

FAIRE BERATUNG Finanzdienstleistung

Transparenz • Individualität • Verständlichkeit

Kurz-Präsentation

Prof. Dr. Dr. Alexander Brink, Universität Bayreuth

Dr. Markus Groß-Engelmann, concern GmbH

Peter Kunze, Der Wertpapiersteuerer

Ralf Meyer, Der Bankverkaufstrainer

Bayreuth/Köln, im Dezember 2016

Management Summary

- Die Qualität der Kundenberatung ist aufgrund Zinsumfeld, Digitalisierung und Regulation bei gleichzeitigem Beratungsnotstand bei Geldanlage und Altersvorsorge mehr denn je einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren von Banken und Sparkassen.
- Das Instrument **FAIRE BERATUNG** bietet die Grundlage für eine erfolgreiche und effiziente Differenzierung über die Kundenberatung. Es setzt auf Maßnahmen zur Steigerung der Kundenzentrierung auf und verstärkt ihre Effekte.
- Dazu wird die Kundenberatung anhand ihrer drei Kernwerte Transparenz, Individualität (d.h. Bedarfsgerechtigkeit) und Verständlichkeit auf Grundlage interner Daten und aus Kundensicht innovativ und intelligent gemessen und in einem Index abgebildet.
- Ferner wird ihre Verankerung im Unternehmen gemessen. Stärken und Schwächen werden verdeutlicht und Ansatzpunkte für die Effizienzsteigerung geliefert.
- Mit den im Wettbewerbsvergleich dargestellten Daten treffen Banken und Sparkassen die richtigen Entscheidungen und stellen sich optimal für die Zukunft auf.
- Die besonderen Leistungen von Banken und Sparkassen werden besiegelt. Die Auszeichnung unterstützt Vertrieb und Marketing, motiviert Mitarbeiter und überzeugt Kunden.
- Das Instrument ist konkret, praxisnah, effizient und hat einen enormen Nutzen. Es unterstützt bei der Vorbereitung auf MiFID II und der Entwicklung von Digitalisierungsstrategien.

Das Instrument unterstützt Banken und Sparkassen darin, Herausforderungen in Chancen zu verwandeln

1. Image-/Vertrauensverlust (Kunden, Mitarbeiter)
2. Regulierung Beratungsprozesse
3. Digitale Transformation
4. Niedrigzins und Kostendruck
5. Beratungsnotstand Geldanlage und Altersvorsorge



