identifikationsnummer bzw. eine sogenannte LEI (Legal Entity Identifier). Diese kann in der Schweiz beim [Bundesamt für Statistik](#) angefordert werden.

Für Derivattransaktionen in unseren Fonds haben wir bereits für die Fonds eine LEI beantragt und stellen mit der Depotbank des Fonds sicher, dass die notwendigen Meldungen zeitgerecht und vollständig vorgenommen werden. Die LEI ist auf unserer Website unter den jeweiligen Fondsinformationen verfügbar.

Sollten schweizerische Vermögensverwalter für ihre eigene Gesellschaft Derivattransaktionen (z. B. Devisentermingeschäfte zwecks Absicherung von Fremdwährungsrisiken) abschliessen, sollte die Bestellung einer LEI für die eigene Gesellschaft geprüft bzw. vorgenommen werden.

Schliesslich informierte die FINMA im Oktober 2017 mit der Aufsichtsmittelung 5-2017 darüber, dass sie für die «**kleinen nicht-finanziellen Gegenparteien**» (was unter Umständen ein unabhängiger Vermögensverwalter oder auch Vertriebssträger sein kann) die **Übergangsbestimmungen** bezüglich den Meldepflichten gegenüber dem Transaktionsregister vom 1. April 2018 **auf den 1. Januar 2019 verlängert**. Betroffen sind im Wesentlichen Derivattransaktionen mit ausländischen Gegenparteien, welche die Meldepflicht gemäss FinfraG nicht wahrnehmen bzw. wo die schweizerische «kleine nicht-finanzielle Gegenpartei» die Meldung stellvertretend wahrnehmen muss.

3. Umsatzabgabe im Vertrieb (Stempelsteuer)

Bekanntlich gibt es im **Vertrieb von schweizerischen Fonds** bzw. auf den darauf erzielten Vertriebsgebühren keine Emissionsabgabe bzw. im Primärmarkt (d.h. bei Zeichnungen und Rücknahmen) auch keine Umsatzabgabe, da diese Tätigkeiten davon befreit ist. Lediglich im Sekundärmarkt bzw. sofern die Anteilsscheine über einen Handelsplatz gehandelt werden, fällt die Umsatzsteuer (sog. Stempelsteuer) an.

Hingegen kann sich eine Pflicht zur Umsatzabgabe **im Vertrieb von ausländischen Fonds in der Schweiz** ergeben, sofern der Vertriebssträger sein Domizil in der Schweiz hat. Je nachdem wie die Vertriebstätigkeit vorgenommen wird, kann der Vertriebssträger steuerlich gesehen als «Effekthändler» klassifiziert werden bzw. wird er auf dem Zeichnungsbetrag des Investors umsatzabgabepflichtig. Dies ist der Fall, wenn die Vertriebstätigkeit als «Vermittlung» betrachtet wird. Eine «Vermittlung» kann vorliegen, wenn mit der Vertriebstätigkeit z. B. Konditionen verhandelt werden oder der Zeichnungsschein durch den Vertriebssträger an die Depotbank bzw. Transfer Agent weitergeleitet wird. Es muss mit anderen Worten ein «kausaler Zusammenhang» zwischen der Vertriebstätigkeit und dem Abschluss des Geschäftes (Zeichnung von Anteilsscheinen) bestehen.

Schweizerische Vertriebssträger von ausländischen Fonds in der Schweiz sollten ihre Vertriebstätigkeit diesbezüglich analysieren und allenfalls einen Steuerberater konsultieren bzw. ein entsprechendes Steuerruling bei der Eidgenössischen Steuerverwaltung (ESTV) einholen.

4. Neues Deutsches Investmentsteuergesetz (InvStG) ab 2018

Bisher wurde aus deutscher Steuersicht der **deutsche Fonds** selbst nicht besteuert, sondern nur der deutsche Anleger (sog. transparente Besteuerung). Dieses Steuerregime ändert ab dem 1. Januar 2018 zu einer sogenannten intransparenten Besteuerung. Einerseits gilt nun auch für deutsche Fonds, dass auf deutschen Dividenden-erträgen aus Anlagepositionen die sog. deutsche Abgeltungssteuer (Quellensteuer) in der Höhe von 26.375 % bzw. 15 % (im Fall

einer sog. Statusbescheinigung) abgezogen wird. Andererseits kann quasi als Ausgleich dieser Steuerkonsequenz der deutsche Fonds je nach Klassifizierung gemäss InvStG eine Teilfreistellung in der Besteuerung seiner deutschen Anleger erwirken.

