

objekte

bank objekte

Magazin für Bankplanung, Einrichtung, Ausstattung und Gebäudetechnik



Herzlich Willkommen

Das modernste Bankgebäude der Stadt

BANCO[®]
ANDERS ALS ANDERE

Volksbank Diepholz-Barnstorf Seite 10

Faire Beratung
Neues Siegel für Banken

Seite 42

Special
Moderne Arbeitswelten

Seite 44

Fairness – das A und O im Beratungsgespräch der Bank

Banken und Sparkassen müssen das Vertrauen der Kunden zurückgewinnen.

Das Siegel „FAIRE BERATUNG“ hilft ihnen dabei

Das Image des Bankers hat sich in den vergangenen Jahren dramatisch verschlechtert. Es wurde durch Finanzskandale und Fehlberatungen ruiniert. Banken haben in erheblichem Maße an Vertrauen verloren. Dies zeigt sich auch ganz deutlich an der Allensbacher Berufsprestigestudie. Nun gilt es, das Vertrauen der Kunden zurückzugewinnen.

► Die Potenziale sind vorhanden

Die Deutschen haben in Bargeld, Sicht-, Termin- und Spareinlagen sowie Sparbriefen aktuell rund 2,3 Billionen Euro angelegt – nahezu unverzinst. Dies entspricht ca. 40 Prozent des Geldvermögens. Nach Berücksichtigung der Inflation ergibt sich für die Anleger ein realer Vermögensverlust. Es besteht also enormer Beratungsbedarf. Allerdings werden sich Kunden nur dann auf eine Beratung einlassen, wenn sie darauf vertrauen können, dass die Angebote fair sind. Es stellt sich also die Frage, mit welchem Beratungskonzept die Kunden heute und in der Zukunft erreicht werden können.

► Mit dem „mandatorischen Dreieck“ zum Erfolg

Als Banker kennen wir das „magische Dreieck“ der Geldanlage: Sicherheit, Rendite und Verfügbarkeit konkurrieren miteinander und können nicht gleichzeitig erreicht werden. Für die Kundenberatung gilt aber das „mandatorische Dreieck“ aus Transparenz, Individualität und Verständlichkeit. Diese Werte stehen gleichberechtigt nebeneinander und ergänzen sich sogar. Es gilt der Grundsatz: Je individueller, desto verständlicher und transparenter, je verständlicher, desto transparenter und individueller und je transparenter, desto verständlicher und individueller. Es geht darum, diese Werte für den Kunden erlebbar zu machen. Das erfordert jedoch die Bereitschaft, die Arbeitsweise im Unter-



▲ Abbildung 1

nehmen umfassend zu prüfen und gegebenenfalls zu verbessern.

1. Transparenz: Alle wesentlichen Informationen werden erläutert, selbst wenn es dazu führen könnte, dass sich der Kunde gegen ein Angebot entscheidet.
2. Individualität: Der Kundenbedarf wird korrekt ermittelt und es werden nur passende Produktlösungen angeboten.
3. Verständlichkeit: Der Abschluss wird nur empfohlen, wenn der Kunde die wesentlichen Produktmerkmale verstanden hat.

► Die Rahmenbedingungen bestimmen das Verhalten

In den Hochglanzbroschüren der Kreditinstitute ist die ideale Beratungswelt abgebildet. Doch die Praxis sieht anders aus. Hier erfordert es noch viele Anstrengungen, dieses Idealbild für den Kunden zu erreichen. Die Steuerungsmechanismen bei Finanzdienstleistern stehen teilweise immer noch nicht im Einklang mit dem geforderten kundenfokussierten Verhalten der Berater.

Eine wichtige Rahmenbedingung ist die Beratungskompetenz der Berater. In einem Umfeld von Niedrigzinsen, Digitalisierung, Robo-Advice und vertrauensempfindlichen Kunden ist es wichtig, die Berater durch die notwendigen Schulungen sowohl fachlich als auch methodisch zu qualifizieren. Nur die richtige Einstellung und das passende Beratungskonzept mit einem Fairness-Ansatz führen langfristig zum Erfolg. Es liegt in der Verantwortung der Banken, die Berater entsprechend zu entwickeln, um sie für die Herausforderungen der Gegenwart und der Zukunft stark zu machen.

FAIRE RAHMENBEDINGUNGEN

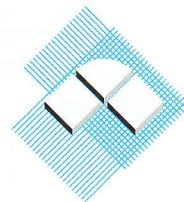
1. Verhaltensgrundsätze
2. Steuerungsmechanismen
3. Beratungskompetenz
4. Vertriebsinstrumente
5. Qualitätskontrolle

