

Vertrauen durch Transparenz und Kommunikation

Langfristige Kundenbindung und individuelle Beratung sind im Banken- und Finanzbereich als Dienstleistungen wichtig

Von Mirko H. Geck

Die Banken sind Unternehmen, die im Wesentlichen Kredite vermitteln und bereitstellen, Geldanlagemöglichkeiten eröffnen sowie den bargeldlosen Zahlungsverkehr abwickeln und vereinfachen. Die wichtigste volkswirtschaftliche Aufgabe der Banken besteht darin, Gelder von Sparern anzunehmen und als Kredite an Unternehmen und Haushalte zur Finanzierung von Investitions-, beziehungsweise Konsumgütern zu vergeben.

Der deutsche Bankenmarkt weist dabei im europäischen und internationalen Vergleich eine hohe Wettbewerbsintensität auf. Er ist durch eine große Anzahl von Wettbewerbern und eine hohe Filialdichte gekennzeichnet. Was für die Verbraucher ein Vorteil ist, stellt für die Banken aufgrund abnehmender Gewinnmargen eine wachsende Herausforderung dar.

Durch die Finanz- und Wirtschaftskrise und der seit Monaten andauernden Diskussionen um die Stabilität des Euro sind die Banken beziehungsweise die Berater in eine Vertrauenskrise geraten, in deren Folge die Verbraucher einer Bankberatung und Finanzprodukten mit zum Teil großer Skepsis begegnen. Die Transparenz von Finanzprodukten und Beratungsprozessen sowie die verantwortungsvolle Kommunikation von Risiken werden wichtige Bausteine sein, Vertrauen zurückzugewinnen. So-



Es geht nicht ums Geld allein: Ein individueller und nachhaltiger Kundenservice steht heute im Bereich der Finanzdienstleistung im Fokus.

Foto: dpa

wohl die Qualität der Dienstleistungen als auch das Vertrauen der Kunden gegenüber einer Bank hängen dabei entscheidend von den jeweiligen Mitarbeitern ab. Erst die Mitarbeiter machen Qualität einer

Finanzdienstleistung für den Kunden erlebbar. Insbesondere für die langfristige Kundenbindung wird es wichtig sein, dass die Beratung individuell auf den einzelnen Kunden zugeschnitten ist. Da jedoch we-

der die Lebensumstände noch die persönlichen Wünsche und Ziele statisch sind, sondern laufend Veränderungen erfahren, Gesetze oder das Anlageumfeld sich ändern können, sollten in regelmäßigen Zeitab-

ständen einmal getroffene Entscheidungen überprüft und gegebenenfalls angepasst werden. Eine wohldurchdachte, zielgerichtete Aufteilung des Vermögens auf Aktien, Festverzinsliche Wertpapiere, Immobilien,

Versicherungen oder anderer Anlagealternativen ist mehr denn je unerlässlich.

Neben der Beratung vor Ort wird sich der Trend, Bankgeschäfte online und mobil zu erledigen weiter verbreiten. Mobiles Banking wird sich auch im privaten Bereich als selbstverständlich durchsetzen, denn der mobile Zugang wird in den kommenden Jahren den stationären nahezu ablösen. Auch wenn diese Wege an Bedeutung gewinnen, wird der persönliche Kontakt zum Berater vor Ort für die Mehrheit der Kunden dazugehören insbesondere für diejenigen, die auf intensive Beratungsleistungen und Beratungsqualität angewiesen sind.

Zentrale Herausforderung bleibt die Intensivierung der Kundenbindung. Die voranschreitende Individualisierung sowie die schwindende Kundenloyalität ist ein ungebrochener gesellschaftlicher Trend. Diesem wird verstärkt mit einem qualitätsorientierten Beziehungs-Management begegnet. Zur Sicherstellung einer hohen Kundenbindung muss ein kontinuierlicher Prozess der Überprüfung und Verbesserung installiert werden, der vom Produktangebot über die Beratung sowie den Service bis hin zum Beschwerdemanagement reicht. Es muss sichergestellt werden, dass Qualitätsstandards in den Prozessen verankert und gelebt werden. Nur so wird es den Banken gelingen, nachhaltig erfolgreich am Markt zu agieren.