

Швейцария: пейзаж финансового рая меняется |

Автор: Людмила Клот, [Цюрих](#) , 24.08.2011.



Центральный офис банка UBS на Парадеплатц ожидают самые большие в Швейцарии сокращения (© Keystone)

Крупнейший банк страны, UBS, принимает меры экономии, сокращая 3500 сотрудников. Швейцарцы, по сравнению с другими европейцами, неохотно прибегают к кредитам и займам, а банки перебираются в социальные сети.

UBS va supprimer 3.500 emplois. Les Suisses figurent parmi les Européens qui empruntent le moins. Les banques qui investissent beaucoup dans les réseaux sociaux auront de meilleures cartes que la concurrence.

Банкиров станет меньше

UBS намерен достичь экономии в размере 1,5-2 млрд. франков до конца 2013 года. Одно из средств - сокращение штата сотрудников, говорится во вчерашнем коммюнике крупнейшего банка Швейцарии. Из 65 тысяч человек, работающих на UBS во всем мире, 3500 его покинут: это произойдет на счет выходов на пенсию и, частично, увольнений. Главным образом, сокращения коснутся направлений «Investment Bank» (45% всех сокращений) и «Wealth Management & Swiss Bank» (35%), остальные сокращения ставок запланированы в «Global Asset Management» et «Wealth Management Americas».

В Швейцарии сокращения персонала коснутся порядка 400 человек, в основном, в Цюрихе, так как будут проводиться в административных службах банка, включая и те, что поддерживают работу с другими странами.

26 июля UBS опубликовал данные о своих доходах: 1,02 млрд. франков во втором триместре 2011 года – против 1,81 млрд. франков в предыдущем семестре. Для сравнения: в первом семестре банк заработал 2,82 млрд. франков, что на 32,9% ниже результатов того же периода годом ранее.

Швейцарцы не любят жить в долг

Федеральная статистическая служба (OFS) подсчитала, что швейцарцы принадлежат к числу самых независимых в финансовом плане европейцев: они терпеть не могут брать в долг у банков и кредитных учреждений. В эту статистику не включены ипотечные кредиты, но в стране лишь примерно треть жителей обладает собственным жильем, причем большинству из домовладельцев от 50 до 64 лет, остальные его снимают.

В среднем по Европе 28,2% населения живет в домохозяйстве, которое выплачивает как минимум один кредит, кроме ипотечного за основное жилье. В Швейцарии эти цифры опускаются до 18,2%, - сообщила вчера OFS, основываясь на данных 2008 года. Меньше кредитов, чем у швейцарцев, лишь у жителей Мальты и Нидерландов.

В Германии 26% семей имеют кредиты, что приближает статистику этой страны к общеевропейской. Зато во Франции – почти половина населения, или 42,8%. На Кипре и Люксембурге еще больше, более 50%. Наконец, 75% живущих с кредитами семей в Исландии делают эту страну кредитным чемпионом Европы.

Как и на всем континенте, в Швейцарии тоже существуют региональные различия: в немецкоязычной части страны лишь 15% жителей прибегает к помощи кредитов (это рекорд, самый низкий уровень по Европе), а в итало- и франкоговорящих кантонах это соотношение составляет среднеевропейские 25%.

Если перейти от процентов к цифрам, станет известно, что 1,34 миллиона жителей Конфедерации получили и выплачивают кредиты, помимо кредитов на основное жилье. Для почти двух третей - это потребительские кредиты, более половины их превышают 10 тысяч франков. Чаще всего швейцарцы берут в лизинг автомобиль (более 10%). Остальные кредиты, как правило, оформляются на покупку мебели или электронных аппаратов для дома (2,5%).

Наличие кредитов и займов совершенно не является синонимом финансовых проблем, подчеркивает Федеральная статистическая служба. Для того, чтобы

ситуация кредитованного была расценена как критическая, нужно, чтобы выплаты по кредитам, а также выплаты по банковским карточкам и оплата всех остальных долгов в сумме превысили две трети ежемесячного дохода семьи. Увы, это относится к 7.7% населения, или более 570 тысяч человек в Швейцарии. Что тоже ниже, чем в среднем по Европе (9,3%). Правда, здесь швейцарцы не стали чемпионами, следуя за Францией (7,2%), Бельгией (6,2%), Италией (5,8%), Испанией (3,1%) или Швецией (1,1%). Сложнее ситуация обстоит в Австрии и Германии, где, соответственно, 13,5% и 18,9% семей выплачивают критические суммы за кредиты.

