

Reto Ringger: «Globalance-Kunden sind die 'early movers'»

Mittwoch, 14. November 2018 11:37

Reto Ringger, CEO und Mitgründer der Globalance Bank, will nachhaltiges Investieren für seine Kunden erlebbar machen. Im Interview mit *finews.ch-TV* erklärt er, warum er Netflix und Spotify zum Vorbild nimmt.

Den Nachhaltigkeits-Boom im globalen Anlagegeschäft beobachtet **Reto Ringger**, CEO und Mitgründer der Globalance Bank, mit gemischten Gefühlen, wie er im Interview mit *finews.ch-TV* einräumt.

zTCIQCFaX4

Mit neuen Anbietern im Markt sei der Wettbewerb für die Globalance Bank sicher auch härter geworden. «Doch die verstärkte Nachfrage führt auch dazu, dass sich im Bereich nachhaltige und ESG-Investments die Spreu vom Weizen trennt», sagt Ringger, der mit der Globalance Bank bereits im Jahr 2011 auf diese Nische gesetzt hat.

Eine Milliarde in Griffweite

2011 startete die Bank ohne einen einzigen Privatkunden, im kommenden Jahr werde die Milliardengrenze bei den verwalteten Vermögen wohl erreicht, hofft Ringger. Einen Wachstumstreiber sieht er in Kooperationen, «denn nicht alle Banken können oder wollen das Thema Nachhaltigkeit selber bearbeiten».

Globalance arbeitet in Deutschland beispielsweise mit Bayern Invest im institutionellen Geschäft sowie mit der Hamburger Bank Donner & Reuschel im Privatkundengeschäft zusammen.

Nicht nur das Produkt, sondern die Philosophie zählt

Fokus und Differenzierung seien die grossen Wettbewerbsvorteile, welche die Globalance Bank ihren Kunden bieten könne. «Wir verkaufen nicht nur das Produkt Nachhaltigkeit, sondern die Philosophie der Bank», erklärt Ringger.

Während Nachhaltigkeits- und Impact-Investments bei grossen Anbietern meistens nur eine Produktegruppe darstellen, die mit viel Marketing verkauft wird, wird bei Globalance Nachhaltigkeit über die ganze Wertschöpfungskette und alle Berührungspunkte mit dem Kunden abgebildet.

Geschäftsmodell verteidigen

Reto Ringger: «Globalance-Kunden sind die 'early movers'»

Mittwoch, 14. November 2018 11:37

Das werde gesucht, so Ringger. «Unsere Kunden sind vor allem die 'early movers' und speziell auch Frauen, die genau wissen wollen, was mit ihrem Geld geschieht.»

Dass durch den Neueintritt von grossen Asset Managern in den Nachhaltigkeitsmarkt die Margen zunehmend unter Druck geraten, beschäftigt Ringger weniger als die Gefahr von echten Disruptoren à la Amazon oder Uber. «Wir müssen nicht die Margen verteidigen, sondern unser Geschäftsmodell.»

Viel Potenzial im Schaffen einer Customer Experience

Globalance tut dies, indem die Bank stark auf die Kundeninteraktion setzt. «Wenn wir die Customer Experience für den Kunden beim Reporting eine Bank mit anderen Branchen und Internetunternehmen wie Netflix, Uber oder Spotify vergleichen, sind wir noch weit weg», konstatiert Ringger.

Doch würden die digitalen Möglichkeiten hier unheimlich viel Potenzial für neue Entwicklungen bieten. «Hier sind wir als kleiner Anbieter im Vorteil», ist Ringger überzeugt.

Sehen Sie hier das [ganze Video-Interview mit Reto Ringger](#).