



FAIRE BERATUNG – *gut für alle*

Informationsbroschüre

Januar 2020

Nutzen für Ihr Unternehmen

Können und Aktivität sind die Grundlage des vertrieblichen Erfolgs. Das galt in der Vergangenheit und gilt auch in der Zukunft. Darüber hinaus ist das Vertrauen der Kunden, aber auch das Selbstvertrauen der Berater zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor geworden.

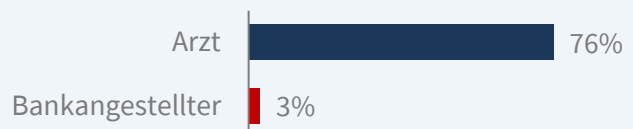
- Mit dem Siegel **FAIRE BERATUNG** dokumentieren Sie, dass Sie nicht nur Ihren Beratungsprozess, sondern auch die ganze Unternehmensorganisation auf die Kundeninteressen ausrichten.
- Kundenberater, die ihre Gespräche nach den Ansprüchen **FAIRER BERATUNG** führen, sind erfolgreicher und haben mehr Spaß an ihrer Aufgabe.
- Diese Begeisterung überträgt sich auf die Kunden. Die Kunden sind zufriedener und schließen mehr ab. Dies steigert die Kundenbindung und Empfehlungsbereitschaft.
- Sie gewinnen das Vertrauen Ihrer Kunden und somit wird es wieder leichter, Kunden von Ihren Angeboten zu überzeugen. Dies reduziert den Beratungsaufwand.
- Das Siegel **FAIRE BERATUNG** bewertet detailliert und nachvollziehbar den Stand der Umsetzung und liefert relevante Informationen für das Management.
- Es werden Siegel und Information für Kunden bereitgestellt. Diese können für Marketing und Kommunikation genutzt werden

Ausgangssituation

Die Finanzdienstleistungsbranche hat die letzten Jahre in erheblichem Maße Vertrauen von Kunden und Bevölkerung verloren. In vielen Marktforschungsstudien ist dies deutlich erkennbar. Die Frage ist, wie diese Vertrauenswerte auf das Geschäft der Unternehmen einwirken. Hierzu sind zwei Studien besonders erwähnenswert.

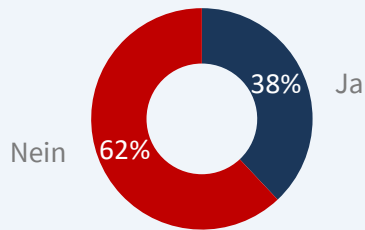
Das renommierte Meinungsforschungsinstitut Allensbach misst alle zwei Jahre das Prestige verschiedener Berufsgruppen. Der Beruf des Bankers war traditionell positiv besetzt. Dies hat sich dramatisch verändert. Während 76% der Deutschen den Arztberuf zu denen zählen, die ein hohes Ansehen genießen, sind es beim Beruf des Bankers nur 3%. Dies bleibt nicht ohne Wirkung auf das Selbstverständnis der Mitarbeiter und die Anzahl und Qualität der Bewerber (insbesondere für den Vertrieb).

Bankangestellte belegen hintere Plätze in Allensbacher Berufsprestige-Skala 2017



IfD Allensbach, 2017

Nur 38% der Kunden gehen von einer Beratung im Kundeninteresse aus



GfK im Auftrag von wikifolio, 2015

Ein weiteres, sehr beachtenswertes Ergebnis wurde von der GfK im Auftrag von wikifolio 2015 gemessen. Der Aussage „Ich vertraue darauf, dass mich meine Bank kompetent und in meinem Interesse berät.“ stimmen nur 38% der Deutschen zu. Die Mehrheit äußert Zweifel an Qualität und Unabhängigkeit der Beratung. Dieses Misstrauen kostet die Unternehmen viel Geld. Der Aufwand, Kunden zu gewinnen und von einem Produkt zu überzeugen, steigt damit dramatisch an.

RIESIGES GELDVERMÖGEN

2,5 Billionen EURO liegen laut Statistischem Bundesamt in Bargeld und Sichteinlagen. Das ist ein kurzfristig verfügbares Geldvermögen, das mit Sicherheit eines tut: Es wirft keine Rendite ab. Es ist nicht nur im Interesse von den Finanzdienstleistern, sondern auch von Kunden, dieses Geldvermögen sinnvoll anzulegen. Gerade in einem Niedrigzinsumfeld ist gute und vertrauensvolle Kundenberatung mehr denn je

gefordert. Die Finanzdienstleister haben – teilweise auch auf Druck des Gesetzgebers – erhebliche Anstrengungen unternommen, die Kundeninteressen nicht nur auf dem Papier, sondern auch im täglichen Handeln in den Mittelpunkt zu rücken. Doch dies ist offensichtlich noch nicht bei den Kunden angekommen. Den Finanzdienstleister fehlt ein wirksames Instrument, die Kunden davon zu überzeugen.