Nachfolgend erklären wir, welche **Auswirkungen** dieses neue Steuerregime ab dem 1. Januar 2018 **auf Schweizer Fonds** haben wird bzw. was die LBSI diesbezüglich unternimmt.

Es muss neu unterschieden werden zwischen (A) Steuern auf deutsche Anlageerträge des Fonds und (B) der Besteuerung der deutschen Privatanleger im Fonds selbst.

Ab dem 1. Januar 2018 bezahlen Schweizer Fonds auf **deutschen Dividenden- und Immobilienerträgen** (A) grundsätzlich eine Steuer von 26.375 % (inkl. Solidaritätszuschlag). Diese **Steuer** kann auf **15 % reduziert** werden, sofern der Schweizer Fonds sich als steuerlicher Sicht gem. InvStG als «Investmentfonds» klassifiziert und eine sogenannte «Statusbescheinigung» beim deutschen Finanzamt eingefordert wird. Die Bestellung und Überwachung bzw. periodische Erneuerung einer solchen «Statusbescheinigung» ist mit einem gewissen Aufwand verbunden.

Alle Fonds der LBSI klassifizieren nach deutschem InvStG als «Investmentfonds». Die LBSI hat deshalb diese «Statusbescheinigung» bei allen ihren Fonds bestellt, welche voraussichtlich gewisse deutsche Dividendenerträge erzielen.

Auch die **Besteuerung der Deutschen Privatanleger im Fonds** (B) ändert sich auf den 1. Januar 2018. Der deutsche Anleger bezahlt künftig 26.375 % Abgeltungssteuer auf den Ausschüttungen des Fonds bzw. auf einem fiktiv gerechneten Ertrag bei thesaurierenden Fonds. Hier können nun neu je nach Aktienanteil sogenannte «Teilfreistellungen» auf den Fondserträgen sowie Veräusserungsgewinnen erzielt werden. Das bedeutet, dass nicht 100 % der Ausschüttungen (Ausschüttungsfonds) bzw. des fiktiv gerechneten Ertrages (Thesaurierungsfonds) steuerpflichtig ist, sondern lediglich z. B. 70 % (bei Aktienfonds gem. InvStG) bzw. 85 % (im Fall von Mischfonds gem. InvStG) davon.

Bei den «**übrigen Fonds**» profitiert der deutsche Privatanleger von keiner steuerlichen Entlastung. Insgesamt kann jedoch gesagt werden, dass die steuerliche Belastung der deutschen Privatanleger in Investmentfonds sich ggü. dem bisherigen InvStG nicht wesentlich verändern wird.

Schliesslich fällt der bestehende «**Bestandesschutz**» für Anteile (vor 2009 erworbene Anteile) weg. Per 31.12.2017 erfolgt steuerlich eine fiktive Veräusserung dieser Anteile, worauf keine Steuer abzuliefern ist. Für die Wertsteigerungen ab dem 1.1.2018 kommt dieser Anleger dann in den Genuss eines Freibetrages von EUR 100'000 (pro Anleger) auf Wertsteigerungen, welche ebenfalls nicht versteuert werden müssen.

Die Neuerungen im InvStG berücksichtigt die LBSI in den eingangs erwähnten Fondsprospektänderungen, welche per Anfang 2018 in Kraft treten. Damit wird auch die steuerliche Klassifizierung unserer Fonds für deutsche Anleger ersichtlich und deutsche Depotstellen können die korrekten Teilfreistellungen zugunsten des Privatanlegers gleich an der Quelle vornehmen.

Zudem hat die LBSI ihren steuerlichen Vertreter in Deutschland damit beauftragt, die täglich gerechnete **Aktienquote** (Anteil Aktien, Genussscheine und Partizipationsscheine im Verhältnis zum Nettofondsvermögen) der Fonds bei WM Daten in Deutschland zu publizieren und zu überwachen. Die tägliche Aktienquote bei (Ziel-)Fonds ist für gewissen Anleger wie Dachfonds relevant, damit diese ihre eigene Aktienquote steuerlich optimal berechnen bzw. ihre steuerliche Klassifizierung vornehmen können. Des Weiteren dient die tägliche Aktienquote auch dazu, Investmentfonds gemäss InvStG im Nachhinein auch noch als «Mischfonds» bzw. «Aktienfonds» zu klassifizieren, womit eine nachträgliche Teilfreistellung für die vorteilhafte Besteuerung beim Privatanleger erzielt werden kann.

