

Beratungssituationen ganz nützlich sein, vermögen aber nicht restlos zu überzeugen. Für einen ausgebildeten Finanzplaner gehen diese zu wenig tief und werden dementsprechend nicht verwendet und für den Einsatz durch die Relationship Manager im reinen Retailbereich sind sie hingegen zu aufwändig. Die im Kapitel 2.2 vorgestellten Anforderungen sind in den heute erhältlichen Software-Paketen zu wenig konsequent durchgesetzt. Hier besteht noch einiges an Potenzial bei den Anbietern.

Nachfolgend werden nun kurz die Anforderungen an solche Berechnungstools aus Sicht des Anwenders skizziert:

- **Schnell zu erstellen:** Eine Berechnung muss mit wenigen Eingaben und Mausklicks erstellt werden können und darf nicht länger als zwei, drei Minuten dauern. Solche Berechnungen werden in der Regel im Beisein des Kunden erstellt und dürfen dementsprechend nicht zu lange dauern.
- **„Easy to use“:** Die Erstellung darf kein Spezialisten Know-how beanspruchen; die Berechnungstools müssen von einem Relationship Manager bedienbar sein. Zudem sind die Berechnungen so auszulegen, dass auch Zusatzfragen auf Grund des Outputs nicht in Spezialgebiete führen, welche vom Relationship Manager nicht mehr direkt beantwortet werden können. Einsatz und Erklärung solcher Berechnungstools müssen von den Frontmitarbeitern vollständig alleine gehandhabt werden können.
- **Individualisierbar auf den Kunden:** Trotz einfacher und schneller Erstellung muss sich der Kunde in der Berechnung wiedererkennen können. Eine „theoretische“ sprich allgemein gültige Berechnung wird hier nicht ausreichen. Die Wiedererkennung, das heisst die Identifikation des Kunden mit dem Berechnungoutput, kann mit einfachen Mitteln erreicht werden. Der Name des Kunden muss im Output angedruckt werden. Zudem sind die Berechnungen mit einzelnen kundenspezifischen Parametern wie Alter, Geschlecht, individuelle Beiträge, etc. durchzuführen. Der Kunde erhält so mit geringem Aufwand einen Mehrwert, welcher für ihn vor allem subjektiv spürbar, durchaus aber auch objektiv vorhanden ist.
- **Professioneller Output:** Wie gerade postuliert, müssen die Berechnungen auf die individuelle Situation des Kunden angepasst werden. Erfahrbar wird dies durch den Kunden jeweils im Output. Hier muss sich der Kunde wiedererkennen. Eine professionell gestaltete Kundendokumentation ist aus dieser Optik sehr wichtig. Zudem muss sie weitgehend selbst erklärend sein, da die Zeit für zusätzliche Erklärungen, aber auch spätere Rückfragen eher knapp bemessen ist.

3.2 Upsizing

Wird Finanzplanung im Private Banking Kundensegment wie im Kapitel 2.1 beschrieben als Teil des Beratungskonzeptes eingesetzt, muss die Funktionalität bestehender Finanzplanungssoftware ausgebaut werden. Dieser Ausbau betrifft nicht a priori die Basisfunktionen wie Prognoserechnung oder das Definieren von Massnahmen, sondern es geht vielmehr darum, zusätzliche Jurisdiktionen, sprich