Die etwas andere Bankenkarriere

Sein Interesse für Geld erkannte Christian König schon früh – beim Monopoly-Spielen. Rasch war klar, dass er einmal mit Geld arbeiten wollte. Was lag da näher, als eine Bankenkarriere anzupeilen. Zunächst klappte alles nach Plan, doch mit der Finanzkrise kamen auch Zweifel. Heute ist der Alumnus der ZHAW School of Management and Law (SML) ein gefragter Experte für Finanzprodukte und Social Media.

Text: **Adrian Sulzer**

«Ich habe mich schon immer für Zahlen interessiert», sagt Christian König. Speziell fasziniert haben ihn seit jeher die Börse und alle Arten von Finanzprodukten. «Ich wusste schon mit 15, dass ich zu einer Bank möchte. Zuerst wollte ich Händler werden. Nachdem ich mich aber vertieft mit dem Jobprofil beschäftigt hatte, erschien mir das zu langweilig.» Nach einer Lehre bei einem Industriebetrieb klappte es mit dem Einstieg ins Bankgeschäft. «Ich kam mit 19 als Quereinsteiger zur UBS. Das war eine spannende Zeit. Die Fusion von SBG und Bankverein war eben erst erfolgt und die Dotcom-Blase noch am Wachsen.» Nach einigen Jahren bei der UBS entschied der gebürtige Meilener, sich weiteres Spezialwissen anzueignen und absolvierte ein Studium zum Betriebsökonomen FH (Vertiefung Banking and Finance) an der SML. «Ich habe die Zeit genossen und eine gute Grundlage für meine weitere Karriere gelegt. Zudem habe ich im Studium meine Lebenspartnerin kennengelernt, mit der ich inzwischen seit zehn Jahren zusammen bin.»

Master statt Bonus

Von 2005 bis 2007 absolvierte Christian König ein Masterstudium in Banking and Finance an der Hochschule St. Gallen (HSG). Dieses sei viel wissenschaftlicher gewesen. «An der HSG haben wir stärker mathematisch gearbeitet und zahlreiche wissenschaftliche Texte gelesen. Zum Teil hat mir die Praxisnähe gefehlt.» Trotzdem sei er mit seinem Betriebsökonomiestudium bestens vorbereitet gewesen und habe die berufsbegleitende Ausbildung ohne grosse Probleme gemeistert. Auch wenn er froh ist, den Master in St. Gallen absolviert zu haben, bedauert er, dass er damals nicht Vollzeit arbeiten konnte: «2005 und 2006 waren die besten Jahre an der Börse. Da konnte man als Banker richtig gut verdienen. Ich weiss nicht, ob es je wieder so sein wird.»

Kritische Töne

Als die Finanzkrise begann, arbeitete König an einem denkbar schlechten Ort, im Investmentbanking. «Das war ein sehr deprimierendes Jahr. Man hatte fast nichts zu tun. Die wenigen verbliebenen Kunden hatten fast alle Geld verloren. Viele hatten ihre Positionen zu lange gehalten und so täglich Verluste gemacht. Jedenfalls war die Motivation im Keller und das Arbeitsklima schlecht.» Ähnlich dürfte sich das damals bei vielen seiner Berufskollegen angehört haben. In dieser Zeit begann Christian König vermehrt auch kritisch über Banken zu denken. Viele der Probleme und Skandale, mit denen sich die Banken heute herumschlagen, sind laut König systembedingt. «Das System lässt dich nicht langfristig denken. Es zählt der kurzfristige Profit. Solange man seinen Job jeden Tag ver-

> «Viele der Probleme und Skandale, mit denen sich die Banken heute herumschlagen, sind systembedingt.»

«Zum Teil ist das Klima nicht sehr innovationsfreundlich. Vielleicht fühlen sich ältere Banker auch bedroht, wenn clevere Junge mit Drive kommen.»

lieren kann, hat man wenig Anreiz, langfristige Strategien zu verfolgen.» Wenn er heute Berichte über mangelnde Ethik oder Egoismus im Bankgeschäft liest, so erstaunt ihn das nicht. «Man muss aber differenzieren. Die Schweiz lässt sich nicht mit Grossbritannien und den USA in einen Topf werfen. Dort läuft es schon etwas anders.» Auch dürfe man wegen Einzelfällen nicht die ganze Branche in Verruf bringen: «Es gibt viele gute und fleissige Banker, die einen prima Job machen. Viele davon verdienen nicht überdurchschnittlich gut. Es ist unfair, alle unter Generalverdacht zu stellen.»

