

## startup

# Licht ins Private Banking

**Vermögensverwaltung** Matthias Hunn hat mit Finguide ein Portal lanciert, das Privatbankkunden den passenden Anbieter vermittelt. Für viele Kunden dürfte ein Wechsel Vorteile bringen.

PETER MANHART

## ► Die Business-Idee

Im neuen Jahr werden wohl einige Bankkunden frustriert auf den Performance-Auszug ihrer Vermögensverwaltungsmandate blicken. Ein Plus dürfte nur bei wenigen resultiert haben. Doch wohin wechseln? Unzufriedene Kunden wüssten oft gar nicht, welche Möglichkeiten ihnen offenstehen, erklärt Matthias Hunn, der Gründer und Inhaber der «Private Banking»-Vermittlungsplattform Finguide. Und weiter: «Kunden sind durch Beziehungen, Empfehlungen und Zufälle zu ihren Anbietern gekommen, eine Evaluation hat wohl meist nicht stattgefunden.» Denn vor der Lancierung von Finguide hatten wechselwillige Bankkunden keinen Zugang zu einem strukturierten Prozess, um den individuell passenden Anbieter auszuwählen.

Matthias Hunn hat das geändert. Und so funktioniert es: Der Erstkontakt geschieht online über einen Fragebogen. Dort werden die wichtigsten Bedürfnisse der Kunden abgefragt; anschliessend folgt eine persönliche Beratung. Die Kosten für die Beratung werden von den Anbietern bezahlt, die Vermittlungsprovision ist in jedem Fall gleich hoch. Der Service richtet sich an Personen mit einem investierbaren Vermögen von mehr als 500 000 Franken.

## ► Der Gründer

Matthias Hunn hat mehr als dreissig Jahre Erfahrung in der Finanzbranche: ZKB, SKA, Credit Suisse, AWD Schweiz und Migros Bank waren seine Arbeitgeber. Das Bankgeschäft hat er von der Pike auf gelernt, seine Karriere führte ihn bis in die Geschäftsebene der Genossenschaftsbank. Schwerpunkte seiner Tätigkeiten bildeten: Marktforschung, CRM, Kooperationen, Marketing, Produkte und Preise. Deshalb weiss er, wo und wie Gebühren «versteckt» werden. Dieses Wissen und die umfangreichen Kenntnisse des Schweizer Finanzplatzes helfen ihm, die Spreu vom Weizen bei den rund 250 Banken und rund 2500 unabhängigen Vermögensverwaltern zu trennen.

## ► Der Markt

Die Schweiz ist für die Vermögensverwaltungsbranche unverändert ein attrakti-

ver Standort: Gemäss einer Studie von Gaggemini leben 390 000 Millionäre hier. Da Finguide die Hürde bezüglich des Mindestvermögens für eine Beratung tiefer lege, adressiere das Angebot über 500 000 Kunden, sagt Hunn. Den Prozentsatz an wirklich unzufriedenen und wechselwilligen Kunden schätzt er auf 10 Prozent, was rund 50 000 Personen entspricht. Die grösste Herausforderung bleibt indes, bekannt zu machen, dass es diese Dienstleistung überhaupt gibt. Das Private Banking ist unverändert intransparent und geprägt von einer Wissens- und Informationsasymmetrie zwischen Banker und Kunden.

Momentan finden Kunden Finguide grossmehrerheitlich über Google. Deshalb investiert Hunn viel Zeit in Suchmaschinenoptimierung – und weil er unzufrieden mit der hohen Absprungrate war, hat er den Fragebogen, der initial ausgefüllt werden muss, deutlich verkürzt.



«Nichts ist geschehen, was ich nicht erwartet hätte, aber schneller gehen dürfte es.»

Matthias Hunn Gründer und Geschäftsführer Finguide

## DAS MEINT DER EXPERTE



«Die Wechselbereitschaft von Private-Banking-Kunden ist noch immer gering. Die Akquisition dieser Kunden scheint mir daher eine Herausforderung zu sein.»

Andreas Dietrich  
Hochschule Luzern

## ► Das Kapital

Das Gründungskapital im Umfang von 200 000 Franken stammt aus persönlichen Ersparnissen. Die ersten Monate hat Matthias Hunn darauf verzichtet, sich einen Lohn auszubezahlen. Seit dem Herbst bezieht er ein bescheidenes Salär. Die Aufnahme von Fremdkapital ist erst vorgesehen, wenn ein grösserer Wachstumsschub finanziert werden soll, etwa die langfristig angestrebte Internationalisierung.

## ► Die Chance

Das Private Banking ist nach wie vor klandestin. Doch Kunden verlangen bereits heute, bestimmt aber morgen eine bessere Vergleichbarkeit der Vermögensverwaltungsdienstleistungen inklusive der Performance von Mandaten. Matthias Hunn trifft mit Finguide also einen Nerv.

# News

## Nachhaltiges CO<sub>2</sub> in Valsler-Wasser

Climeworks steigt in den Getränkemarkt ein. Als erstes Unternehmen wird die zu Coca-Cola gehörende Valsler die neue Technologie von Climeworks nutzen, mit welcher CO<sub>2</sub> aus der Luft gewonnen und zur Verwendung in Getränken aufbereitet werden kann. Climeworks liefert reines, aus der Luft gefiltertes CO<sub>2</sub> an ihre Kunden, wobei sie ihnen gleichzeitig die Möglichkeit bietet, ihre Emissionen rückgängig zu machen. Diese Zusammenarbeit ermöglicht es Coca-Cola HBC Schweiz, das für kohlenstoffhaltige Getränke notwendige CO<sub>2</sub> von einer nachhaltigen Quelle zu beziehen.

## Männermesse vergibt Startup-Award

Die Messe Man's World lockt über 12 000 Besucher an. Nun wurde im Vorfeld der nächsten Austragung Ende Januar 2019 die dritte Man's World GO! Startup Challenge durchgeführt. Das Impact-Startup **Elephbo** hat sie gewonnen und erhält einen Sachpreis im Wert von 60 000 Franken. Elephbo verkauft Rucksäcke, Taschen, Schuhe und weitere Accessoires für Männer. Ein Grossteil des verwendeten Materials besteht aus gebrauchten Zementsäcken aus Kambodscha. Design werden die Produkte von Gründer Nicolas Huxley, produziert werden sie in Kambodscha, Bosnien und Portugal.

## Food-Jungfirmen vernetzen sich

Die Food-Startup-Szene in der Schweiz und dem deutschsprachigen Ausland ist zwei Dinge: gross und divers. Bislang fehlte es aber an internationalem Austausch und Kooperation. Das will der neu gegründete Verband für Food-Startups **Crowdfods** nun ändern. Die erste grosse Tätigkeit des Verbandes ist die Organisation der Konferenz Startup Bites Foodsummit19, die am 21. Februar stattfindet. Laut Veranstaltern werden rund 200 Teilnehmer aus der DACHLI-Region erwartet, wie das Portal Startupticker.ch berichtet.

# HARTE SCHALE – WEICHER KERN: WIE REAGIEREN WIR AUF NEUE VERHALTENSMUSTER?

GROUP OF FIFTEEN

20. SYMPOSIUM

30.1.2019 · 13.30–20.00 UHR TECHNOPARK ZÜRICH

WWW.GROUP-OF-FIFTEEN.CH

Medienpartner **Handelszeitung**