

## Wandel in der Beschäftigung des Schweizer Retail Banking

### Management Summary

Volatilere Rahmenbedingungen, stärkere Regulierungsanforderungen, neue Technologien, Margendruck und die Veränderung des Kundenverhaltens führen zu grundlegenden Veränderungen im Retail Banking. Veränderungen sind auch in der Beschäftigung sichtbar: aktuell gibt es fast 70 Prozent mehr offene Stellen im Retail Banking als noch vor einem Jahr – die Nachfrage nach Mitarbeitern im Schweizer Retailgeschäft ist stark angestiegen. Die Problematik des Fachkräftemangels zeigt sich in der Arbeitsüberlastung bestehender Mitarbeitern, dem Rückgang der Bewerbungen und die Reduktion der Qualität der Dienstleistungen.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es, herauszufinden, weshalb das Schweizer Retail Banking als Arbeitgeber an Attraktivität verloren hat. Weiter soll untersucht werden, welche Massnahmen ergriffen werden müssen, um die Attraktivität des Retail Bankings zu erhöhen um so den Fachkräftemangel nachhaltig zu reduzieren.

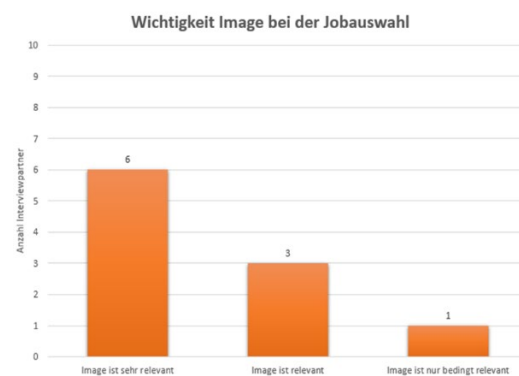
Dazu wurden zehn qualifizierte Interviewpartner der beiden Grossbanken UBS und Credit Suisse befragt. Mittels qualitativer Forschung konnte das theoretische Vorwissen mit den Ergebnissen der Interviews bestätigt, dementiert und ergänzt werden.

Die Untersuchung zeigt, dass die Bankbranche unter Imageschäden leidet. Neben dem schlechten Image und der falschen externen Wahrnehmung der Branche wurden auch der Stress aufgrund fehlender personeller Ressourcen und der Verkaufsdruck erwähnt. Auf eine Gesellschaft mit erhöhtem Work-Life-Balance-Bewusstsein wirken die erwähnten Eigenschaften unattraktiv. Auch die verstärkten Regularien führen zu mehr Arbeitsaufwand für die Mitarbeiter und sind ebenfalls ein Grund für den Verlust der Attraktivität.

Mittels Marketingmassnahmen und einem neuen Erscheinungsbild soll das Image verbessert werden. Die Überarbeitung der Leistungsziele und der individuellen Gratifikation können eine weitere Lösung bieten. Des Weiteren ist ein gezieltes Generationenmanagement notwendig. Das Forschungsergebnis zeigt, dass mittels Erkennen der Bedürfnisse der einzelnen Generationen und der gezielten Betreuung, die bestehenden Mitarbeiter erhalten bleiben und neue dazu gewonnen werden können.

**Abbildung:** Wichtigkeit Image bei der Jobauswahl

*Alle Interviewpartner sind der Meinung, dass das Image der Banken einen Einfluss auf die Attraktivität des Berufs hat. Die Entscheidung, ob man sich für eine Firma bewirbt oder nicht, hängt von der Reputation der Marke ab.*



**Autor:** Tania Paiva  
**Referent:** Adalbert Jung