Более 70% жителей Швейцарии не брали кредитов и не ощущают потребности это делать. Половина из них утверждает, что может при случае одолжиться у друзей или у других членов семьи. Очень незначительное меньшинство тех, у кого есть потребность в деньгах, но нет кредитов, заявила, что не делает это по трем причинам: нежелание финансовой зависимости от банковских учреждений, невозможность для семьи делать регулярные выплаты и просто-напросто отказ банков в кредитовании. Федеральная статистическая служба подчеркнула, что случаев принципиального личного отказа от кредита среди швейцарцев из-за опасений не выплатить его больше, чем непосредственных отказов банков в его выдаче.

Социальные сети - подходящее место для банков?

В Германии на этой неделе Независимый центр защиты неприкосновенности частной жизни предложил правительству Шлезвиг-Гольштейна убрать со своих сайтов все плагины социальной сети Facebook. Центр считает, что они, а также кнопка «like» этой социальной сети нарушают закон о конфиденциальности личной информации. Данные о «лайках» пользователей видны в штаб-квартире Facebook в США, где на их основании создается профиль пользователя соцсети – что идет вразрез с законом Германии о защите личной информации в Интернете. Убрать «лайк» предложили также с сайтов немецких фирм и предприятий до 1 сентября.

А вот профессор экономики Нильс Хафнер из Института IFZ, работающего под эгидой Высшей школы Люцерна и расположенного в Цуге, – за социальные сети. Этот автор множества статей о банковском маркетинге в недавнем интервью газете Le Temps заявил о своей убежденности в том, что банки, которые серьезно инвестируют в развитие социальных сетей, в ближайшие годы будут в выигрыше, так как приблизятся к своим клиентам. «Компания Fidor Bank, которая сейчас ведет активный диалог с клиентами в форме «сообщества» непременно получит преимущества по сравнению с конкурентами. Через три года финансовые учреждения, которые пользуются стратегией такого типа, завоюют 10% рынка розничных банковских услуг», - утверждает Хафнер.

Чтобы быть успешным в социальной сети, по мнению швейцарского профессора экономики, банк должен соблюдать четыре правила. Первое – концентрироваться на содержании, которое интересует его целевую группу. Второе – знать, из какого места и в какое время клиент заходит на его страничку. Опыт показал, что, несмотря на наш век мобильного интернета, на виртуальную встречу со своим банком пользователь все равно приходит практически в одно и то же время и из одного и того же места, из дома либо из офиса. В-третьих, предложить клиентам такой способ общения друг с другом, который был бы им интересен и одновременно не шел вразрез с потребностью в конфиденциальности. И наконец, недостаточно лишь

скидывать на сайт всю возможную информацию, в надежде, что пользователь сам разберется в том, что ему интересно, но нужно делать это выборочно и последовательно.

На сайте социальной сети Facebook, конечно же, есть страничка UBS и – ура – у нее целых 2048 человек поклонников. Правда, разочаруем банкиров: если кликнуть на нее, оказывается, что UBS это Ulaanbaatar Broadcasting System, монгольское телевидение. Вторая по популярности страничка UBS на Facebook действительно рассказывает о банке, но ему не принадлежит: у нее 83 поклонника, которые публикуют здесь критические заметки о банке либо статьи, где говорится о его работе. Если и ссылки на русском языке – например, из газеты «Ведомости».

Наиболее новаторски представлен на Facebook банк Credit Suisse. У него почти 9 тысяч поклонников, а на страничке в основном рассказывается не о деньгах, а о культурных и общественных мероприятиях, в которых банк участвует. Банк Raiffeisen обзавелся 3800 «фанами». По сравнению с иностранными финансовыми учреждениями это очень немного – самые маленькие банки Великобритании легко обгоняют швейцарских гигантов, отмечает Нильс Хафнер.

Идея также идет вразрез с традиционным пониманием банковского дела как процесса «тайны» и «доверия между банком и клиентом», поэтому в таких областях, как управление состояниями или серьезные инвестиционные проекты, присутствие банка в социальных сетях не скажется на его прибыли. Некоторые банки могут сознательно держаться подальше от социальных сетей – существуют и большие группы клиентов, не испытывающих никакой симпатии к Интернету и еще меньше любящих Facebook, именно их привлечет такой подход.

Читайте наше специальное досье "[Останется ли Швейцария финансовым раем?](#)"

[швейцарские банки](#)

[UBS](#)

[банки Швейцарии](#)

[Швейцария](#)

Source URL: <http://www.nashagazeta.ch/news/12184>