



▲ Kundenberaterin Simone Binzegger mit Christian Köhler im eigenen Operations-Saal des «prevention-center».

## Unvergessene Starthilfen

Das UBS-Kompetenzzentrum «MediFinance» unterstützt Ärzte auf dem Weg in die Selbständigkeit. Wie diese Starthilfen zu nachhaltigen Kundenbeziehungen werden, zeigt das Beispiel von Christian und Barbara Köhler, Inhaber der «prevention-center AG».

Text \_ Isabelle Duner Bild \_ Mara Truog

Die Berufslaufbahn eines Arztes verläuft oft nach einem typischen Muster. Das Medizinstudium dauert lange, und nach einer intensiven Ausbildungszeit sammeln Ärztinnen und Ärzte während weiterer Jahre in verschiedenen Spitälern Praxiserfahrung. Meist folgt im Alter zwischen 30 und 40 Jahren der Entscheid, den Schritt in die Selbständigkeit zu wagen. Doch die Übernahme oder Neueröffnung einer eigenen Praxis erfordert viel Startkapital, vor allem, wenn auch medizinische Geräte finanziert werden müssen. Nur selten verfügen die

jungen Ärzte über die notwendigen Eigenmittel und sind deshalb für die anstehende Betriebs- und Investitionsfinanzierung auf Kredite einer Bank angewiesen.

**Besondere Finanzierungsbedürfnisse**  
«Genau hier kommt das Kompetenzzentrum «MediFinance» von UBS ins Spiel», erzählt Simone Binzegger. Die engagierte Kundenberaterin aus dem Bereich Unternehmenskunden arbeitet im Team KMU I / MediFinance in Zürich. Ärzte und Zahnärzte machen einen auffällig grossen Teil ihres

Kundenportefolles aus. Zusammen mit ihren Kollegen steht sie ihnen bei Finanzierungsfragen zur Seite. Mit deren speziellen Bedürfnissen – die sich von anderen KMUs stark unterscheiden – ist Simone Binzegger bestens vertraut: «Arztpraxen treten meistens als Einzelfirmen auf, für welche die Ärzte auch mit ihrem Privatvermögen haften. Mangels anderer Vermögensmittel erfolgt der Start in die Selbständigkeit meist durch eine Blankofinanzierung, die durch eine Todesfall-Risikoversicherung gedeckt ist. Selbstverständlich prüfen wir vorgän-

verschiedene Lebensbereiche und Wertvorstellungen miteinbezieht. Idealerweise sollte versucht werden, die Interessen der einzelnen Arbeitnehmer mit den Betriebsinteressen in Einklang zu bringen. Sie können sich vorstellen, dass dies nicht immer ganz einfach ist und Zeit braucht. Wichtig ist eine tragfähige Beziehung zwischen dem Klienten und seinem Berater. Meines Erachtens ist das Vertrauen der wichtigste Faktor, der mit Empathie, Fingerspitzengefühl, gesundem Menschenverstand und nicht zuletzt Humor aufgebaut werden muss. Erst wenn ein Klient mir vertraut, öffnet er sich, und Veränderungen, Lernprozesse und Wachstum werden möglich. Nicht zuletzt darum ist unsere Schweigepflicht wichtig: Wir bieten Schutzraum in einer zunehmend gläsernen Welt.

*We. Was hat sich in den 21 Jahren, seit Sie bei UBS sind, verändert?*

**Hans-Rudolf Wohlwend** Die Komplexität und die administrativen und regulatorischen Vorgaben haben zugenommen, was den Spielraum des Einzelnen verringert und die Sinnhaftigkeit der Arbeit zunehmend in Frage stellt. Es herrscht heute generell Absicherungsmentalität! Verantwortung wird delegiert, die Kompetenzen operativer Spezialisten werden beschnitten. Darunter leiden Produktivität, Kreativität und Innovation. Der allgemeine Umgangston ist rauer geworden, gegenseitiger Respekt und Wertschätzung haben abgenommen. Das alles wirkt sich auf das Sicherheitsempfinden, die Glaubwürdigkeit, Vorhersehbarkeit und Verlässlichkeit aus, also Faktoren, die massgeblich das Vertrauen beeinflussen.

*We. Nehmen die «Burnouts» bei UBS zu?*

**Hans-Rudolf Wohlwend** Ein Grossunternehmen ist immer ein Spiegelbild der Gesellschaft und keine hermetisch abgeriegelte Welt. Stress und Stressfolgeerkrankungen nehmen allgemein zu, so auch bei UBS. Burnout ist nicht nur ein individuelles Krankheitsbild, sondern eine Zeitkrankheit. Der Zeitmangel ist symptomatisch, vieles unterliegt heute dem ökonomischen

Diktat. Seit der Finanzkrise laufen in unserem Unternehmen stetig Veränderungsprozesse, welche Auswirkungen auf die Befindlichkeit der Mitarbeiter haben. Der Druck und damit auch die Verunsicherung haben zugenommen. Wenn gleichzeitig Verbindlichkeit, Wertschätzung und Sinnhaftigkeit der Arbeit abnimmt, ist dies natürlich Nährboden für Burnouts. Die Nachfrage von Führungskräften nach präventiven Massnahmen nimmt zu. Eine rasche Kulturveränderung ist meines Erachtens aktuell schwierig. Die Vorbildfunktion der Vorgesetzten kann aber einen nicht zu unterschätzenden Beitrag leisten.