Fazit:

- Das Vertrauen der Kunden muss zurückgewonnen werden.
- Kunden müssen Anlageempfehlungen wieder vertrauen können.
- Der Beruf des Kundenberaters sollte wieder attraktiv werden.
- Die erzielten Fortschritte sollten bei den Kunden ankommen.
- Es wird ein Instrument benötigt, das Finanzdienstleister dabei unterstützt.

Zielstellung und Handlungsbedarf

Das Kundeninteresse in den Mittelpunkt des Handelns zu rücken, bedeutet weit mehr als den Service zu optimieren. Es erfordert die Bereitschaft, die Arbeitsweise des Unternehmens umfassend zu prüfen und zu verbessern. Dies wird für Kunden bei einer FAIREN BERATUNG auf drei Ebenen erlebbar.

1. **Transparenz:** Alle wesentlichen Informationen werden erläutert, selbst wenn es dazu führen könnte, dass sich der Kunde gegen ein Angebot entscheiden.
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.

Kundeninteressen im Mittelpunkt heißt Individualität, Transparenz und Verständlichkeit



ANSTRENGUNGEN FÜR DIE KUNDEN

Es erfordert einige Anstrengungen, dieses Ergebnis für Kunden zu erreichen. Die Steuerungsmechanismen bei Finanzdienstleistern stehen teilweise immer noch nicht im Einklang zum geforderten kundenfokussierten Verhalten der Berater. Auch die Macht der Gewohnheit, traditionellen Verhaltensmustern in der Kundenberatung zu folgen, ist nicht zu unterschätzen.

Es ist eine Herausforderung, einen Veränderungsprozess in der Organisation und dem Verhalten seiner Menschen herbeizuführen. Dies muss von einem ganzheitlichen, systemischen und nachhaltigen Ansatz begleitet werden.

Zu diesem Zweck wurde das Siegel **FAIRE BERATUNG** entwickelt. Es hilft Finanzdienstleistern dabei, die richtigen Maßnahmen einzuleiten, ihre Fortschritte zu messen und mit anderen Mitbewerbern zu vergleichen.

Es setzt folgerichtig auf den Ebenen **FAIRE RAHMENBEDINGUNGEN** und **FAIRES BERATUNGSVERHALTEN** an. Die Aufstellung der Unternehmen bezüglich der Rahmenbedingungen und das Beratungsverhalten werden jeweils anhand von 5 Handlungsfeldern bewertet, die in nachfolgender Abbildung dargestellt sind. Der Rahmen gibt die Struktur des Instruments vor.

Rahmenbedingungen und Beratungsverhalten werden aufeinander abgestimmt



Funktionsweise des Siegels

Die Bewertung im Siegel FAIRE BERATUNG erfolgt anhand der zuvor aufgeführten 10 Handlungsfelder.

Der Anspruch an jedes Handlungsfeld wurde im Sinne eines Wertmaßstabs in einem Prinzip formuliert. Die 10 Handlungsfelder FAIRER BERATUNG bilden den Verhaltenskodex des Instrumentes. Die Unternehmen sollten zunächst überprüfen, ob sie diesem Muster-Kodex folgen. Viele Unternehmen haben bereits vergleichbare Leitsätze entwickelt oder haben sich entsprechenden Verbandsinitiativen angeschlossen. Die Anerkennung der Prinzipien

ist die Voraussetzung für das Modell der FAIREN BERATUNG.

Das Siegel überprüft, wie weit eine FAIRE BERATUNG im Bereich der Rahmenbedingungen und des Beratungsverhalten unterstützt und umgesetzt wird. Dabei geht es fachlich und methodisch um die relevanten Details des operativen Geschäfts.

Das Konzept ist ein von Wissenschaftlern und Praktikern entwickeltes Mess- und Expertensystem, das die Umsetzung in den Unternehmen anhand von über 400 Qualitätskriterien bewertet. Grundlage der Bewertung sind Dokumente und Instrumente der Unternehmen sowie empirische Testverfahren. Das Instrument verfolgt höchste Qualitätsansprüche und ist in dieser konzeptionellen Tiefe einzigartig in Deutschland.

Die Umsetzung des Konzeptes erfolgt in vier Schritten:

- 1. Anerkennung 10 Handlungsfelder FAIRER BERATUNG:** In dieser Phase wird geklärt, ob die Zielrichtung des Finanzdienstleisters dem Konzept **FAIRER BERATUNG** entspricht.
- 2. Statusanalyse FAIRE BERATUNG:** Mit einem konsolidierten Instrument zur Prüfung der Ausgangssituation bei den Unternehmen wird eine erste Bewertung vorgenommen und Handlungsbedarf aufgezeigt. Es basiert auf Selbstauskünften der Unternehmen und wird unabhängig plausibilisiert. Stichprobenprüfungen können vor Freigabe des Ergebnisses durch das Expertengremium erforderlich sein.
- 3. Umsetzungsoptimierung FAIRE BERATUNG:** Vor der Durchführung einer Evaluation sollten die Empfehlungen aus der Statusanalyse bearbeitet werden. Gerne werden hierzu geeignete Ansprechpartner benannt, die in dem Konzept geschult sind und danach arbeiten.
- 4. Siegel FAIRE BERATUNG:** Die Durchführung der Evaluation bedeutet eine vollständige Bestandsaufnahme beim Unternehmen. Unterlagen müssen zur Prüfung bereitgestellt werden. Es erfolgen eine umfassende Prüfung und Bewertung, die auf den nächsten Seiten erläutert werden.