Die Kundenberatung ist ein Wertschöpfungsfaktor mit wachsender Bedeutung

Werte für Kunden

PRODUKT

- Rendite
- Sicherheit
- Verfügbarkeit



*Magisches
Dreieck der
Geldanlage*

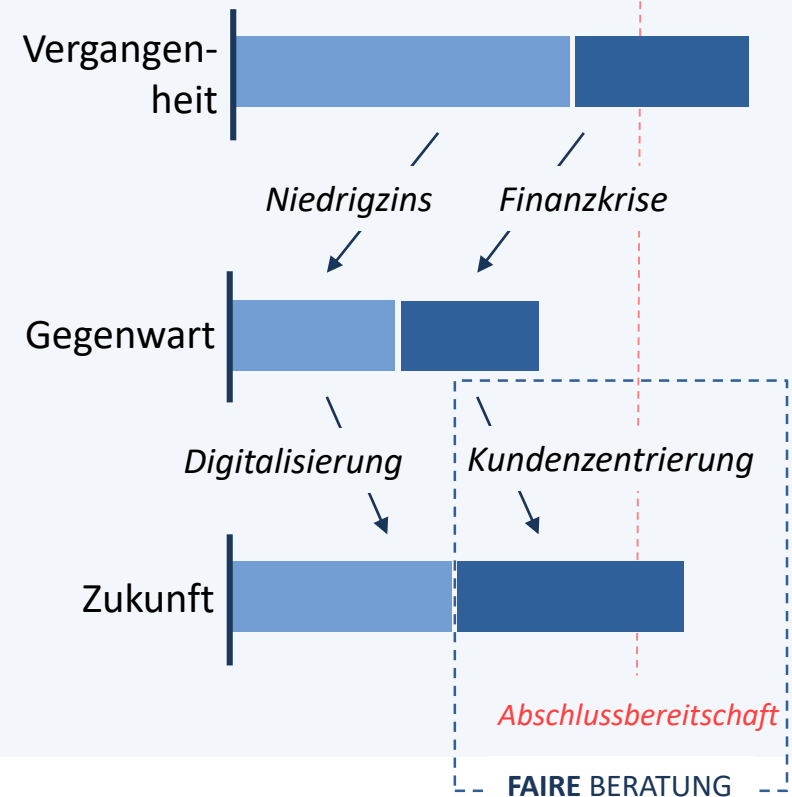
BERATUNG

- Transparenz
- Individualität
- Verständlichkeit



*Mandatorisches
Dreieck der
Beratung¹*