5. Quellensteuer auf Zinserträgen aus US Bonds

Im bestehenden Doppelbesteuerungsabkommen zwischen den USA und der Schweiz gibt es für schweizerische Publikumsfonds keine Entlastung bei der US Quellensteuer. Deshalb gilt **grundsätzlich**, dass **Zinsen sowie Dividendenerträge auf US Quellen** mit einer **Quellensteuer von 30 %** belastet und von schweizerischen Publikumsfonds nicht zurückgefordert werden können.

Es gibt nun aber eine **Ausnahme**, wobei gewisse Zinserträge auf US Quellen keiner US Quellensteuer unterliegen und somit 100 % der Zinsen den schweizerischen Fonds gutgeschrieben werden können. Diese Ausnahme heisst «Portfolio Debt Exemption», wodurch bei **folgenden Zinsen eine vollständige Befreiung der US Quellensteuer** erzielt werden kann:

- Zinsen auf Obligationen mit einer Laufzeit von 183 Tagen und weniger,
- Zinsen auf Bankguthaben und
- sogenannte «Portfolioerträge».

Vereinfacht ausgedrückt gehören zu den «Portfolioerträgen» Zinsen auf Namenobligationen, sofern diese nicht abhängig von der Entwicklung des Emittenten sind (z.B. von Cash-Flow, Verkaufszahlen, Ertrag, Bewertung etc.). Inhaberobligationen können unter gewissen Voraussetzungen auch von dieser Quellensteuerbefreiung profitieren, sofern sie einerseits vor dem 19. März 2012 herausgegeben worden sind und weitere Bedingungen erfüllen (z.B. Veräusserung nur an Non-US Persons, Zinszahlungen nur ausserhalb der USA).

Schliesslich muss der Empfänger dieser Zinserträge auch gewisse Bedingungen erfüllen, damit es zu einer Befreiung der US Quellensteuer kommt. Die Fonds der LBSI erfüllen diese Voraussetzungen, da beispielsweise den Depotbanken unserer Fonds eine entsprechende Bestätigung (W8 Formular der US Steuerbehörde IRS) zur Klassifizierung unserer Fonds abgegeben wurde.

6. Offenlegung Soft Commissions

Die Einführung von MiFID II mit Beginn des Kalenderjahrs 2018 führt unter anderem zu wesentlichen Veränderungen im Bereich der «Inducements» bzw. führt dazu, dass insbesondere Broker mit Domizil im EWR künftig die Transaktionskosten in «Execution-only» und «Research» aufteilen. Das kann zu **Fragestellungen** bezüglich **Verrechenbarkeit der Researchkosten im schweizerischen Fonds** bzw. zur **Offenlegung von Soft Commissions** führen. Wir haben darüber schon in früheren Newsletter-Ausgaben berichtet. Aufgrund der hohen Relevanz sind nachfolgend die verschiedenen im Markt zu beobachtenden Umsetzungsvarianten und deren Auswirkungen nochmals erläutert.

A) Researchkosten weiterhin Bestandteil der Transaktionskosten

Sofern die Broker, mit welchen ein Fondsmanager zusammen arbeitet, die **Transaktionskosten unverändert** lassen bzw. diese weiterhin eine «Execution-only» und «Research» Komponente beinhalten, können diese im Schweizer Fonds **weiterhin** mit den **Transaktionskosten verrechnet werden**.

Hingegen muss **die Offenlegung von «Soft Commission»** bzw. «Soft Commission Agreements» **neu beurteilt werden**. Bisher wurden bei fehlenden diesbezüglichen schriftlichen Vereinbarungen offengelegt, dass solche auch nicht bestehen. Ab 2018 muss jedoch verifiziert werden, ob die dem Fonds verrechneten Transaktionskosten über den marktüblichen Transaktionskosten für «Execution-only» liegen. Ist dies der Fall, drängt sich die Offenlegung der Existenz von «Soft Commission» oder «Soft Commission Agreements» auf. Die LBSI wird diese Analyse im Verlaufe des Kalenderjahres 2018 vornehmen und mit den Fondsmanagern besprechen.

B) Researchkosten separat verrechnet

Sofern die Broker nur noch «Execution-only» mit den Transaktionskosten und allfällige Research Dienstleistungen separat verrechnen, ist abzuklären, wer diese Research Kosten künftig (ab 2018) bezahlen soll. Entscheidet sich der Fondsmanager seine bezogenen Research Dienstleistungen künftig selbst zu bezahlen, erübrigen sich weitere Abklärungen.