*We. Was wünschen Sie sich für die Zukunft?*

**Hans-Rudolf Wohlwend** Ich wünsche mir gelebte «emotionale Verträge» zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Diese gehen über den materiellen Vertrag hinaus, umfassen das Bedürfnis nach Erfüllung, Sinn, Freude und Leidenschaft – ein gewaltiges, viel zu wenig genutztes Kapital. Ausserdem sollte eine würdige Fehlerkultur aufgebaut werden, jenseits von Angst und Sanktionen. Wenn wir uns zumindest glaubwürdig darum bemühen, sehe ich zuversichtlich in die Zukunft. •



Hans-Rudolf Wohlwend,  
Social Counseling UBS.

gig die Kreditwürdigkeit unserer Kunden. Auch der persönliche Eindruck des Arztes spielt dabei eine grosse Rolle. Wir schauen uns zudem die Praxisunterlagen sowie die finanzielle Ausgangslage der Praxis an und führen eine Standort- sowie Konkurrenzanalyse durch.» Dank dem umfassenden branchenspezifischen Wissen bietet das Kompetenzzentrum «MediFinance» seinen Kunden individuelle Lösungen, welche sowohl geschäftliche als auch private Wünsche abdecken.

«Das Label «MediFinance» ist für unsere Bank ein grosser Vorteil. Damit sind wir im Markt sichtbar», erklärt Teamleiter Martin Gobeli, der die Idee Ende 2006 bei UBS umsetzte. Weil er privat viele Mediziner und Personen aus dem Gesundheitswesen kennt, wurde er auf deren besondere Bedürfnisse aufmerksam. Das Geschäft ist eine Win-Win-Situation. «Die meisten Praxen sind erfolgreich, weil die Nachfrage nach medizinischen Leistungen ein Grundbedürfnis der Gesellschaft ist. Eigentlich braucht jeder irgendwann einen Arzt», zeigt Simone Binzegger die Vorteile für unsere Bank auf.

#### **Eine nachhaltige Starthilfe**

«Heute bearbeiten wir pro Jahr zwischen 70 und 80 Gesuche», erzählt die Kundenberaterin. Die Konkurrenz schläft natürlich nicht. UBS bietet ihren Kunden aber einen entscheidenden Mehrwert: das Integrierte Geschäftsmodell. Der Lebenszyklus von Ärzten endet ja nicht mit dem Schritt in die Selbständigkeit. Wenn sie die Schulden für ihre Praxen nach spätestens sieben Jahren zurückbezahlt haben, bauen sie systematisch ihr Vermögen auf. Dieses investieren sie wieder in medizinische Einrichtungen, in ein Eigenheim oder in Vermögensanlagen. Und am Ende ihrer beruflichen Laufbahn müssen sie die Nachfolge und Pensionierung planen. Geht es also zum Beispiel um Leasingangelegenheiten, Eigenheimfinanzierungen oder Anlageberatungen, dann arbeitet «MediFinance» eng mit anderen

Segmenten wie PKI, HNW und E&E oder Fachspezialisten zusammen. Aus einer Starthilfe entwickelt sich dann oft eine nachhaltige, umfassende Kundenbeziehung.

#### **Kundenbeziehung und Partnerschaft**

«Wir ebnen unseren Kunden den Weg in die Selbständigkeit und begleiten sie in dieser Phase intensiv. Das führt oft zu starken Kundenbeziehungen», sagt Martin Gobeli, und nennt als Beispiel das Ärztepaar Köhler. Der Grundstein für die bald siebenjährige Kundenbeziehung wurde 2007 mit einer Betriebskreditlimite für ihre damalige GmbH gelegt. Die auf medizinische und ästhetische Leistungen spezialisierte Praxis wuchs schnell, steigerte den Umsatz, stellte weitere Mitarbeiter ein und musste sich schon 2009 nach grösseren Geschäftsräumen umsehen. Mit dem Umzug in das historische Utoschloss direkt am Zürichsee fielen auch weitere Investitionen an: «UBS hat immer an uns geglaubt und uns damals mit der Investitionsfinanzierung für einen eigenen Operationssaal unterstützt», erzählt das Ehepaar Köhler. Und Christian Köhler, Geschäftsleiter der «prevention-center AG», ergänzt: «Unsere Kundenberater haben sich persönlich für uns eingesetzt und wir schätzen sehr, dass UBS für jedes unserer Anliegen einen Spezialisten aus dem eigenen Haus beiziehen kann».

