

Jobnews & Tipps

[Schweiz](#) [Welt](#) [Tipps](#) [Nachrichten & Analysen](#)
[Laden Sie Ihren Lebenslauf hoch »](#)
[Bewerbungen & Lebensläufe](#) [Karriere-Coaching](#) [Qualifikation](#) [Vorstellungsgespräche](#)

Was Sales-Profis mitbringen müssen, um in der Schweiz erfolgreich zu sein

 Von **Florian Hamann**
 11 November 2010

[0 Kommentare](#)

Sektoren

[Absolventen & Praktikant](#)

Themen*

[CFA](#)
[Finanzanalyst](#)
[Investmentanalyst](#)

Gleich ob Asset Management oder Investmentbanking – im laufenden Jahr wurde in der Schweiz vor allem noch Sales-Profis händeringend gesucht. "Die kommerzielle Realität ist, dass man schneller auf der Sales- als auf der Produktseite einstellt", sagt Jonas Neff von BiermannPartners, einem auf Asset Management und Capital Markets spezialisierten Headhunter mit Sitz in Zürich.

Namentlich ausländische Adressen hätten ihre einst geplanten Expansions-Bestrebungen wieder aus der Schublade geholt und sich strategisch neu positioniert. "Man wollte die Marktpotenziale nicht der Konkurrenz überlassen und dies geht nur mit Leuten, die an der Front sind", ergänzt Neff.

Doch im ersten Nachkriegsjahr ist der Markt noch nicht so überhitzt, dass die Finanzdienstleister in der Schweiz jedem einstellen. eFinancialCareers.ch hat bei Zürcher Headhuntern nachgefragt, was Sales-Profis mitbringen müssen, um auf dem Schweizer Arbeitsmarkt erfolgreich zu sein.

1. Produkterfahrung und unternehmerisches Denken

"Man sucht Leute, die sich mittel- und eher noch kurzfristig selbst finanzieren", beobachtet Recruitment-Experte Emanuel Kessler von kessler.vogler. Dazu seien Personen im Vorteil, die exakt die gleichen Produkte bereits für einen anderen Arbeitgeber verkauft hätten. Entsprechende Kandidaten besäßen nicht nur die erforderlichen profunden Produktkenntnisse, sondern würden sich auch in dem entsprechenden Schweizer Marktsegmenten auskennen.

"Extrem wichtig ist die unternehmerische Komponente", ergänzt Neff. Einerseits müssten die Kundenbeziehungen gehalten werden, andererseits müssten die Produkte auch kurzfristig verkauft werden. "Dies ist manchmal eine Gratwanderung", meint der Recruiter.

2. Kundenstamm als Garant für rasche Erträge

Noch wichtiger sind sehr gute Kundenkontakte in der Schweiz, weiss Kessler. Nur so liesse sich rasch genügend Geld generieren, um die Kosten der Neueinstellung zu kompensieren. Arbeitgeber suchten nach Plug-and-Play-Kandidaten. Aus diesem Grund sei es immer noch schwierig, Leute aus dem Junior-Level auf dem Schweizer Markt zu vermitteln.

Dagegen sortiert Neff die Sales-Profis in drei Kategorien: Dabei es zunächst die "Top-Senior-Leute" mit acht Jahren oder mehr Berufserfahrung. Diese Gruppe wurde in einer ersten Phase ab Frühling des laufenden Jahres nachgefragt, doch nur mit erfahrenen Kräften neue strategische Geschäftsfelder erschlossen werden können. Ebenso seien die Junior-Leute mit wenigen Jahren Erfahrung schon früh gefragt gewesen, weil sie von der Kostenstruktur her einfach interessant seien. Dagegen habe sich der Markt für "Intermediates" mit drei bis sieben Jahren Berufserfahrung erst im Sommer belebt.

3. Ohne Kontakte helfen nur CFA oder CAIA

"Die Qualifikation wird immer mehr nachgefragt", sagt Neff. Die Kunden und Counterparts sind seit der Krise vorsichtiger geworden und wollen mit Personen zusammenarbeiten, die über tiefes Wissen verfügen und mit ihnen auf einer Augenhöhe sprechen können. Dabei können Postgraduierten-Fortbildungen wie der Chartered Financial Analyst (CFA), der Certified International Investment Analyst (CIIA) oder auch der Chartered Alternative Investment Analyst (CAIA) von Vorteil sein.

Auch Kessler können diese Fortbildungen gerade für Junior-Level sehr hilfreich sein, doch hiermit mangelnde Berufserfahrung teilweise aufgefangen werden können. Doch die drei bis vier zusätzlichen Buchstaben auf der Visitenkarte sind kein Garant für eine erfolgreiche Sales-Karriere. "Nur weil Sie einen CFA haben, sind Sie noch kein guter Sales. Dazu gehört auch noch Persönlichkeit", meint Neff.

4. Schweizerdeutsch als Markenzeichen für Swiss Banking

"Wenn es um Schweizer Kundenschaft geht, wird Schweizerdeutsch bevorzugt, was nicht bedeutet, dass man Schweizerischer Nationalität sein muss", sagt Kessler. So kenne er Deutsche, die hierzulande aufgewachsen sind und dieses hiesige Idiom beherrschen.

Selbst viele ausländische Klienten würden bevorzugen, von Mitarbeitern mit Schweizer Färbung angesprochen zu werden. Kessler kennt angelsächsische Häuser, wo die Einstellung vorherrsche: "Unsere Mutter ist nicht Schweizerisch, also sollen wenigstens unsere Mitarbeiter Schweizerdeutsch sprechen." Es handle sich um ein Markenzeichen für Swiss Banking – für Seriosität, Diskretion und Kompetenz.

"Schweizerdeutsch ist oftmals gewünscht. Es ist aber nicht zwingend," ergänzt Neff. Dies hänge auch von der Grösse der Kunden ab. Bei grossen institutionellen Anlegern würden Sales-Leute ohne Schweizerdeutsch eher akzeptiert als bei den kleinen und mittleren Pensionskassen. Wenn indes alles andere stimmt – die Kontakte und die Produktkenntnisse vorhanden seien – dann stellt laut Kessler auch geschliffenes Hochdeutsch kein Hindernis für eine Sales-Karriere in der Schweiz dar. "Wenn es der richtige Kandidat ist, dann ist dies egal", resümiert Kessler.

Kommentare (0)

[Startseite](#) | [Mein eFC](#) | [Jobs suchen](#) | [Trends & Tipps](#) | [Recruiter](#) | [Über uns](#) | [Karriere bei eFinancialCareers](#) | [Impressum](#)
[Australien](#) | [Belgien](#) | [Canada](#) | [China](#) | [Dänemark](#) | [Finnland](#) | [Frankreich](#) | [Deutschland](#) | [Hong Kong SAR](#) | [Irland](#) | [Italien](#) | [Japan](#) | [Luxemburg](#)
[Mittlerer Osten](#) | [Niederlande](#) | [Norwegen](#) | [Russland](#) | [Schottland](#) | [Singapur](#) | [Südafrika](#) | [Schweden](#) | [Schweiz](#) | [Großbritannien](#) | [SA](#)
[Geben Sie uns Feedback](#) | [Nutzungsbedingungen](#) und [Datenschutz-Richtlinien](#) | © Copyright 2000-2012 eFinancialCareers Ltd.
eFinancialCareers ist ein Unternehmen der Dice Holding Inc. Gruppe, welche an der New York Stock Exchange gelistet ist. (Ticker: DHX).
Powered by [WordPress.com](#) VIP