Sollten diese Researchkosten jedoch weiterhin dem Fonds belastet werden können, so sind diverse abwicklungstechnische Fragestellungen zu klären. Die Research Kosten werden von den Anbietern üblicherweise mit einem fixen jährlichen Betrag in Rechnung

gestellt und können so nicht dem schweizerischen Fonds belastet werden. Deshalb drängt sich die Aufsetzung eines «Research Payment Accounts» (RPA) auf, worauf mit jeder Transaktion im Fonds ein zuvor definierter Anteil der Transaktionskosten gutgeschrieben wird. Dieser zusätzliche Betrag wird im Fonds ebenfalls als «Transaktionskosten» belastet. Mit den Transaktionen wird das RPA geüfnet. Die Bezahlung der Researchkosten erfolgt dann über die auf dem RPA zur Verfügung stehenden Mittel.

In der Aufsetzung eines solchen RPA zeigen sich jedoch die operativen Schwierigkeiten, welche oft unterschätzt werden. Nachfolgend einige davon:

- Das RPA wird üblicherweise bei einem Broker geführt und muss auf den Namen des Asset Managers lauten bzw. gehört dann auch in seine Buchhaltung.
- Damit alle Kunden gleich behandelt werden, sind Research Budgets pro Kunde bzw. pro Kundengruppe mit der gleichen Anlagestrategie (und folglich gleichen Researchkosten) aufzusetzen.
- Die Transaktionen über diese RPA müssen überwacht und überprüft werden bzw. sind im Internen Kontrollsystem aufzunehmen.
- Eine schriftliche Regelung zur Verwendung solcher RPA ist aufzusetzen, worin beispielsweise der Prozess zur Budgetierung der Researchkosten und Verteilung deren auf die verschiedenen Mandate, die Beurteilung der Qualität des erhaltenen Researchs oder die Verwendung von zu viel eingenommenen Gebühren zu Gunsten des RPA beschrieben wird.
- Auch wird ein gewisser Interessenskonflikt generiert, indem die Transaktionsvolumen über die Höhe des RPA entscheiden. Deshalb muss auf diesen Interessenskonflikt eingegangen und erläutert werden, wie dieser beseitigt wird. Allenfalls ist auch eine Offenlegung dieses Interessenskonfliktes angezeigt.

Schliesslich ist festzuhalten, dass die Führung eines RPA zwingend zur **Offenlegung der Existenz von «Soft Commission» bzw. «Commission Sharing Agreements»** führt. Eine solche verlangte Offenlegung wird die LBSI im Verlaufe des Kalenderjahres 2018 in den Fondsprospekten im Bedarfsfall vornehmen.

Erweitertes Leistungsangebot

1. Runde 2 im Digitalisierungs-Marathon

Wir freuen uns, unsere Kunden und Geschäftspartner bereits Anfang 2018 über Neuerungen bei den LBSI Digital Services informieren können. Wir stellen Ihnen dann zusätzliche Funktionen auf unserer Website, im Dashboard innerhalb des passwortgeschützten Kundenportals sowie in der Mobile App vor.

2. FinfraG Veranstaltung mit PwC

In unserem Newsletter vom Juni 2017 haben wir erwähnt, bei Bedarf einen Workshop zu einzelnen Themen aus dem FinfraG und geführt von PwC zu organisieren. Einzelne Anfragen sind eingetroffen und spezifische Themenbereiche (z. B. Offenlegungspflichten, Meldepflichten bei Derivattransaktionen) gewünscht worden.

Deshalb haben wir mit PwC vereinbart, am Nachmittag des 25. Januar 2018 für ca. 1 – 2 Stunden einen Workshop durchzuführen. Wenige Plätze sind noch frei. Bitte melden Sie uns Ihre Teilnahme an.

B2B: Ihre Rubrik

Brand Management: der verkaufte Erfolgsfaktor von Finanzunternehmen

Wie können Unternehmen ihren Erfolg steigern? Ein im Finanzbereich oft übersehener Schlüsselfaktor ist das Brand Management. Dabei ist eine gut etablierte Marke die Basis grösserer Bekanntheit, besserer Kundenbindung und höherer Marge.