Heute ist die Praxis der Köhlers in der Schweiz eine der Top-Adressen bezüglich plastisch-ästhetischer Chirurgie mit immer wieder neuen Ideen für eine Weiterentwicklung. «Herr und Frau Köhler sind sehr innovativ und Experten auf ihrem Gebiet. Sie bilden sich laufend weiter und haben ein breites Netzwerk – auch im internationalen Umfeld», beschreibt Simone Binzegger ihre Kunden. Auf die weitere gemeinsame Zusammenarbeit angesprochen, meint sie: «Die Köhlers sind sehr vorausschauend und kommen mit ihren Anliegen frühzeitig zu uns. So können wir gemeinsam fundierte, individuelle und massgeschneiderte Lösungen erarbeiten». •

### *Simone Binzegger*

Simone Binzegger startete ihre Banklehre 1993 bei der Schweizerischen Bankgesellschaft in Affoltern am Albis, wohin sie nach einem kurzen Intermezzo bei der Raiffeisenbank wieder zurückkehrte. In der Zwischenzeit hat sie ihre Ausbildung an der höheren Fachschule für Wirtschaft abgeschlossen und arbeitet seit 2010 im Team MediFinance in Zürich. Vor Kurzem wurde sie zudem zum «Certified Corporate Banker» zertifiziert. Den Ausgleich zur Arbeit findet sie beim Sport und auf langen Reisen in die weite Welt.

✉ Senden Sie eine E-Mail an [simone.binzegger@ubs.com](mailto:simone.binzegger@ubs.com)

### *Martin Gobeli*

Martin Gobeli stieg bereits 2002 ins KMU-Geschäft ein – mit einem Allround-Praktikum (ARP). Er bildete sich berufsbegleitend zum Betriebsökonom weiter. Seit 2004 ist er KMU-Kundenberater, 2009 übernahm er die Leitung des MediFinance-Teams. Zusätzlich ist er seit 2012 stellvertretender Rayonleiter KMU Zürich Stadt. Von seinen Kollegen wird er als ausgesprochener Familienmensch bezeichnet – er ist verheiratet und Vater eines neunjährigen Sohnes sowie einer zehnjährigen Tochter. In seiner Freizeit spielt er oft Schlagzeug und ist gerne mit dem Mountainbike unterwegs.

✉ Senden Sie eine E-Mail an [martin.gobeli@ubs.com](mailto:martin.gobeli@ubs.com)

⇒ [www.prevention-center.com](http://www.prevention-center.com)

## Zukunft gestalten lernen...

Als Kind zeichnen wir mit Neocolor, im Berufsleben schreiben wir mit dem Kugelschreiber von Caran d'Ache: Die Marke begleitet die Schweiz durch den Alltag, seit bald 100 Jahren. Wir fragen bei CEO Jean-François de Saussure nach, wie er dafür sorgt, dass das auch in Zukunft so bleibt.

Text \_ Jean-François de Saussure Bild \_ Hans-Jörg Walter

Vorsorgen bedeutet, dass man mit Zuversicht und Vertrauen in die Zukunft blicken kann. Vorsorgen heisst aber auch, dass wir nicht nur unser materielles, sondern auch unser intellektuelles und menschliches Erbe so weitergeben, dass es nachhaltig Früchte tragen kann. In einem Unternehmen entscheiden Vorausschau und Weitblick über Kontinuität. Seit nunmehr fast einhundert Jahren hat es die Firma Caran d'Ache verstanden, ihre Werte zu bewahren und über die Zeit reifen zu lassen, um die Kunst des Schreibens, der Kreativität und des Zeichnens fortzuführen und eine Schweizer Manufakturikone zu werden. Dieses Erbe fortzuführen ist allen ein grosses und wichtiges Anliegen. In diesem Sinne setzen wir weiterhin auf die Werte, die den dauerhaften Erfolg von Caran d'Ache ermöglicht haben, richten unseren Blick aber auch auf die Zukunft...

### Familienunternehmen «Swiss Made»

Alles begann, als Arnold Schweitzer 1924 die «Fabrique des crayons Ecridor» erwarb und ihr den Namen Fabrique Suisse de Crayons Caran d'Ache gab. Nebenbei bemerkt: Dieser Name stammt vom berühmten französischen Künstler Emmanuel Poiré, der seine Zeichnungen und Karikaturen unter diesem Pseudonym – eine Transkription des russischen Wortes «Karandasch», welches Bleistift bedeutet – veröffentlichte. Wie die Schweizer Uhren- und Schmuckindustrie wird die Firma Caran d'Ache schnell zum Inbegriff

von hoher Qualität und anerkanntem Fachwissen. Noch heute werden sämtliche Produkte in Genf von knapp 300 Mitarbeitern aus 90 Berufsgruppen entworfen, entwickelt und hergestellt.

Auch wenn Präzision, Zuverlässigkeit und Eleganz der verschiedenen Kollektionen die Marke weltweit bekannt gemacht haben, bleibt die Unabhängigkeit nichtsdestotrotz ein zentraler Grundsatz des Unternehmens. Vom Entwurf bis zur Vermarktung erfolgen sämtliche Produktionsschritte intern, getreu der Tradition von schweizerischen Manufakturen. Diese Unabhängigkeit hat es Caran d'Ache ermöglicht, das einzigartige Qualitäts-