Kongruenz der Werte²

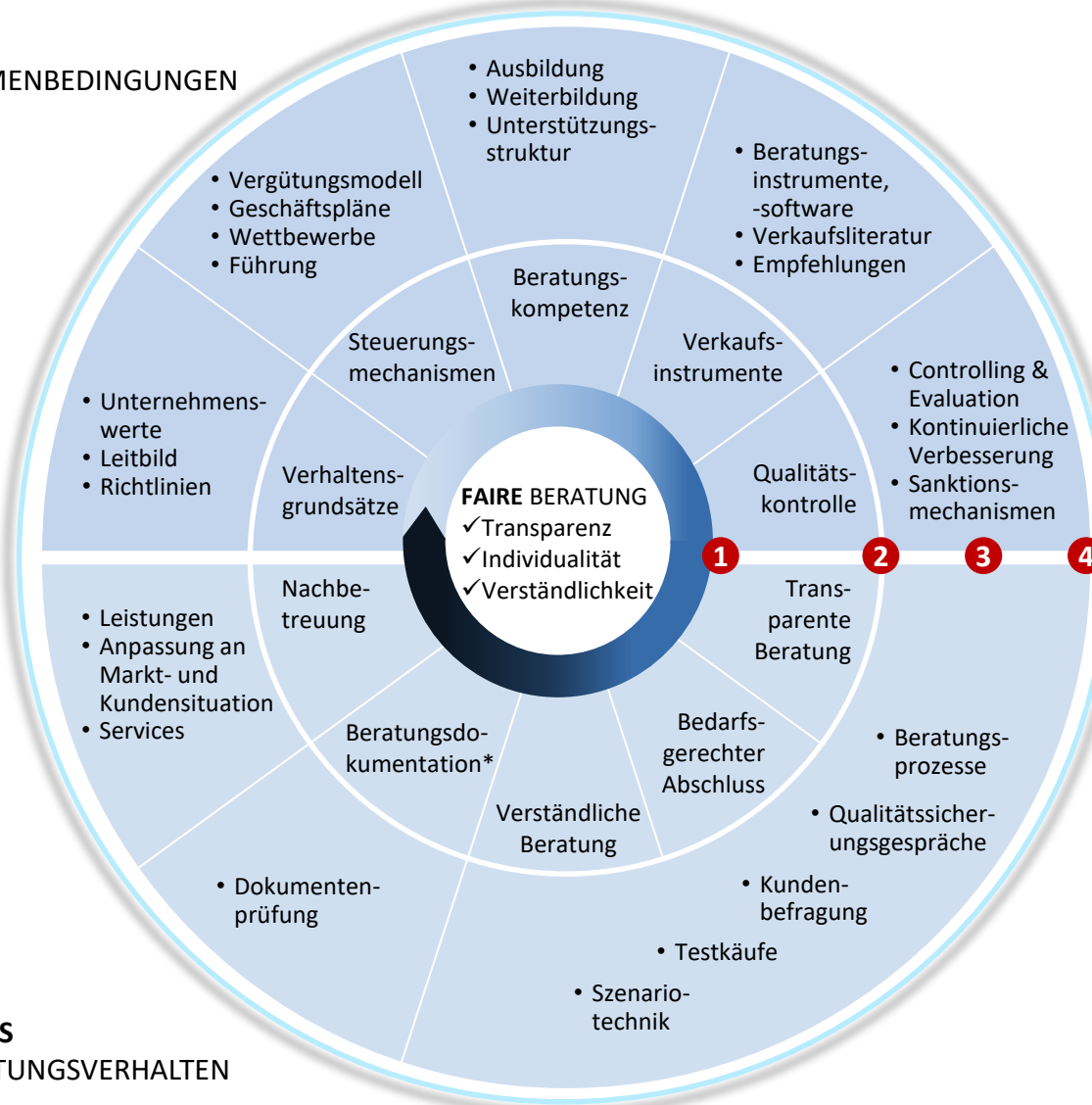


¹ Grundlagen Fairness-Begriff von John Rawls und moderne Verhaltensökonomie basierend auf Gesetzen der Reziprozität; im Gegensatz zum Magischen Dreieck der Geldanlage handelt es sich beim Mandatorischen Dreieck der Beratung um komplementäre und nicht konkurrierende Ziele