Der Nutzen von Brand Management

Unter Brand Management versteht man den Aufbau und die Pflege einer Marke. Sie soll das Unternehmen und seine Produkte kennzeichnen, differenzieren und auf eine Weise präsentieren, die dem Kern und Wesen des Unternehmens entspricht. Die Marke schafft Wiedererkennbarkeit und ermöglicht eine Positionierung der Produkte auf dem Markt. Sie stellt die Basis her, um die Bekanntheit bei Kunden und anderen Zielgruppen zu vergrössern. Häufig erlaubt eine gut etablierte Marke eine bessere Marge, da Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens zu höheren Preisen abgesetzt werden können. Die Konsum- und besonders die Luxusgüterindustrie haben diesen Mechanismus zur Perfektion weiter entwickelt. Nicht zuletzt hat ein Unternehmen, das selbst zu einer angesehenen Marke geworden ist, einen höheren Wert. Wo liegen bei all den Vorteilen die speziellen Herausforderungen für Finanzunternehmen, um Brand Management als Erfolgsfaktor zu nutzen?

Wie man für Dienstleistungen eine Marke schafft

Finanzunternehmen sind Dienstleister und stellen per Definition schwer fassbare, immaterielle Güter her. Das verführt dazu, klassische Branding-Instrumente wie Produktdesign oder Corporate Identity zu unterschätzen. Sie werden als Nebensache betrachtet und behandelt. Dabei müsste die umgekehrte Schlussfolgerung gezogen werden. Je weniger fassbar eine Leistung ist, umso mehr muss man über Möglichkeiten nachdenken, wie man trotzdem eine Marke schaffen kann. Je weniger Gelegenheiten es gibt, mit gutem Design einen Unterschied zu machen, umso mehr muss man diese nutzen. Nehmen wir das Beispiel Kundenreporting. Es ist ein sehr wichtiger Kommunikationskanal von Finanzunternehmen. Im Reporting werden die Dienstleistungen und das Unternehmen für den Kunden sichtbar und (dort wo man nach wie vor auf Papier gedruckte Reports verwendet) sogar physisch fassbar. Konsequenterweise muss das Reporting ein inhaltlich und formal perfektes Ergebnis und Erlebnis bieten, und wird somit zu einer ausgezeichneten Plattform für das (visuelle) Branding der Firma. Was wir über das Reporting gesagt haben, gilt analog für andere Gebiete und Instrumente. Das Spektrum reicht von der Visitenkarte und allem was (online oder print) produziert und veröffentlicht wird via die (Innen-)Architektur bis zu den Events und zum persönlichen Auftreten und den Kommunikationsfähigkeiten der Mitarbeiter. Das alles schafft und prägt die Marke eines Dienstleistungsunternehmens.

Verschmelzung von Inhalt und Form

Ursprünglich kommt das Wort Branding von den alten Brandzeichen, die zur Kennzeichnung von Eigentum gebraucht wurden. Doch das moderne Brand Management geht weit über das bloße Anbringen von Zeichen oder Logo hinaus. Das Ziel eines gelungenen Markenauftritts ist, dass Inhalt und Form verschmelzen. Nehmen wir zur Veranschaulichung nochmals das Beispiel Reporting: es reicht nicht, einen von Finanzspezialisten konzipierten Bericht zur Gestaltung an ein Grafikteam zu übergeben und mit dem Firmenlogo zu versehen. Es braucht – bereits in der Konzeption – eine intensive Teamarbeit verschiedener Disziplinen, inkl. der Design-, Kommunikations- und Brandingexperten. Dort gilt es Darstellungsarten, technische Möglichkeiten, Inhaltsangaben und Markenelemente einzubringen und so zu einer integrierten Lösung zu kommen. Ein gutes Beispiel, um das Potential solch interdisziplinärer Zusammenarbeit zu verstehen, ist die Arbeit von Apple. Denn iPod, iPhone oder iPad sind nicht von Ingenieuren oder Programmieren konzipierte Produkte, die hinterher mit einem ansprechenden Design versehen wurden. Vielmehr hat das Einbeziehen der Gestaltung von Beginn weg überhaupt erst zu den bahnbrechenden Resultaten geführt, die wir heute kennen. Aus dieser Analogie können wir in der Finanzbranche lernen. So ist es kein Zufall, dass gerade die Digitalisierung einen riesigen Schub im Bereich Brand Management ausgelöst hat, der verschiedenste Industrien und Bereiche berührt.

