



Illustration: UBS

Firmengründungen

«Digitale Starthilfe für Jungunternehmer»

Mit UBS Start Business hat UBS im Sommer eine Plattform mit eigenem Bankpaket und umfangreichen Partnerangeboten lanciert. Warum und wie die Bank Start-ups und Jungunternehmer unterstützt, erklärt Christian Mähr, seit 2018 Leiter Digital Corporate Bank von UBS, im Interview.

27.11.2019

Von Michael Baumann

Mit der Digital Corporate Bank fokussieren Sie auf kleinere und mittelgrosse Unternehmen (KMU). Welche Bedeutung haben diese Firmen in der Schweiz?

Wir haben in unserem Land rund 520 000 Kleinunternehmen mit einem bis neun Mitarbeitenden. Das sind etwa 90 Prozent aller Firmen. Die 200 grössten Unternehmen der Schweiz unterhalten quasi alle eine Geschäftsbeziehung mit UBS. Das gilt auch für die Hälfte der mittelgrossen Unternehmen und für einen Viertel der kleinen KMU. Unser Ziel ist es, diese Position zu festigen, indem wir uns verstärkt den kleineren Unternehmen und den Start-ups zuwenden. Dank weitreichender Massnahmen in der Digitalisierung unserer Prozesse und Lösungen können wir dieses Kundensegment heute gezielter bedienen als früher.

Wie hat sich die Zahl der Neugründungen in letzter Zeit entwickelt?

Stetig nach oben. Von Januar bis Mitte November gab es 2019 rund 34 000 Neugründungen bei den AG, GmbH und Einzelfirmen, was im Vorjahresvergleich einer Steigerung um 3 Prozent entspricht. Im Moment ist viel Energie da. Das hat sicher mit der aktuell guten Wirtschaftslage zu tun. Viele Industrien sind nach wie vor am Wachsen, etwa die Baubranche. Dann glaube ich auch, dass wir es mit einer neuen Generation zu tun haben, die ins Arbeitsleben eintritt und sich selber verwirklichen will. Diese Generation hat eigene Ideen und will ihr eigener Chef sein. Zudem ist Kapital gegenwärtig gut verfügbar und günstig zu bekommen.

Was ist eigentlich ein typisches Jungunternehmen?

Das Spektrum ist sehr breit. Es beginnt mit dem Glaser, dem Schreiner oder dem Gipser, die sich selbständig



machen, und geht bis zu einem ETH- oder EPFL-Spin-off. Wir haben uns viele Gedanken darüber gemacht, wie wir die einzelnen Gruppen abholen können. Viele Bedürfnisse sind bei allen gleich. Jeder muss zum Beispiel Zahlungen über ein E-Banking-Konto abwickeln. Jeder braucht eine Kreditkarte, um online und offline einkaufen zu können. Unterschiede treten aber je nach Geschäftsmodell und internationaler Ausrichtung bei der Kapitalbeschaffung auf. Ein ETH-Spin-off, das in einem boomenden Markt unterwegs ist, braucht schnell viel Kapital, ohne dass am Anfang auch nur ein Franken verdient wird. Ein Bäcker, der ein eigenes Geschäft aufmacht, erzielt hingegen schon vom ersten Tag an einen Umsatz. Mit unseren Basisdienstleistungen wollen wir bewusst für alle da sein. Spezifische Bedürfnisse decken wir im Firmenkundengeschäft mit der persönlichen Beratung ab. Wir wollen Technologie und persönliche Beratung auf höchstem Niveau effizient miteinander verbinden – «High Tech» und «Human Touch». So bleiben die persönlichen Ansprechpartner für komplexere Finanzfragen entscheidend.

Woher wissen Sie, was für alle wichtig ist?

Wir machen regelmässig ein «Needs-Assessment» bei Kunden und Nichtkunden, unter anderem, um zu erfahren, was für Jungunternehmer im Gründungsprozess wichtig ist. Da stehen Themen wie Arbeitsplatz und Infrastruktur, Geschäftsmodell-Workshops und Beratung im Gründungsprozess im Vordergrund. Gleichzeitig zeigt sich, dass Jungunternehmer und Selbstständige heute mit einem ganzheitlichen Produkt angesprochen werden möchten. Was wir 2019 mit UBS Start Business aufgesetzt haben, bildet diese Bedürfnisse ab.

Was hat sich im Vergleich zu früher geändert?

Das KMU-Geschäft haben wir schon immer gemacht. Früher lag der Fokus aber auf den «Rising Stars», den Unternehmen, die schnell und erfolgreich wachsen. Bis jetzt hatten wir kein dezidiertes Angebot für alle Jungunternehmer. Dazu zählen wir Firmen, die maximal drei Jahre alt sind. Hier haben wir ein Angebot geschaffen, mit dem wir alle Kunden begeistern können.