FAIRES BERATUNGSVERHALTEN

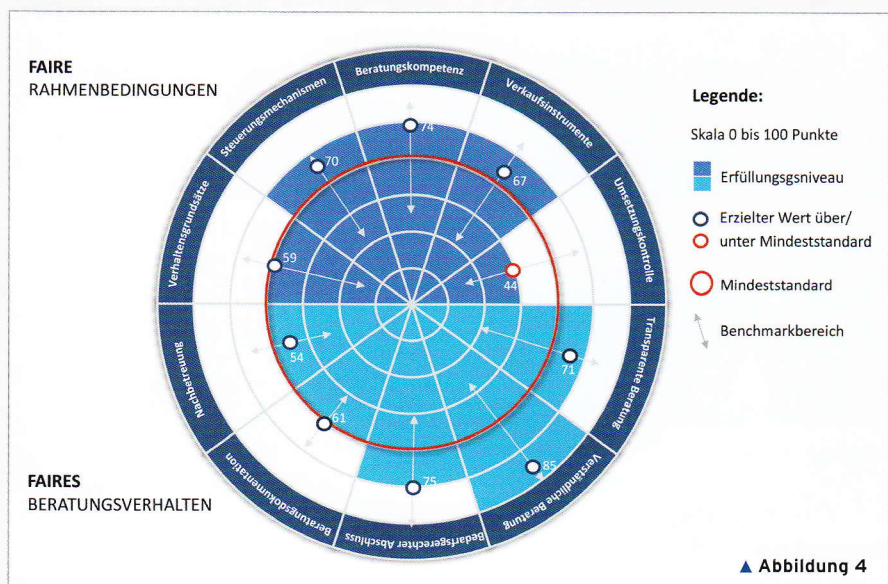
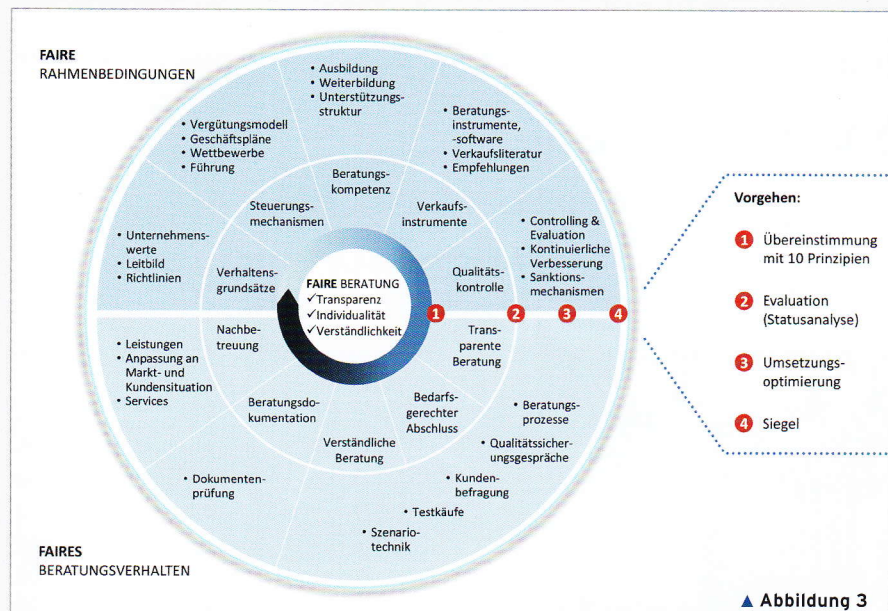
6. Transparente Beratung
7. Verständliche Beratung
8. Bedarfsgerechter Abschluss
9. Beratungsdokumentation
10. Nachbetreuung



▲ Abbildung 2

BancForum GmbHEinrichtungssysteme
für Kreditinstitute

Ihr Partner für Pavillon-Banking



► Ist Fairness in der Kundenberatung messbar?

Zu diesem Zweck wurde das Siegel „FAIRE BERATUNG“ (www.faireberatung.com) entwickelt. Es hilft Banken

► Der Autor



Ralf Meyer

„Der Bankverkaufstrainer“, Fachbuchautor, Verfechter und Vorreiter von Fairness in der Kundenberatung

und Sparkassen, die richtigen Maßnahmen einzuleiten und ihre Fortschritte zu messen und mit anderen Mitbewerbern zu vergleichen. Dabei werden zehn Prinzipien aus den Bereichen Rahmenbedingungen und Beratungsverhalten (Abb. 2) anhand von Qualitätskriterien gemessen (Abb. 3). Das Radar „FAIRE BERATUNG“ (Abb. 4) zeigt auf, was bislang im Unternehmen erreicht wurde, und liefert so die relevanten Informationen für weitere Entscheidungen zur Verbesserung. Dabei werden die Stärken und Entwicklungsfelder von Unternehmen in den einzelnen Handlungsfeldern aufgezeigt. Anhand von definierten Mindeststandards und Vergleichsdaten können Unternehmen sich selbst besser einschätzen und die richtigen Veränderungen einleiten. ■

BancForum GmbHEinrichtungssysteme
für KreditinstituteAm Hang 5
27356 Rotenburg/Wümme

Tel.: 0 42 68/9 50 50

Fax: 0 42 68/98 21 28

Geschäftsstelle Ost
Papiermühlenweg 10
07570 Weida

Tel.: 03 66 03/61 09 10

Fax: 03 66 03/ 61 09 11

info@bancforum.de

www.bancforum.de