² Leistungen entsprechen Werten in der Kundenwahrnehmung

Unser Rahmenmodell verbindet die Werte der Kundenberatung mit der Steuerung und Umsetzung

FAIRE RAHMENBEDINGUNGEN



Vorgehen:

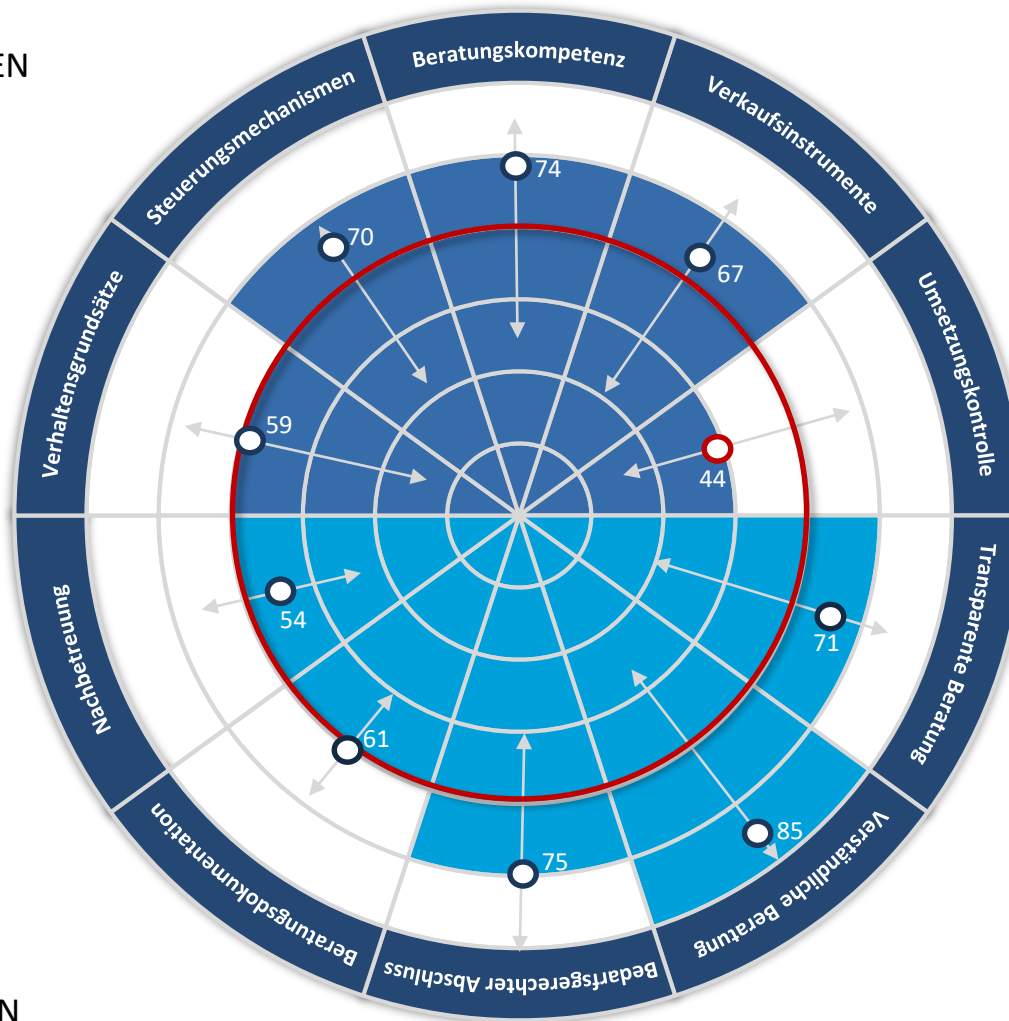
- 1 Übereinstimmung mit 10 Prinzipien
- 2 Evaluation (Statusanalyse)
- 3 Umsetzungsoptimierung
- 4 Siegel