Was bietet UBS Jungunternehmern konkret an?

UBS Start Business geht weit über ein klassisches Bankangebot hinaus. Es bietet viele attraktive Vorteile: digitale Buchhaltung, einen Gründungsservice, Mentoring beim Erstellen eines Business-Plans und viele Extras mehr. Besonders wichtig für Gründer und Jungunternehmer ist in einer ersten Phase aber sicher der Preisaspekt: Unser Paket beinhaltet ein kostenloses Kapitaleinzahlungskonto sowie im ersten Jahr kostenfreie Karten und Kontoführung.

Wie reagiert der Markt darauf?

Heute können wir einen substanziellen Anteil der Neugründungen begleiten. Mit Blick auf die Zukunft sehe ich zusätzliche Opportunitäten, denn für eine Kontoeröffnung muss man nicht mehr unbedingt eine Bankgeschäftsstelle in der Region aufsuchen. Natürlich wird es immer eine Kundengruppe geben, die lokal verankert ist und einen Bankschalter wünscht. Aber durch die Digitalisierung erwarten immer mehr Kunden, dass das Basisangebot über Computer und Smartphone funktioniert. Wir möchten der Schweizer Wirtschaft aber auch etwas zurückgeben. Darum haben wir zum Beispiel Anfang Jahr einen Wettbewerb für KMU lanciert, bei dem sie einen Werbeauftritt auf den E-Screens in unseren Geschäftsstellen gewinnen konnten. Für die 80 Plätze gingen mehr als 1200 Bewerbungen ein.

Welche Kundenvorschläge haben Sie schon umgesetzt?

Viele neue Firmen müssen schon früh grössere Online-Zahlungen machen, sind aber noch nicht kreditfähig. Deshalb haben wir als erste Schweizer Bank eine Prepaid-Kreditkarte speziell für Start-ups und Kleinunternehmen lanciert. Jungunternehmer laden die Karte vor dem Einsatz mit einem frei wählbaren Betrag auf und bezahlen



danach wie mit einer gewöhnlichen Kreditkarte – weltweit und online. Insbesondere dank der Etablierung unserer Digital Factory mit 500 Mitarbeitenden in Zürich sind wir in der Lage, zeitnah Neues umzusetzen.

UBS bietet auch einen Security-Check an. Was hat es damit auf sich?

Je digitaler etwas wird, desto unwohler fühlen sich viele Kunden. Sie sind unsicher, wohin ihre Daten gehen und was mit diesen passiert. Bei allen Schnittstellen im E-Banking sind wir schon an vorderster Front dabei, wenn es um Sicherheit geht. Denn das Bankwesen hat viel mit Vertrauen zu tun. Die meisten Lücken entstehen aber auf Kundenseite. Deshalb informieren wir die UBS-Start-Business-Kunden proaktiv über den Security-Check. Banal, aber wichtig ist etwa, wie man ein Passwort kreiert, wie und wo man es speichert und wem man es gibt. Dazu gibt es dann Zusatzangebote von Dritten, wenn man zu einem Thema mehr wissen will. Auch die sind sehr beliebt.

Welche Partner sind bei UBS Start Business dabei?

Wir haben rund um die Kernthemen von Gründern eine Vielzahl von ausgewählten Partnern an Bord. Nehmen Sie zum Beispiel das Thema Arbeitsplatz. Viele Neugründer können sich noch kein Büro leisten, wollen aber auch nicht zu Hause arbeiten. Heutzutage gibt es viele Co-Working-Space-Angebote. Unser Partner ist die landesweit tätige Firma Impact Hub. Dank UBS Start Business erhalten Selbständige bei Impact Hub ein Büro für drei Monate zum Preis von zwei. Zudem arbeiten wir bei Patentfragen mit dem Institut für geistiges Eigentum zusammen, mit Anbietern von Business Software für Buchhaltungsfragen, mit Sum Up für Bezahlösungen, mit Legal Go im Bereich Gründungsservices oder mit Startup Academy bei der Validierung der Geschäftsideen. Weitere Partner werden dazukommen, von denen wir glauben, dass sie in der Startphase wichtig sind und die Kunden entlasten können, damit sie sich auf ihre Kernkompetenz konzentrieren können.

Wie gross ist die Nachfrage nach UBS Start Business?

Bei den Neukunden haben wir 2019 netto im vierstelligen Bereich zugelegt – mehr, als wir uns erhofft hatten. Das freut mich, denn es zeigt, dass unser Angebot ein klares Bedürfnis bedient. Demnächst werden wir in den Bereichen Finanzierung und Zahlungen neue Lösungen anbieten und die Zusatzangebote ausbauen.

Christian Mähr , Leiter Digital Corporate Bank UBS Schweiz.