

Startseite > Geld & Vorsorge > Banken & Broker > Nachrichten



## MELDUNGEN

BERATUNG

### Rausgeworfenes Geld

[10:10, 21.05.10]

Von Markus Hinterberger

---

**Banken geben mehr denn je Millionenbeträge für Imagekampagnen aus, schließlich haben gerade die großen Institute in Punkto Außenwirkung einiges gut zu machen. Dabei stören sich Bankkunden weniger am Image ihrer Bank, als an der Qualität der Beratung.**

Außer Spesen nichts gewesen? Mit diesem Hintergedanken scheinen viele Bankkunden die Beratungsqualität ihrer Bank zu bewerten. Dies geht aus einer Studie des Link Instituts hervor. Die Marktforscher haben knapp 500 Bankkunden verschiedener Einkommensschichten befragt. Beim Image ihrer Banken sind drei Viertel der Befragten mehr oder minder zufrieden. Was angesichts der Ereignisse der vergangenen beiden Jahren etwas verwundert. Geht es jedoch um die Beratungsqualität, kippt die Waage. In diesem Fall sind nur noch 60 Prozent der Kunden eingeschränkt bis sehr zufrieden. Im Segment der Kunden, die monatlich mehr als 3000 Euro zur Verfügung haben, sind knapp mehr als die Hälfte der Kunden bereits unzufrieden.

„Die Banken kennen ihre Kunden zu wenig“, erklärt Ralf Roth von Link. Die Institute sollten sich weniger um ihre Reputation, als vielmehr um ihre Kunden Gedanken machen. In die gleiche Kerbe schlägt Katrin Lumma von der Bankberatung zeb Rolfes Schierenbeck. Banken, die gute Geschäfte machen wollen, sollten nicht nur schauen, dass sie das, was der Gesetzgeber von ihnen will, umsetzen, sondern sich auch fragen, was das ihren Kunden bringt.

Die Frage nach der Beratungsqualität ist stets durch die Diskussion um die beiden Beratungsmodelle, der provisionorientierten Beratung und der Honorarberatung, geprägt. Hier sind sich die Experten einig, dass es weniger auf die Form der Beratung als auf die Transparenz ankommt. „Eine Bank, der es auf langfristige und nachhaltige Kundenbeziehungen ankommt, wird nicht ihr Interesse an hohen Provisionen in den Mittelpunkt stellen“, sagt Lars Hille von der genossenschaftlichen DZ-Bank. Auch wenn die Finanzbranche sich zunächst über die von der Politik initiierten Beratungsprotokolle und Produktinformationsblätter mokiert hat, so erkennen viele inzwischen in diesen Maßnahmen einen wesentlichen Kundennutzen.

© 2010 Börse Online = Börse Online