



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
www.sonntagszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 201'738
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 215.020
Abo-Nr.: 1089151
Seite: 38
Fläche: 92'637 mm²



Waterlounge
für Angestellte:
Google trockenet
als Arbeitgeber
die Banken ab

Foto: EQ Images

Kreative Köpfe meiden die Banken

Die von der Finanzbranche dringend benötigten jungen Talente heuern lieber bei Google und Co. an – die Banken verlieren bei Studenten stetig an Beliebtheit

Erich Bürgler

Zürich So richtig beliebt waren sie ja noch nie, die Banker. Doch was Kindern zum Stichwort Bankangestellte mittlerweile spontan einfällt, zeichnet ein deprimierendes Bild des einst geachteten Berufsstands. «Die sind nicht ehrlich», sagt ein Knabe. «Das sind Egoisten», kommentiert ein Mädchen. Ein anderer Schüler kommt zum Schluss: «Banker haben keine Freunde und trinken viel Alkohol, um das zu vergessen.»

Was witzig daherkommt, hat einen ernsten Hintergrund. Die Szenen stammen aus einem Werbespot des belgischen Bankenverbands, der sich Sorgen um den Ruf der Branche beim Nachwuchs macht. Weltweit sinkt die Belieb-

heit von Banken als Arbeitgeber bei Studenten seit Jahren, zeigt eine Studie des Beratungsunternehmens Deloitte. Über 200 000 Studenten wurden dazu befragt.

Das Resultat ist für die Finanzbranche niederschmetternd. Sie verliert bei Jungen stetig an Beliebtheit, während innovative Technologiekonzerne wie Google an Attraktivität gewinnen. Dort locken Arbeitsplätze mit angehängten Chill-out-Lounges und einem botanischen Garten statt Krawattenzwang und Grossraumbüro. Das spürten auch Banken hierzulande, sagt Stephan Surber, Leiter des Stellenvermittlers Page Executive Schweiz. «Banken haben zunehmend Mühe, junge talentierte Leu-

te anzuziehen.» Es gibt gleich mehrere Gründe, die Geldhäuser als Arbeitgeber zu meiden. Die junge Generation sei geprägt von zahlreichen Bankskandalen und dem Rechtsstreit mit den USA. Das schrecke ab, sagt Surber. Die Stelle bei einer Bank habe aber auch an Reiz verloren, weil die Freiheiten der Mitarbeiter durch regulatorische Auflagen immer stärker beschnitten würden. «Es erscheint nicht sehr verlockend, den Grossteil des Tages irgendwelche Formulare auszufüllen und Compliance-Trainings zu durchlaufen», sagt Surber. Von Kundenberatern ist zu hören, dass sie gegen 40 Prozent ihrer Zeit mit solchen Aufgaben verbringen.

te anzuziehen.» Es gibt gleich mehrere Gründe, die Geldhäuser als Arbeitgeber zu meiden. Die junge Generation sei geprägt von zahlreichen Bankskandalen und dem Rechtsstreit mit den USA. Das schrecke ab, sagt Surber. Die Stelle bei einer Bank habe aber auch an Reiz verloren, weil die Freiheiten der Mitarbeiter durch regulatorische Auflagen immer stärker beschnitten würden. «Es erscheint nicht sehr verlockend, den Grossteil des Tages irgendwelche Formulare auszufüllen und Compliance-Trainings zu durchlaufen», sagt Surber. Von Kundenberatern ist zu hören, dass sie gegen 40 Prozent ihrer Zeit mit solchen Aufgaben verbringen.