* Geeignetheitserklärung und Aufzeichnungspflichten nach MiFID II

Die Verankerung der Beratungskultur wird mess- und steuerbar

Statusanalyse einer Bank

FAIRE RAHMENBEDINGUNGEN



Legende:

Skala 0 bis 100 Punkte

Erfüllungsniveau

Erzielter Wert über/

unter Mindeststandard

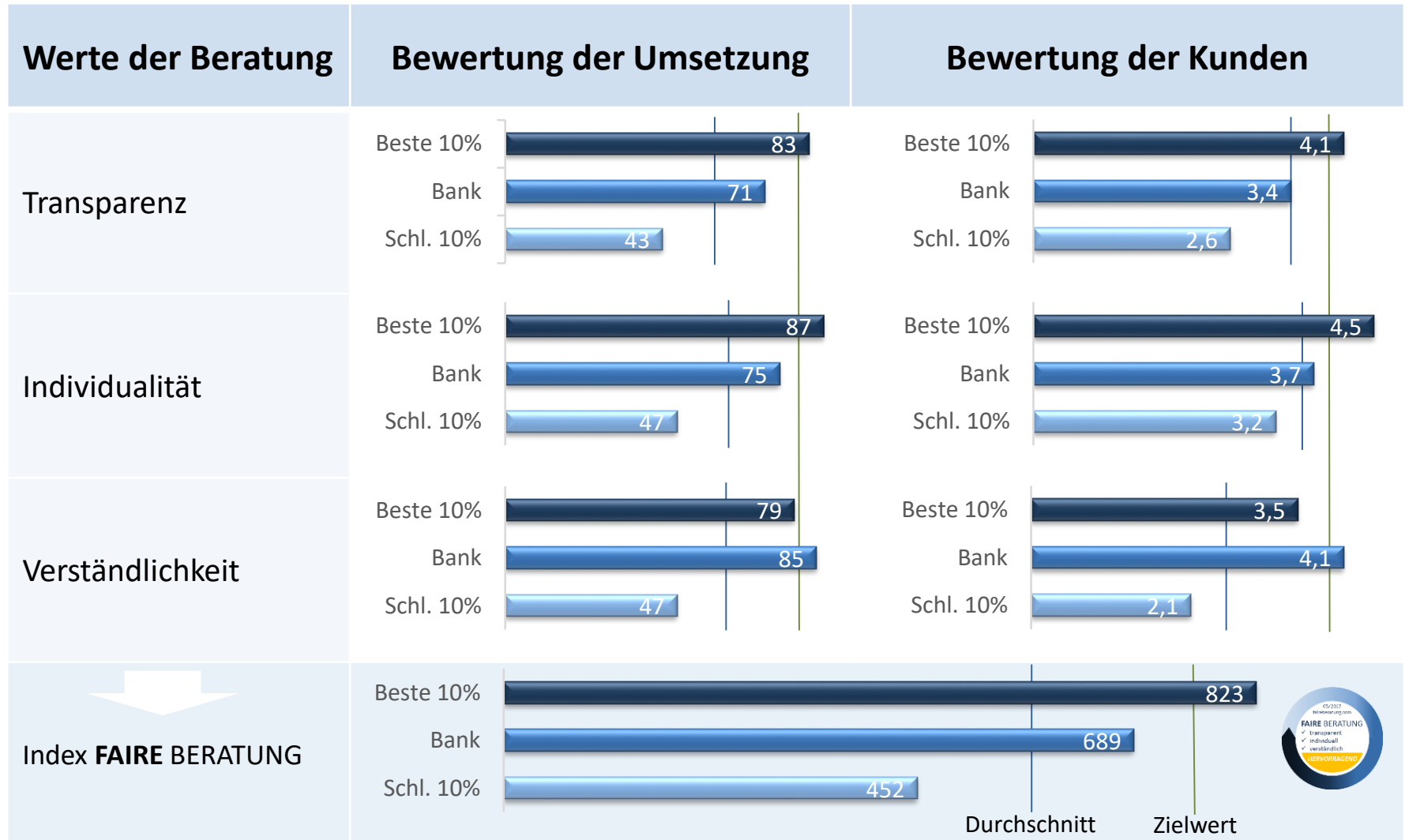
Mindeststandard

Benchmarkbereich

FAIRES BERATUNGSVERHALTEN

Die Wertfaktoren der Kundenberatung werden mess- und steuerbar

Statusanalyse einer Bank



Anwendungsfelder in Banken und Sparkassen

Vertrieb → Abschlussbereitschaft, Kundenbindung, Kundengewinnung

Marketing → Kundenerlebnisse, Differenzierungsmerkmale, Preisspielräume

Kampagnen → Verbesserung des Umsetzungserfolgs

Kommunikation/PR → Inhalte für Kommunikation und Reputation

Aus- und Weiterbildung → Bedarfsermittlung und gezieltes Bildungsangebot

Personal → Gewinnung von Talenten und Motivation der Kundenberater

Compliance → Messung Umsetzungsstand und Risikomanagement

Strategie → Entscheidungen auf Grundlage von Benchmarks und Wirkungsanalysen

Innovation → Kundenorientierter Rahmen für die Produktentwicklung

Finanzen → Einsparung von Kosten und Steigerung der Effizienz

Ansprechpartner

Prof. Dr. Dr. Alexander Brink
Universität Bayreuth
Universitätstraße 30 • 95447 Bayreuth
Fon +49 (0) 921 554 122
Mobil +49 (0) 170 510 09 49
Alexander.Brink@uni-bayreuth.de
www.unternehmensethik.org

Peter Kunze
Der Wertpapiersteuerer
Leo-Weismantel-Straße 22 • 97702 Münnerstadt
Fon +49 (0) 9733 787 573
Mobil +49 (0) 179 59 61 744
Peter.Kunze@DerWertpapiersteuerer.de
www.derwertpapiersteuerer.de

Dr. Markus Groß-Engelmann
concern GmbH
Berrenrather Straße 188c • 50937 Köln
Fon +49 (0) 221 630 660 300
Mobil +49 (0) 173 231 30 69
Markus.Gross-Engelmann@concern.de
www.concern.de

Ralf Meyer
Der Bankverkaufstrainer
Armin-Nass-Str. 42 • 96465 Neustadt bei Coburg
Fon +49 (0) 9568 89 77 92
Mobil +49 (0) 171 495 03 73
Ralf.Meyer@DerBankverkaufstrainer.de
www.derbankverkaufstrainer.de