

# Meine Meinung



triplus Beratung  
Sonnefeld 24  
6012 Obernau

Telefon +41 41 320 52 30  
Mobile +41 76 543 08 76  
Fax +41 41 320 52 31  
E-Mail b.hilfiker@triplus.ch  
Internet www.triplus.ch

## Stellungnahme zum Artikel «Finanzkrise fördert Beratungsmängel zutage»

### Leserbrief:

erschienen in der Finanz und Wirtschaft, Ausgabe vom 30.09.2009

### Finanzkrise und Beratungsmängel

#### FuW Nr. 69 vom 5. September

Mit Interesse habe ich den Artikel von Felix Horlacher «Finanzkrise fördert Beratungsmängel zutage» in der FuW-Beilage Finanz-Weiterbildung gelesen. Besonders die Aussage «Der reine Produktverkauf, auf Rendite ausgerichtet und von den Kundenbedürfnissen losgelöst, nützt auf die Dauer weder den Kunden noch ihren Beratern und deren Instituten» ist absolut treffend.

Aus meiner Erfahrung ist der erste Schritt im Beratungsgespräch, das Verstehen – oder noch besser das Begreifen – des Kunden und seiner Situation, die entscheidende Basis für eine gute Beratung. Da hapert es bei den meisten Beratern. Viel zu schnell werden Lösungen, sprich Produkte, präsentiert, die dann eben nicht auf die Situation des Kunden zugeschnitten sind. Ich stimme zu, eine «Korrektur im Denken» ist nötig. Dazu braucht es zwei einfache Schritte, die jedoch die ganze Finanzbranche nachhaltig verändern werden.

Erstens: Beratung darf nicht durch einen Produktverkauf bezahlt werden. Sonst wird die Produktorientierung in der Beratung nie verschwinden. Konkret bedeutet dies, dass die Beratungszeit durch den Kunden bezahlt werden muss. Nur so kann sichergestellt werden, dass der Bera-

ter die Interessen und Bedürfnisse des Kunden in den Vordergrund stellt.

Die Finanzbranche muss zwischen Beratung und Produktvertrieb eine klare Trennlinie ziehen. Optimal wäre die Aufteilung in verschiedene Unternehmen, eine Beratungs- sowie eine Produktfirma. Damit wäre auch sichergestellt, dass durch die entstehende Konkurrenz das Preis-Leistungs-Verhältnis der Produkte besser würde und die Berater an ihrer Beratungs- und nicht mehr an ihrer Verkaufskompetenz gemessen werden.

Zweitens: In der Ausbildung müssten die Fragetechniken zum Schritt «Verstehen der Kundensituation» im Vordergrund stehen. Selbstverständlich sind die fachlichen Aspekte nicht zu vernachlässigen. Jedoch: Was nützt mir der beste Arzt, wenn er nicht weiss, wie er mich untersuchen soll (und er erst noch über das Medikament bezahlt wird, das er mir verschreibt)?

Solange der Vertrieb von Produkten finanziell honoriert wird (sei es durch lohn- und bonusabhängige Zielvorgaben oder durch Provisionen, Kick-backs etc.), wird eine nachhaltige und kundenorientierte Beratung zweitrangig sein. Schade, so werden wir in der nächsten Finanzkrise wieder über die gleichen Beratungsmängel diskutieren.

**B. HILFIKER**, Triplus Beratung, Obernau

Benedikt Hilfiker

30. September 2009



#### Beilagen:

- 1) Auszug aus dem Artikel FuW vom 05.09.2009 (Beilage 1)
- 2) Originalartikel FuW vom 05.09.2009 (Beilage 2)