SonntagsZeitung
8021 Zürich
044/ 248 40 40
www.sonntagszeitung.ch

Medienart: Print
Medientyp: Tages- und Wochenpresse
Auflage: 201'738
Erscheinungsweise: wöchentlich

Themen-Nr.: 215.020
Abo-Nr.: 1089151
Seite: 38
Fläche: 92'637 mm²

Die Bankiervereinigung sieht die Lage entspannter als ihr belgisches Pendant. «Bei Schweizer Studenten gehören Banken nach wie vor zu den gefragtesten Arbeitgebern», sagt eine Sprecherin. Die Grossbanken UBS und Credit Suisse rangieren in den hiesigen Umfragen tatsächlich weit oben auf der Wunschliste der Studenten.

Banken ziehen die Langweiler an statt die Macher

Doch Experten wie der Schweizer Ökonom Bruno Frey bezweifeln, ob sich auch diejenigen bei den Finanzhäusern bewerben, die neue Ideen bringen. «Banken ziehen tendenziell eher die Langweiler an als die Macher, die ein Unternehmen vorwärtsbringen», sagt Frey. Die Zeiten, als die mit Milliarden jonglierenden Banker eine Aura der Macht umgab und sie stille Bewunderung auslösten, sind vorbei. «Das Bild der Banker als Masters of the Universe ist verbleicht. Heute sind Experten für künstliche Intelligenz und Informationstechnologie die Stars der Arbeitswelt», sagt Frey.

Dabei hätten die Banken gerade jetzt die besten Talente dringend nötig. Technologiekonzerne sind nicht nur in Sachen Mitarbeiter Konkurrenten. Facebook, Google und Co., aber auch neue, auf Finanztechnologie spezialisierte Firmen machen sich daran, mit neuen Geschäftsmodellen den traditionellen Geldhäusern das Wasser abzugraben. Diese Herausforderer seien eine klare Bedrohung für die Bankenwelt, meint Damien Leurent, Bankenspezialist bei Deloitte. Als Antwort müssten die Banken Wege finden, um mehr innovative Mitarbeiter anzulocken.

Doch es passiert genau das Gegenteil. Laut der Deloitte-Studie gehen die Konservativen zur Bank,

nicht die Erneuerer. «Der Talentpool für die Banken wird kleiner, und noch beunruhigender ist, dass Studenten, die sich für eine Stelle bei einer Bank interessieren, Innovation, Kreativität oder Dynamik wenig Wert beimessen», so Leurent. Die Befragungen zeigen, dass an einer Bankstelle interessierte Studenten stattdessen überdurchschnittlich stark auf ein hohes zukünftiges Einkommen setzen. Wem hingegen ein innovativer Arbeitgeber wichtig ist, bewirbt sich laut der Studie bei Unternehmen anderer Branchen. «Diese Ergebnisse sollten ein Weckruf für die Banken sein», sagt der Deloitte-Experte.

Gefragt sind Ingenieure statt Betriebsökonomern

Die Personalverantwortliche einer Grossbank räumt die Herausforderungen bei der Rekrutierung ein. Man brauche heute andere Mitarbeiter. Eher Ingenieure und Physiker als Betriebsökonomern. Die kreativen Köpfe müsse man davon überzeugen, dass sie gerade bei den Banken sehr viel bewegen könnten, weil die digitale Umwälzung in vollem Gang sei.

Doch die Finanzinstitute müssen noch viel Überzeugungsarbeit leisten. Sie gelten bei Studenten als konservativ. Der graue Bankalltag steht der bunten Welt der neuen Technologie gegenüber. Das angeschlagene Image in der Öffentlichkeit macht die Aufgabe nicht leichter. «Früher haben die Eltern ihre Kinder noch dazu animiert, bei einer Bank zu arbeiten. Heute ist eher das Gegenteil der Fall», sagt Headhunter Stephan Surber. Der belgische Bankenverband zieht in seinem Werbespot ein drastisches Fazit: «Wenn wir heute unseren Ruf nicht ändern, haben wir morgen kein Banking mehr.»

Die Beliebtheit der Banken schwindet

Häufigkeit der von Wirtschaftsstudenten genannten Branchen bei der Wahl ihrer bevorzugten Arbeitgeber