Leistungen Siegel FAIRE BERATUNG

Das Instrument zeigt systematisch auf, was bislang im Unternehmen erreicht wurde, um so entscheidende Informationen für weitere Verbesserungen zu erhalten. Die Ergebnisse werden dazu quantifiziert und anhand diverser Analyseinstrumente ausgewertet. Anschließend kann es von Kreditinstituten und Finanzdienstleistern für Kommunikation und Marketing genutzt werden.

Aufbauend auf dem Radar **FAIRER BERATUNG** werden die Stärken und Entwicklungsfelder von Unternehmen in den einzelnen Handlungsfeldern aufgezeigt. Anhand von definierten Mindeststandards und Vergleichsdaten können Unternehmen sich besser selbst ein

schätzen und die richtigen Veränderungen einleiten. Neben der quantitativen Auswertung wird das Ergebnis genau erläutert und Empfehlungen zur weiteren Optimierung ausgesprochen.

Der Fairness-Radar zeigt Stärken und Potenziale



In einer weiteren Analyse wird die erzielte Position im Handlungsrahmen aufgezeigt. Unternehmen können auf dieser Grundlage Ist- und Zielposition bestimmen, geeignete Maßnahmen ableiten und Fortschritte überprüfen.

Das Ergebnis der Evaluation wird in einem Siegel dokumentiert, das für Marketing und Kommunikation genutzt werden kann. Es wird eine übersichtliche und verständliche Kundenbroschüre mit den Hintergrundinformationen zu dem Siegel bereitgestellt. Weitere Detailinformationen können Kunden und Öffentlichkeit einer Website entnehmen.

Zu den Leistungen im Siegel **FAIRE BERATUNG** gehören die Steuerung der gesamten Abwick-

lung und die Bereitstellung von Fachinformationen. Die Erhebung erfolgt anhand von Erfassungsinstrumenten. Im Rahmen des Siegels sind entsprechende Nachweise zu erbringen (z.B. Dokumente, Marktforschungsergebnisse). Die Auftraggeber erhalten als Ergebnis umfangreiche Auswertungen, Vergleichsdaten, Handlungsempfehlungen, Siegel und Vermarktungsunterlagen.

Die **Leistungsübersicht** entnehmen Sie bitte der folgenden Tabelle. Die Preise werden auf Anfrage bereitgestellt.

PAKET „PLUS“	PAKET „PREMIUM“	PAKET „EXKLUSIV“
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kick-off mit Vorstand und Projektleitung: Konzept, Schwerpunkte, Tools ✓ Potenzialanalyse: Unterstützung Dateneingabe, Qualitätssicherung, Auswertung Ergebnisse ✓ Präsentation der Ergebnisse in der Bank und Handlungsempfehlungen 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kick-off mit Vorstand und Projektleitung: Konzept, Schwerpunkte, Tools ✓ Potenzialanalyse: Unterstützung Dateneingabe, Qualitätssicherung, Auswertung Ergebnisse ✓ Mitarbeiterbefragung: Online-Fragebogen, Hotline, Auswertung Ergebnisse ✓ Kundenbefragung: Online-Fragebogen, Hotline, Auswertung Ergebnisse ✓ Präsentation der Ergebnisse in der Bank und Handlungsempfehlungen 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kick-off mit Vorstand und Projektleitung: Konzept, Schwerpunkte, Tools ✓ Potenzialanalyse: Unterstützung Dateneingabe, Qualitätssicherung, Auswertung Ergebnisse ✓ Mitarbeiterbefragung: Online-Fragebogen, Hotline, Auswertung Ergebnisse ✓ Kundenbefragung: Online-Fragebogen, Hotline, Auswertung Ergebnisse ✓ Präsentation der Ergebnisse in der Bank und Handlungsempfehlungen ✓ Umsetzungskonzept: Ausarbeitung der Maßnahmenpakete und des Umsetzungsplans ✓ Kick-off mit zuständigen Mitarbeitern und Start der Maßnahmenumsetzung

Das Siegel kann nicht käuflich erworben werden, sondern wird bei Erreichen der Qualitätskriterien erteilt.

Ansprechpartner

Das Siegel FAIRE BERATUNG wurde mit einer Expertengruppe bestehend aus Wissenschaftlern und Praktikern aus dem Finanzdienstleistungsmarkt entwickelt.

Das Instrument wird laufend aktualisiert und erweitert. Es baut auf einem umfassenden Expertenwissen, wissenschaftlichen Arbeiten, empirischen Studien und anderen Bewertungssystemen auf. Das Evaluationssystem besteht aus einem komplexen Bewertungssystem. Die Freigabe des Siegels setzt eine Zustimmung des Siegel-Komitees voraus. Weitere Informationen zu dem Expertenkreis erhalten Sie auf Anfrage. Auch für alle weiteren Fragen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung!

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

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

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

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

FAIRE BERATUNG

Transparenz • Individualität • Verständlichkeit