



Dubai ist die Drehscheibe der Credit Suisse im Nahen Osten. Hier treffen sich Tradition und Moderne. So auch am Empfang der Bank (oben rechts).

Credit Suisse im Nahen Osten

- Representative Office
- Niederlassung
- Joint Venture mit lokalen Partnern



Golfplatz

Vom Mittelmeer zum Persischen Golf: Der Nahe Osten ist eine vielseitige und faszinierende Region. Ein Blick auf Krisen und Chancen.

Private Banking Middle East Text Katharina Rüegg // Fotografie Pia Zanetti

□ Alle reden davon, im Nahen Osten zu investieren. «Eine der Stärken der Credit Suisse ist, dass das Management nicht nur vom Investieren spricht, sondern auch Taten folgen lässt», sagt Bruno Daher, Head Private Banking Middle East/Indian Subcontinent. «Denken Sie nur an das Joint Venture in Saudi-Arabien, das neue Büro in Katar oder das Wachstum der Niederlassung in Dubai: Es braucht beträchtliche Ressourcen, um solche Geschäfte zu gründen und zu betreiben.»

Von den grünen Zedern des Libanons bis zum Wüstensand am Arabischen Golf reicht der Nahe Osten. Aus kulturellen und ökonomischen Gründen kann man den Nahen Osten nicht als Einheit betrachten; eine übliche Unterscheidung trennt die Golfstaaten von den östlichen Mittelmeerländern. «Unser Fokus liegt eindeutig auf den Golfstaaten», sagt Daher, «und von diesen weist Saudi-Arabien das grösste Potenzial auf, da es mehr Vermögende als jedes andere Land der Region hat.» In Saudi-Arabien investierte die Credit Suisse in ein Joint Venture mit lokalen Partnern. Das Unternehmen mit dem Namen Saudi Swiss Securities eröffnete kürzlich seine Büros in Riad und verfügt über eine lokale Brokerlizenz.

Die Idee der integrierten Bank wird in der ganzen Region gelebt – so erklärt Izzat Nusseibeh, Leiter der kürzlich eröffneten Niederlassung in Katar: «Zurzeit ist erst das Private Banking vor Ort. Aber meine Rolle ist selbstverständlich die eines Türöffners für alle Divisionen. Ich freue mich,

wenn ich Kontakte und Geschäfte vermitteln kann.» Vergleichbares ist aus Beirut zu hören, wo die Geschichte der Credit Suisse im Nahen Osten 1967 begann, und zwar mit der Eröffnung eines Representative Office. Im Frühjahr 2006 wurde es zu einer Financial Institution aufgewertet, welche Onshore-Aktivitäten ermöglicht.

Optimismus von Beirut bis Dubai

Der Ausbau in Beirut geht also weiter. Die Credit Suisse steht seit mehreren Jahren auf Platz eins bei Anleihsenemissionen in harter Währung für den Libanon und sieht auch in andern Geschäftsfeldern Potenzial. Im Private Banking werden neue Zielgruppen angesprochen, zum Beispiel wohlhabende Araber aus den Golfstaaten, die ihre Ferien hier verbringen oder bedeutende Investitionen tätigen. «Ebenfalls zu erwähnen sind die etwa zwölf Millionen Libanesen in der Diaspora; viele von ihnen vermögend», sagt Michael Chahine, designierter Country Manager.

Dann betont er: «Der vergangene Krieg wird unsere Strategie nicht ändern. Gerade in diesen ungewissen Zeiten müssen wir Engagement zeigen.» Der Nahe Osten ist eine Krisenregion, politisch betrachtet. Aber dies hält weder die Wirtschaft davon ab, in allen Sektoren zu wachsen, noch verunmöglicht es die Expansion der Credit Suisse. Bestes Beispiel dafür ist Dubai. Dynamik und Reichtum sind augenfällig: Modernste

>>



Drei von über 80 Mitarbeitenden in Dubai: Walid Fattah, Michael Chahine und Carmen Jreissati (von links).



«Wenn ich gewartet hätte, bis der Nahe Osten friedlich ist, um meine Pläne zu verwirklichen, wäre ich mein ganzes Leben ohne Arbeit geblieben», sagt Bruno Daher

«Wir müssen den Schatz ausgraben»

Bruno Daher, französischer Staatsbürger mit syrischen Wurzeln, über die Schätze des Nahen Ostens und wie man sie findet.

>> Im August 2006 kamen Sie zur Credit Suisse als Head Private Banking Middle East/Indian Subcontinent. Wo sehen Sie die Stärken der Credit Suisse im Nahen Osten?

Unsere grösste Stärke ist der Brand und wir sollten nie vergessen, das Schweizerische der Credit Suisse hervorzuheben. Zweitens ist die One-Bank-Strategie im Nahen Osten wichtiger als irgendwo sonst, da hier die Beziehungen ausgezeichnet spielen und es keine Trennung zwischen Privatperson und Unternehmer gibt. Immer, wenn ich eine Private-Banking-Beziehung aufbaute, brauchten meine Kunden früher oder später Leistungen vom Kapitalmarkt.

>> Und wie siehts mit den Schwächen aus?

