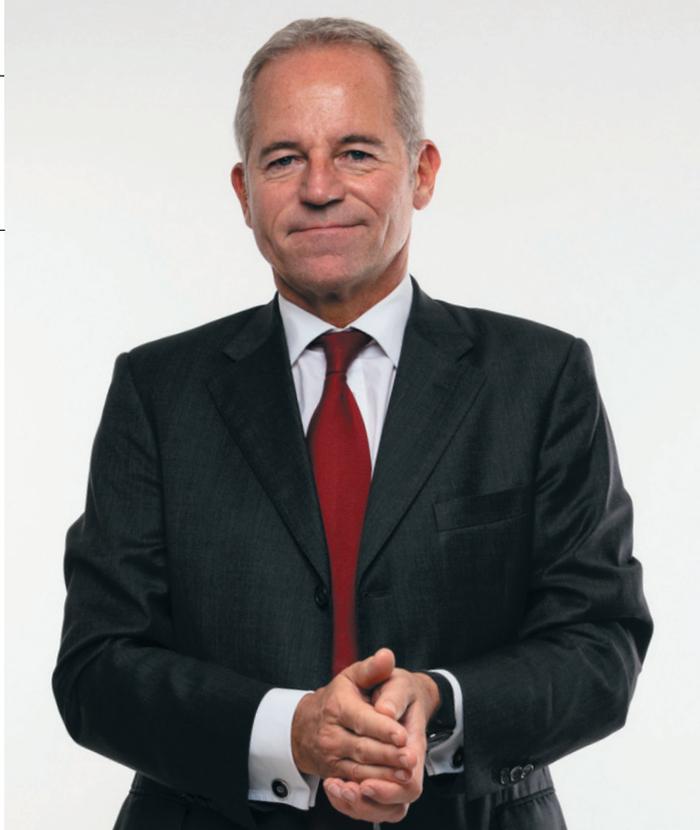


Patrick Voegeli begann seine Laufbahn auf den Kapitalmärkten mit Stellen bei UBS, Unigestion und JP Morgan, zunächst als Trader und später im Verkauf. 1991 ging er zu Paribas, wo er 1999 die Leitung der Zürcher Filiale übernahm und 2016 zum CEO des Bereichs Corporate and Institutional Banking ernannt wurde. Unter seiner Leitung wurde BNP Paribas eine erstrangige Bank auf den Schweizer Kapitalmärkten. Im September 2020 ging Patrick Voegeli zur Vermögensverwaltungsgesellschaft Cité Gestion, um deren Geschäftsmodell in der deutschsprachigen Schweiz zu entwickeln.



PATRICK VOEGELI

PARTNER, CITE GESTION

„WAS UNS UNTERSCHIEDET IST HÖCHSTE REAKTIVITÄT“

Cité Gestion will ihr Geschäft in Zürich beschleunigt ausbauen. Der kürzlich zum Partner der Vermögensverwaltungsgesellschaft ernannte Patrick Voegeli hat die Aufgabe, zu diesem Wachstum beizutragen, indem er den Privatkundenstamm durch die Fokussierung auf Unternehmer erweitert, insbesondere durch einen produktbasierten Ansatz. Ein paar erläuternde Worte.

Weshalb wollten Sie die Herausforderung Cité Gestion annehmen?

■ Meine gesamte Laufbahn über habe ich für Grossbanken gearbeitet. Aber im Grunde habe ich immer davon geträumt, unabhängig zu sein. Im Rahmen meiner verschiedenen Tätigkeiten habe ich viele Unternehmer kennen gelernt. Ihre Karriere, ihren Mut, ihr Flair und schliesslich ihren Erfolg habe ich immer bewundert.

Partner von Cité Gestion zu werden war schon immer mein Traum. Über diese Unabhängigkeit zu verfügen, das ist ein ganz anderes Leben!

Was können Sie einer Gesellschaft wie Cité Gestion bieten?

■ Ich stand 20 Jahre lang an der Spitze von BNP Paribas in Zürich und meine Aufgabe bestand in der Kundenentwicklung in der

„Unsere Vermögensverwalter verfügen über weitgehende Unabhängigkeit, ihre Aufgabenstellung ist klar, sie können sich auf umfassenden Support stützen und vor allem: Wir vertrauen ihnen.“

„Ausserdem ist es nicht Ziel unserer Manager, bei ihren Kunden hauseigene Produkte zu platzieren. Es gibt also keinen Interessenkonflikt zwischen dem Wohl des Kunden und dem unserer Gesellschaft.“

deutschsprachigen Schweiz. Ich kenne diese Kundschaft sehr gut. Ich verfüge zudem über weitreichende Erfahrung in der stetigen Entwicklung aller Banktätigkeiten. Dazu gehören auch die damit verbundenen Netzwerke und Kundenkontakte. Als Mitglied der Generaldirektion BNP Paribas habe ich die Risiken der Bank gemanagt, insbesondere das Zins- und Wechselkursrisiko, das Kreditrisiko oder auch das Reputationsrisiko. Dies ist eine grundlegende Kompetenz für jedes Unternehmen, und ich erhöhe somit die diesbezüglichen Kompetenzen von Cité Gestion.

