



Finanzberatung

Junge Kunden brauchen junge Berater – Chance für den schnellen Beratungserfolg

Eine im Herbst 2008 erstellte Studie des Marktforschungsinstituts TNS Infratest belegt, dass 91,5 % der 20 – 29-Jährigen in Deutschland offen für den Rat eines Finanzberaters sind. Dabei haben Sie klare Vorstellungen, was einen guten Berater ausmacht.

So erwarten Sie nicht nur hohe fachliche Kompetenz, sondern auch Eigenschaften wie Vertrauenswürdigkeit und die Fähigkeit Zusammenhänge anschaulich erklären zu können. Wer Erfolg in der Finanzberatung haben möchte, braucht also Zeit für seine Kunden und den Blick für das große Ganze. Finanzdienstleister sind damit in der Pflicht, einen Rahmen zu schaffen, in dem sich junge Kunden wohl fühlen. Mit der Entwicklung des Juniorberater-Konzeptes hat das Unternehmen Bonnfinanz bereits vor einigen Jahren auf diese Trend reagiert. Nachdem es als Pilotprojekt erfolgreich getestet wurde, hat Bonnfinanz das Juniorberater-Konzept 2008 in ganz Deutschland eingeführt. So können junge Leute nach ihrer Ausbildung oder ihrem Studium direkt in die gesamtbedarfsorientierte Finanzberatung einsteigen und Kunden als gleich-

altrige Finanzexperten gegenüber gestellt werden, die sich besonders gut in sie einfühlen können.

Wie die jungen Bankkaufleute es schaffen, den Anforderungen der Kunden gerecht zu werden und wie sie den Start bei Bonnfinanz erlebt haben, berichten vier Berater.

Karina Lehmann, 22, Plauen

„Es macht Spaß, für andere Menschen da zu sein“

Schon während meiner Ausbildung als Bankkauffrau habe ich gemerkt, dass es mir großen Spaß macht Kunden zu beraten. Sie spüren, dass ich mit ganzem Herzen bei der Sache bin und dass ihre



Zufriedenheit bei mir an erster Stelle steht. Aus meiner Erfahrung sind Kunden zufrieden, wenn ich mir viel Zeit für sie nehme und sie sich in ihrem Anliegen ernst genommen fühlen. Zudem muss die Beratung verständlich sein und Ergebnisse mit messbarem Nutzen bringen. Vertrauen entsteht nicht durch das Erschlagen mit Fachwissen und Zahlenbergen. Stattdessen ist es wichtig, mit anschaulichen Modellen und einfachen Berechnungen zu arbeiten, die der Kunde nachvollziehen kann. Ich bin jung und meine Kunden wissen, dass ich mit ihnen in eine gemeinsame Zukunft gehen möchte. In der täglichen Beratung merke ich, dass ich vor allem bei jungen Kunden einen großen Vorteil habe. Sie brauchen beim Thema Altersvorsorge oft noch den einen oder anderen Denkanstoß. Hier kann ich mich durch mein Alter besonders gut in ihre Wünsche und Vorstellungen hineinversetzen und ihnen Lösungen aufzeigen, die sie annehmen können. Damit ich aus allen Finanzbereichen eine passende, individuelle Strategie zusammenstellen kann, kann ich mir jederzeit von erfahrenen Kollegen Rat holen. Zudem habe ich gerade am Anfang viele Schulungen und Coachings bekommen, die mir sowohl bei fachlichen Fragen als auch beim Umgang mit dem Kunden wertvolle Tipps gegeben haben. Wir tauschen unsere Erfahrungen mit Juniorberatern in anderen Geschäftsstellen aus. So telefonieren wir und sehen uns regelmäßig auf Juniorberater-Veranstaltungen, auf denen nicht nur Wissensvermittlung, sondern auch viel Erfahrungsaustausch im Mittelpunkt steht. Mein Ziel ist eine Karriere als Führungskraft.

.. / Die wichtigsten Umfrageergebnisse auf einen Blick

Im September 2008 hat das Marktforschungsinstitut TNS Infratest eine Studie zum Thema Finanzberatung durchgeführt. Dafür wurden 1050 Menschen in ganz Deutschland zwischen 20 und 65 Jahren befragt.

Nahezu alle Interviewpartner zwischen 20 und 29 Jahren sind offen für den Rat eines Finanzberaters (91,5 %). Die meisten legen dabei besonderen Wert auf langfristige Betreuung (60,1 %) und fühlen sich mit einem einzelnen Ansprechpartner am wohlsten (58,1 %).

85,6 % der Befragten zwischen 20 und 29 Jahren halten die fachliche Qualifikation für die wichtigste Eigenschaft eines Finanzberaters, dicht gefolgt von so genannten „weichen Faktoren“ wie Vertrauenswürdigkeit (84,9 %) und der Fähigkeit, komplexe Zusammenhänge verständlich zu machen (69,4 %) sowie sich bei seinem Angebot ganz auf den Kunden einzustellen (67,2 %).