Digitalisierung als Treiber und als Chance

Die Digitalisierung führt nicht nur zur Veränderung und Neuentwicklung von Geschäftsmodellen. Mit der digitalen Welt vermehren sich Interaktions- und Manifestationsmöglichkeiten für Unternehmen, die grosse Auswirkungen auf das Brand Management haben. Das fängt mit der digitalen Kommunikation (E-Mail etc.) an und geht über digitale Präsentationsformen, Webpage und Social-Media-Präsenz bis zur digitalen Nutzung von Produkten und Dienstleistungen. Wenn ein Unternehmen eine entsprechende Präsenz aufbaut, stellen sich funktionelle und inhaltliche Fragen. Sie sind untrennbar mit der Qualität des Auftritts, seiner Gestaltung und der Markenführung verbunden. Die Qualität, mit der man das macht, ist leicht sichtbar. Eine negative Diskrepanz zur Konkurrenz wird einem drastisch vor Augen geführt. Umgekehrt hat man die Gelegenheit, sich zu differenzieren und positiv abzuheben. Kleine Unternehmen mögen sich die Frage stellen, wie sie angesichts beschränkter Mittel mit grossen mithalten können. Doch gerade digitale Instrumente erlauben dies, wenn man sie intelligent nutzt.

Branding mit Upside-Potential

Weshalb wird Brand Management von vielen Finanzunternehmen so stiefmütterlich behandelt? Die Kernkompetenz zur Erbringung der Leistungen in Finanzunternehmen beruht stark auf quantitativ und technisch ausgerichteten Finance-Themen. Das prägt das Profil und die Prioritäten der Menschen – bis zum Top-Management. Ziehen wir zum Vergleich nochmals das klassische Konsum- oder Luxusgütergeschäft bei. Dort gehört das Führen und Entwickeln von Marken essentiell zum Kerngeschäft. Aber im Finanzsektor kann man erfolgreich sein, ohne sich speziell darum zu kümmern. Doch wie wir gesehen haben ist professionelles Brand Management auch für Finanzunternehmen ein Erfolgsfaktor – er bietet ihnen ein grosses Upside-Potential.

Über den Verfasser

Der Kommunikationsexperte Stefan Bannwart hat langjährige Erfahrung in der Unternehmenskommunikation und in der Beratung hochrangiger Führungskräfte. Vor Gründung seiner eigenen Beratungsfirma, die schwerpunktmässig Kunden aus dem Finanzsektor betreut, war er unter anderem Kommunikationschef einer global operierenden Private Equity Firma und Leiter der Konzernmediensstelle der Credit Suisse Group. Stefan Bannwart verfügt über ein Lizentiat in Ökonomie der Universität Basel und ein MBA in International Luxury Brand Management der ESSEC, Paris.

Kontaktdaten:

Stefan Bannwart

Tel.: 044 382 80 80

E-Mail: sb@stefanbannwart.com

Website: www.stefanbannwart.com

Glossar

ESTV	Eidgenössische Steuerverwaltung (CH)
EWR	Europäischer Wirtschaftsraum
FinfraG	Finanzmarktinfrastrukturgesetz (CH)
FINMA	Eidgenössische Finanzmarktaufsicht (CH)
GDPR	General Data Protection Regulation (EU)
InvStG	Investmentsteuergesetz (D)
IRS	Internal Revenue Service (USA)
KAG	Kollektivanlagengesetz (CH)
LBSI	LB(Swiss) Investment AG
LEI	Legal Entity Identifier (CH/EU)
MiFID	Markets in Financial Instruments Directive (EU)
PRIIP	Packaged Retail and Insurance-based Investment Products (EU)
RPA	Research Payment Account (EU)
SEC	US Securities and Exchange Commission (USA)
SFAMA	Swiss Funds & Asset Management Association (CH)

Wenn Sie sich vom Newsletter abmelden möchten, schreiben Sie bitte eine E-Mail mit dem Betreff «unsubscribe» an [investment\(at\)lbswiss.ch](mailto:investment(at)lbswiss.ch)

Dieser Newsletter stellt eine Werbemitteilung dar. Er wurde mit grosser Sorgfalt entworfen und hergestellt, dennoch wird die Haftung auf Vorsatz und grobes Verschulden beschränkt. Änderungen vorbehalten.

Stand aller Informationen, Darstellungen und Erläuterungen: Dezember 2017, soweit nicht anders angegeben.

Herausgeber:
LB(Swiss) Investment AG
Claridenstrasse 20, Postfach, 8024 Zürich, Schweiz
Tel. +41 44 225 37 90, Fax +41 44 225 37 91

www.lbswiss.ch
www.kompetenzzentrum-kag.ch