Selbstständig innovativ arbeiten

Über die meisten ehemaligen Kolleginnen und Kollegen weiss Christian König nur Gutes zu berichten. «Man arbeitet mit vielen intellektuell interessanten Menschen zusammen.» Leider würden einige Banken das Potenzial ihrer Angestellten nicht richtig nutzen. Persönlich vielleicht am meisten gestört hat ihn, wenn junge Angestellte ihre Fähigkeiten nicht zur Geltung bringen konnten. «Viele sind topmotiviert und haben einen prall gefüllten Rucksack mit Wissen und Ideen. Die Banken schöpfen das aber nicht ab. Zum Teil ist das Klima nicht sehr innovationsfreundlich. Vielleicht fühlen sich ältere Banker auch bedroht, wenn clevere Junge mit Drive kommen.» Zuletzt war König als Director bei einem führenden Finanzprodukt-Emittenten tätig, wo er mit Arbeit und Team – eigentlich mit allem – sehr zufrieden war. Doch er vermisste die Innovationsfreude. So kam es, dass er sich 2012 selbstständig machte, um zwei ausgeprägte Interessen zu verbinden: Finanz-

produkte und Online-Marketing bzw. Social Media. «Ich konnte hier eine attraktive Nische besetzen. Beim Thema Social Media befinden sich zahlreiche Schweizer Banken noch in der Steinzeit. Viele haben noch nicht mal ein systematisches Online-Monitoring.» Königs Augen leuchten, wenn er von den Chancen im Social Web spricht: «Community Building und Content Management im Internet wird auch für Finanzunternehmen immer wichtiger, denn Anleger tauschen sich online aus.» Bereits im Investmentbanking erkannte er, welchen Einfluss Online-Aktivitäten auf das Anlegerverhalten haben können. «Wenn einflussreiche Personen, also Multiplikatoren, in Finanzforen unsere Produkte empfahlen, so merkte man das bei der Nachfrage

> «Beim Thema Social Media befinden sich zahlreiche Schweizer Banken noch in der Steinzeit. Viele haben noch nicht mal ein systematisches Online-Monitoring.»

direkt. Auch gibt es in Deutschland bereits Plattformen, auf denen man Finanzberater namentlich bewerten kann.» Im Web lässt sich die Reputation mittels Dialog, guter Inhalte oder spezifischer Dienstleistungen weitaus günstiger fördern als durch klassische Werbung. An erfolgreichen Fallstudien mangelt es jedenfalls nicht. Schliesslich ist man in Ländern wie Deutschland, England oder den USA schon viel weiter. König nennt als Beispiel die Fidor Bank, eine internetbasierte Direktbank nach den Prinzipien des Web 2.0.

Überzeugungsarbeit leisten

Viele Schweizer Banken agieren aber sehr zurückhaltend. Neben kulturellen Faktoren sind wohl juristische Bedenken ein Grund dafür. Hier sei Überzeugungsarbeit nötig. Allerdings: Viele Ängste basieren auf Unwissen. «Wenn man mit den Leuten spricht, ihnen transparent die Chancen und Risiken aufzeigt, dann merken sie, dass ihre Bedenken grösstenteils unbegründet sind.» König berichtet von einer Bank, wo der Entscheid, im Social Web aktiv zu werden, von einer Person abhing. Diese habe sich lange nicht für das Thema interessiert. Als sie sich dann damit zu beschäftigen begann, sei plötzlich alles ganz schnell vorwärtsgegangen. König ist überzeugt, dass progressive Banken, die als First Mover das Social Web nutzen, grosse Chancen haben. Chancen, die auch er für sich genutzt hat. Schliesslich gibt es hierzulande kaum jemanden, der

> «Progressive Banken, die das Social Web nutzen, haben grosse Chancen.»

die Themen Finanzprodukte und Social Web so gekonnt miteinander verknüpft. Folglich wird Christian König in den Medien oft als Experte befragt und seine Beiträge auf finanzprodukt.ch werden regelmässig von Wirtschaftsjournalisten zitiert. Selber empfiehlt er die Blogs von Dirk Elsner (blicklog.com) und Lothar Lochmaier (lochmaier.wordpress.com) sowie das Buch «Bank 2.0» von Brett King als Lektüre.

Christian König
Christian König ist Gründer der Finanzpro GmbH, mit der er auch Finanzprodukt-Anbieter bei Social-Media-Strategien unterstützt. Er beschäftigt sich seit 15 Jahren mit Finanzprodukten und konzentriert sich seit 2008 stark auf Social Media und Finance-2.0.-Lösungen. Auf Twitter findet man ihn unter @finanzprodukt.

Adrian Sulzer
Adrian Sulzer ist Leiter Kommunikation der ZHAW School of Management and Law. Er hat an der ZHAW Journalismus und Organisationskommunikation studiert sowie einen MAS in Communication Management and Leadership absolviert.