Die Synergien zwischen den verschiedenen Teams weltweit könnten dank eines wirksamen Market Managements höher sein. Auch könnte die Marktsegmentierung verbessert werden. Sie wären über die Anzahl kleiner Anlagen mit unglaublichem Potenzial erstaunt. Oder darüber, dass wir grosse Kunden haben, die noch nicht von unseren Spezialisten für UHNWI beraten werden. Es wird jedoch nicht so einfach sein, Verbesserungen zu erzielen, da viele Berater ihre Kundenbeziehungen als eigene Angelegenheit betrachten.

>> Der Nahe Osten ist eine politische Krisenregion. Weshalb sehen Sie mehr Chancen als Risiken, um Geschäfte zu tätigen?

1948 begann die Nahostkrise. Jetzt haben wir 2006. Wenn ich gewartet hätte, bis der Nahe Osten friedlich ist, um meine Pläne zu verwirklichen, wäre ich bis heute ohne Arbeit geblieben. Es ist wichtig, Geschäftsperspektiven von der Politik zu trennen. Natürlich müssen wir die politische Entwicklung genau verfolgen und die Sicherheit unserer Mitarbeitenden jederzeit gewährleisten.

>> Die Credit Suisse will schneller als der Markt in dieser Region wachsen. Welches ist Ihre Strategie dazu?

Es ist einfach harte Arbeit. Wir müssen unsere ureigene Aufgabe erfüllen: Mitarbeitende einstellen, aus- und weiterbilden, den Markt segmentieren und bearbeiten. Eine bessere interne Koordination wird Synergien schaffen und Ineffizienz vermindern. Aber das Allerwichtigste ist: Wir müssen unsere Einstellung ändern. In der Vergangenheit kam das Geld zu uns, besonders hier in der Region. Das hat sich geändert. Heute müssen wir etwas tun, um den grossen Schatz zu heben. Man kann nicht bloss darauf sitzen bleiben.

>> Eine Ihrer ersten Initiativen ist, die Credit Suisse als Arbeitgeberin der ersten Wahl zu positionieren. Wie packen Sie dies an?

Ich beginne intern. Die beste Werbung sind die hoch qualifizierten Mitarbeitenden, die wir bereits haben. Denn die guten Leute suchen nicht das schnelle Geld, sondern ein intelligentes Team und eine herausfordernde Aufgabe, auf die sie stolz sein können.

>>

Wolkenkratzer, elegante Einkaufszentren, aussergewöhnliche Hotels und ein Strand, der seinesgleichen sucht. In Dubai befindet sich auch die Drehscheibe der Credit Suisse für Geschäfte im Nahen Osten.

Entgegen der Annahme, hier würden nur Petrodollar investiert, stellt Walid Fattah von Investment Services & Products fest: «Wir bedienen zahlreiche internationale Kunden, die ihre Anlagen diversifizieren und verschiedene Jurisdiktionen, darunter Dubai, berücksichtigen wollen.» Das führt für Mitarbeitende mit Kundenkontakt oft zur Sechstageswoche, da in Dubai das Wochenende auf Freitag und Samstag fällt, der Sonntag hingegen ein normaler Arbeitstag ist. «Unsere Kunden können uns praktisch immer über unsere Mobiltelefone erreichen», sagt Fattah. «Während des Fastenmonats Ramadan zum Beispiel findet das gesellschaftliche Leben erst nach Einbruch der Dunkelheit statt, und es ist keine Seltenheit, dass ich erst um 10 Uhr abends einen Kunden treffe.»

22 Nationen auf einem Stockwerk

Das rasante Wachstum der Niederlassung Dubai hat die Human-Resources-Fachfrau Carmen Jreissati von Anfang an miterlebt. Waren es zu Beginn drei Mitarbeitende, so sind es heute über 80 aus 22 Nationen. Missverständnisse zwischen den Mitarbeitenden waren nicht ungewöhnlich, wie sie verrät, trafen doch unterschiedliche kulturelle Prägungen oder verschiedene Sprachen aufeinander. «Diversity zu leben ist nicht immer einfach», sagt Carmen Jreissati. «Aber je mehr Erfahrung wir darin haben, desto mehr profitieren wir von der Vielfalt und vom Reichtum an Ideen, der in solch internationalen Teams entsteht.»

Von Dubai aus knüpfte die Credit Suisse auch ihre Kontakte nach Katar. Die kleine Halbinsel entwickelte sich in den vergangenen zehn Jahren rasant. Gründe waren ein Regierungswechsel und die Förderung der im Meer entdeckten enormen Gasvorkommen. «Wer in Katar Finanzgeschäfte anbieten will, muss vor Ort sein», sagt Izzat Nusseibeh in der Hauptstadt Doha. «Es schadet dem Image auf lange Sicht hinaus, wenn eine Bank den Profit schnappt und das Land gleich wieder verlässt.» Dies sah übrigens auch die Regierung so und schuf die notwendigen rechtlichen Voraussetzungen für das Onshore Banking. In der Rekordzeit von elf Wochen war alles bereit, so dass die Credit Suisse als erste international tätige Bank ihre Niederlassung in der Hauptstadt Doha eröffnen konnte. «Da in Katar jeder jeden kennt, sind langfristige Beziehungen und der gute Ruf entscheidend.» ■