

NEUTRALE BERATUNG

# Die Ziele jeder Kundenbeziehung



**Erich Hächler**

Seit jeher wird im Zusammenhang mit dem Thema Finanzberatung bzw. Finanzplanung die gleiche

These strapaziert: Wer eigene Finanzprodukte verkauft oder vermittelt, könne grundsätzlich nicht objektiv und optimal beraten. Das Ertrags- bzw. Kommissionsinteresse verhindere zwangsläufig eine zufriedenstellende Berücksichtigung der Kundenansprüche. Einzig Produktneutralität könne eine wirklich neutrale Beratung des Interessenten garantieren. Demgegenüber kommt hingegen die Mehrheit der Kunden mit der bei Finanzinstituten und Maklern/Brokern nicht überall vorhandenen Produktneutralität an sich aber ganz gut zurecht. Enttäuschungen beruhen vermutlich eher - vor allem im Finanzanlagenbereich - auf nicht erfüllten Renditeerwartungen als auf der vorangehenden Beratung. Sind Kunden unzufrieden, weil ihr Berater ein Produkt verkaufen will? Oder weil er nur seine Produkte verkaufen will? Oder weil er teurer ist als die Konkurrenz? War der Berater allenfalls überfordert, hat er falsche Er-

**Erich Hächler**, EHA Anlageberatung & Vermögensverwaltung, Küttigen, [www.pensionsplanung.ch](http://www.pensionsplanung.ch).

Der FPVS hat den Artikel nicht auf die fachliche Richtigkeit überprüft. Die fachliche Verantwortlichkeit liegt beim Autor.

Eine dauerhafte Kundenbindung entsteht nur, wenn **Vertrauen, Zufriedenheit und Loyalität** aus Kundensicht vorhanden ist.

**ERICH HÄCHLER**

wartungen geweckt, falsche Versprechungen gemacht oder schlicht und einfach schwachen Service geliefert?

## Bindung zwischen Berater und Kunde

Wirklich gute, dauerhafte Kundenbindungen entstehen nur, wenn die drei meiner Meinung nach wichtigsten Aspekte - Vertrauen, Zufriedenheit und Loyalität - aus Kundensicht vorhanden sind, wobei Loyalität sich erst aus einer langjährigen Beziehung heraus entwickelt. Vertrauen basiert vorwiegend auf der fachlichen Kompetenz des Beraters, mit seiner unbedingten Zuverlässigkeit und seinem korrektem Auftreten, an sich eine Selbstverständlichkeit. Was ein Kunde dabei an seinem Berater als fachliche und persönliche Kompetenz empfindet, definiert er selbst; und in diesem Bereich spielen die spezifischen Erwartungen des Kunden eine grosse Rolle. Der Kunde möchte sich als Individuum und mit seinen individuellen Problemen angenommen - also wahrgenommen - wissen. Im Finanzberatungsbereich gehört offenbar das Fachsimpeln über die

Börse und die Entwicklung der Märkte dazu, aber das findet in der Regel auch mit dem Banker oder am Stammtisch statt. Die Kundenzufriedenheit bezieht sich vorwiegend auf die Dienstleistung seines Beraters, darunter werden die geleisteten Qualitäten früherer Beratungen verstanden. Loyalität entsteht - wie bereits erwähnt - erst im Laufe der Zeit. Diese drei Aspekte müssen die Ziele beim Aufbau jeder Kundenbeziehung sein.

## Gesunder Menschenverstand

Wie findet man nun seinen persönlichen Berater? Dies ist eine berechtigte Frage. Die persönliche Beziehung zwischen Kunde und Berater kann von niemandem bewertet werden als vom Kunden selbst. Ein Vertrauensverhältnis zu quantifizieren ist unmöglich. Dem einen bedeutet Vertrauen alles, einem anderen hingegen ist es völlig gleich, mit wem er es zu tun hat, solange nur Gewinne dabei heraussehen. Wenn Sie als Kunde heute entscheiden, die Beratung eines neutralen unabhängigen Vermögensverwalters oder im Versicherungsbereich ei-

nen Broker bzw. Makler zuzuziehen, weil Sie z.B. unzufrieden sind mit dem bisherigen Ansprechpartner/Berater oder was auch immer, hüten Sie sich davor, irgendwelchen marktschreierischen Inseraten auf den Marketing-Leim zu gehen. Im eigenen Berufsstand weiss man doch relativ schnell, wer professionell etwas taugt und wer eher ein «Blender» ist. In diesem Dienstleistungsbe- reich ist es mitunter schwierig, objektiv die Besten des Fachs ausfindig zu machen. Jedenfalls sollten Sie sich nicht darauf beschränken, lediglich bei Ihrer aktuellen Hausbank oder Versicherungsgesellschaft nach einer Vertrauensperson Ausschau zu halten. Vertrauen Sie bei der Auswahl Ihres Beraters / Ihrer Ansprechperson auf den gesunden Menschenverstand und auch ein wenig auf Ihre Intuition. Was nützt Ihnen z.B. der Beste seines Berufes, wenn er Ihnen als Mensch unsympathisch ist? Erfahrungsgemäss sage ich, dass Sie sich von dieser Person nicht beraten lassen (obwohl er aus fachlicher Sicht absolut geeignet wäre). Ich habe bereits in einem früheren Artikel darauf hingewiesen, dass der wichtigste Aspekt der Begriff «Chemie» ist; d.h. die Chemie zwischen Ihnen als Kunde und Ihrem Berater - Ihrer Bank oder Versicherung - muss ganz einfach stimmen. Bei der Suche bzw. Auswahl können Sie auch auf Hinweise oder Ratschläge aus Ihrem Bekann- tenkreis zurückgreifen. ■