**Pierre Plitt,
23, Gondels-
heim**

*„Mein Ziel ist etwas
zu bewegen“*

Um als Finanzbe-
rater erfolgreich zu
sein, sind vor al-
lem Motivation und freundliche Be-
harrlichkeit wichtig. Ich orientiere mich
an kurz-, mittel- und langfristigen Zie-
len, die ich mir selbst stecke und lege
fest, was ich tun muss, um sie zu errei-
chen. So gehe ich auch in der Kunden-
beratung vor: Anhand der genauen
Vorstellungen meiner Kunden erarbeite
ich ein individuelles, zielorientiertes
Konzept, das ihnen greifbare Vorteile
bringt. Gerade junge Leute wollen keine
Produkte von der Stange, sondern Lö-
sungen, die flexibel sind. Sie wissen,
dass es in ihrem Leben auch kurzfristig
noch viele Veränderungen geben wird.
Durch mein Alter kann ich lange für sie
da sein, so dass sie nicht ständig mit
wechselnden Beratern konfrontiert wer-
den. Vertrauen muss eben auch wach-
sen können. Mithilfe spezieller Bera-
tungsprogramme kann ich mein Kon-
zept mit anschaulichen Auswertungen
und Berechnungen untermauern. In be-
stimmten Fachbereichen wie beispiels-
weise Baufinanzierungen ziehe ich dann
einen Spezialisten hinzu. So lerne auch
ich bei jedem Fall dazu und baue meine
Fachkompetenz kontinuierlich und vor
allem praxisnah aus. Das ist besser als
die Beratung in eine andere Abteilung
abzugeben. Der Kunde behält auch hier
mich als seinen festen Ansprechpartner.
Durch das Juniorberater-Projekt hatte
ich im April 2006 – damals war das Pro-
jekt noch in der Pilotphase – direkt nach
meiner Ausbildung zum Bankkaufmann
hervorragende, leistungsorientierte Kar-
rierespекtiven, und das mit einem
flexiblen Modell, das derzeit wahr-
scheinlich einzigartig im Markt ist.



**Stefanie
Rösch, 23,
Heideck**

*„Karrierechancen
in einer familiären
Atmosphäre“*

Nach meiner Aus-
bildung in der Bank
war es mir wichtig, unabhängig beraten
und ganzheitliche Finanzlösungen an-
bieten zu können. Durch die Seminare,
Schulungen und den ständigen Aus-
tausch mit anderen ist mir der Einstieg
bei Bonnfinanz leichter gefallen als da-
mals die Einarbeitung in der Bank. Mit
meiner Betreuerin kann ich über meine
Ziele für die nächste Zeit sprechen und
mir Tipps holen. Wir sind in der Ge-
schäftsstelle Heideck insgesamt zu sechst
und arbeiten in einer geradezu familiären
Atmosphäre. Das hilft mir auch, um eine
optimale Strategie für meine Kunden
entwickeln zu können, denn ich bekom-
me auf verschiedenen Wegen Unterstüt-
zung: Das breite Fachwissen, aber vor
allem auch die langjährige Beratungser-
fahrung meiner Kollegen ermöglichen
mir, Prozesse anschaulich darzustellen
und nachvollziehbare Berechnungen für
den Kunden vorzubereiten. Dabei wer-
den verschiedene Einflüsse wie z. B. In-
flation, Steuersätze, Fördermittel und
Sozialabgaben anschaulich berücksich-
tigt. Wichtig ist, sich auch einmal eine
zweite Meinung einholen zu können,
denn jeder hat eben auch spezielles
Fachwissen, aus dem ich schon oft wert-
volle Tipps bekommen habe. Das sichert
dem Kunden die bestmögliche Beratung
und mir eine kontinuierliche, unkompli-
zierte Weiterentwicklung. Hierarchie
spielt dabei keine Rolle. Hier werde ich
nach meiner Leistung und meiner per-
sönlichen Eignung beurteilt. Das schätze
ich am Juniorberater-Konzept besonders.
Dass ich mich wohl fühle und Aner-
kennung bekomme, spüren auch die
Kunden.



**Sven Krämer,
24, Wall-
hausen**

*„Ich füge die Teile
zum Ganzen zu-
sammen“*

Bei Bonnfinanz
kann ich mich auf
das konzentrieren, was mir am meisten
Spaß macht: die Beratung. Welcher Fi-
nanzberater kann sich für seine Kunden
schon zwei bis drei Stunden Zeit für ein
erstes, unverbindliches Gespräch neh-
men? Bei der gesamtbedarfsorientierten
Beratung geht es darum, anhand ihrer
Ziele und Wünsche sowie ihrer Voraus-
setzungen verschiedene Puzzleteile so
zusammensetzen, dass am Ende alles
passt. Scheu davor braucht aber kein Ju-
niorberater zu haben. Durch meine Aus-
bildung zum Bankfachwirt und die in-
tensive Unterstützung meiner neuen
Kollegen konnte ich von Anfang an
kompetente Beratung anbieten. Ich
möchte Menschen helfen, die richtige
Entscheidung zum richtigen Zeitpunkt
zu treffen und das Beste aus ihren Mög-
lichkeiten zu machen. Meine Kunden
wissen, dass ich unabhängig von Pro-
duktvorgaben arbeite und auf eine brei-
te Palette an Angeboten verschiedener
namhafter Banken und Versicherer zu-
rückgreifen kann. Das schafft Vertrauen
und erleichtert mir die Argumentation
erheblich. Gleichzeitig erleben die Kun-
den, dass ich bei allen Fragen für sie da
bin – unabhängig davon, ob es direkt zu
einem Verkauf kommt. Wenn Kunden
bei mir anrufen, landen sie außerdem
nicht in den endlosen Warteschleifen
eines Call-Centers, sondern erreichen
umgehend mich oder einen kompeten-
ten Kollegen. Die Beratung läuft sehr
gut und täglich merke ich, dass der
Bedarf weiter zunimmt. Darum sehe ich
meinem beruflichen Aufstieg in die Po-
sition eines Geschäftsstellenleiters opti-
mistisch entgegen.