Sie sind zu diesem Unternehmen gegangen, um „das Geschäftsmodell in zielgerichteter Weise“ weiterzuentwickeln.

Was bedeutet das konkret?

■ Meine Tätigkeit dreht sich nun um drei Schwerpunkte, die darauf abzielen, unser verwaltetes Vermögen zu erhöhen. Schwerpunkt Nummer 1 ist die Akquisition von Privatkunden. Meine zweite Aufgabe besteht in der Einstellung erfahrener Vermögensverwalter. 2020 haben wir etwa zehn derartige Neueinstellungen tätigen können, da wir dabei ein gutes Gleichgewicht zwischen Lebensqualität und attraktiver Vergütung anstreben. Unsere Vermögensverwalter verfügen über weitgehende Unabhängigkeit, ihre Aufgabenstellung ist klar, sie können sich auf umfassenden Support stützen und vor allem: Wir vertrauen ihnen. Der dritte Schwerpunkt beinhaltet die Akquisition oder Integration unabhängiger Vermögensverwalter in der Schweiz. Dabei konzentrieren wir uns auf diejenigen, die nicht über die kritische Grösse verfügen oder Probleme mit der Nachfolge haben.

Sie sprechen von der Privatkundschaft, aber sind Unternehmer für Sie nicht auch von Interesse?

■ Ganz genau, sie bilden den Hauptbestandteil meines Netzwerks. Dabei gehe ich von einem produktbasierten Ansatz aus, der sich insbesondere an Schweizer Unternehmer richtet, die vor allem gern in Schweizer Anlagen investieren. Entweder in Private Equity oder Immobilienanlagen oder über Beteiligungen an nicht börsennotierten Unternehmen. Dieser zuletzt genannte Schwerpunkt stellt eine grosse Herausforderung dar, denn es ist nicht so einfach, Qualitätsunternehmen in Wachstumssektoren zu finden, die bereit sind, ihr Kapital zu öffnen.

Was bringt es Cité Gestion, das Geschäft in Zürich auszubauen?

■ Aktuell wollen alle in der französischsprachigen Schweiz basierten Institute ihre Tätigkeit jenseits der Sarine weiterentwickeln. Das ist legitim, denn es handelt sich um zwei Drittel der Schweizer Kundschaft - das Potenzial ist erheblich. In den letzten 20 Jahren ist Zürich sehr viel internationaler geworden und hat in der Vermögensverwaltung an Bedeutung gewonnen. Im Anschluss an das Startverbot von Swissair und die Konzentration internationaler Flüge auf Zürich ist die Stadt ein Anziehungspunkt für das Segment Vermögensverwaltung geworden. Hinzukommt, dass die Grossbanken ihre Geschäftstätigkeiten in Zürich zentralisieren.

Cité Gestion konnte ein hervorragendes Wachstum verzeichnen. In nur drei Jahren wuchs das verwaltete Vermögen von 2.2 auf über 4.5 Milliarden an. Wie sieht das Erfolgsrezept aus?

■ Cité Gestion konzentriert sich auf das Wesentliche, d.h. die Kundenbetreuung.

Gewiss, das tun alle Vermögensverwalter. Was uns jedoch unterscheidet ist höchste Reaktivität sowie ein einzigartiger Integrations- und Problemlösungsprozess - das sind die beiden Hauptgründe. Der Kunde reagiert sehr empfindlich auf Langsamkeit. Wenn ein Kunde sich beschwert, befassen wir uns sofort mit seinem Problem und suchen eine Lösung. In einfachen Fällen brauchen wir nur ein paar Tage, um ein Konto zu eröffnen, und da sind wir fast die Einzigen. Unser Einstellungsprozess ist ebenfalls einfach und schnell. Ausserdem ist es nicht Ziel unserer Manager, bei ihren Kunden hauseigene Produkte zu platzieren. Es gibt also keinen Interessenkonflikt zwischen dem Wohl des Kunden und dem unserer Gesellschaft. Das ist fundamental und macht einen Unterschied.

Was sind die künftigen Entwicklungsziele von Cité Gestion?

■ Vor allem die Beibehaltung unseres Unternehmensmodells mit allem, was das beinhaltet: Reaktivität, Unabhängigkeit und Mitarbeitermotivation. Wir werden weiterhin sehr darauf achten, dass unsere Leute sich bei uns wohlfühlen. Zudem ist die Verbesserung des Risikomanagements ein permanentes Ziel. Daneben wollen wir auch stärker mit der Aussenwelt kommunizieren und unseren Bekanntheitsgrad steigern. Seit dieser Saison fungieren wir als Sponsoren von Bergführern und Skilehrern in Zermatt. Das will alles gründlich bearbeitet sein: Image, Reputation, Rahmen, Überzeugung.