

Kreuze und Häkchen mit großem Gewicht

Für viele Bankberater ist es längst stressiger Alltag, und auch (aufmerksame) Filialchefs und sogar die Kunden selbst merken – die Beratung zu und der Verkauf von Anlagen ist deutlich aufwändiger als noch vor zwei oder drei Jahren. Dies zeigt auch der Blick in die Deutsche Bank.

Gab der Kundenberater vor einigen Jahren oft noch Beratung nach Erfahrung und Vertrauen in eigener Regie, so sind heute die Vorschriften viel enger gezogen. „Wir haben heute viel mehr Dokumentationspflichten. Das heißt viele Kreuze und Häkchen auf den Gesprächsprotokollen sauber einzutragen. Also viel mehr Zeit in jeden Kunden zu investieren, besonders die Vor- und Nachbereitung – die keiner so recht sieht und wertschätzt“, betont ein langjähriger Berater der Deutschen Bank. Eine Kollegin ergänzt: „Ich arbeite hier nun seit 1976, aber das sind mit Abstand die härtesten Zeiten, trotz aller Routine.“

Routine können aber selbst Top-Vertriebler nicht vorweisen, schließlich gelten die gesetzlich höheren Anforderungen an die Bankberatung zum Teil erst seit wenigen Monaten. „Wir müssen uns einfach mehr absichern, was ja im Grunde nicht verkehrt ist. Aber es bringt uns letztlich nicht mehr Sicherheit, sondern nur mehr Arbeit“, so der Vertriebsmitarbeiter. So lassen sich zwar die Reihenfolge und die Themen der Beratung stärker regeln, nicht aber die Qualität. Da ist nach wie vor jeder Banker selbst gefragt, den für sich besten Weg der Kundenansprache zu finden.

Doch genau dabei baut die strengere Dokumentation nun Hürden auf. „Ich würde nur noch ungern Beratung per Telefon oder per Hausbesuch machen, auch wenn es für einige Kunden bequemer ist. Denn wie will ich in diesen Fällen alle Aussagen schnell und beweiskräftig festhalten“, bekräftigt die erfahrene Vertriebsfrau. Trotz der Finanzkrise lassen sich die meisten Kunden ihre Anlagen nicht viel ausführlicher als zuvor erklären. „Wir haben nach wie vor meistens Mandatsgeschäfte, das heißt die Privat-Anleger delegieren immer noch viele Entscheidungen an die Bank.“ In vielen Verlust-Fällen machen die Kunden dann aber dennoch ihren Berater voll verantwortlich, verlieren das Vertrauen und legen kein neues Geld mehr an.

Dies vor dem Hintergrund gleich bleibender Vertriebsziele. „Die Geschäftsführung legt uns sogar nahe, mehr direkte, also schnelle Vertriebspunkte zu erreichen. Wir sind motiviert bei der Arbeit, der Zusammenhalt im Team hilft da viel. Aber wenn die Schere so auseinander geht und nur Druck kommt, ist der Spaß schnell weg“, sagt der Deutschbanker. Entlastung erwartet er auch nicht von den neuen Arbeitszielen, die im Februar oder März ausgegeben werden.

Nicht selten wird das Online-Banking als Ausweg angepriesen – der Anleger holt sich selbst die Informationen über Risiken und Bedingungen aus der Homepage der Bank und trifft die Entscheidung, der Berater muss „nur noch“ kontrollieren und ausführen. Der Anlageberater hat seine Zweifel: „Bei diesem Komplett-Online-Paket frage ich

mich – welcher Kunde versteht das wirklich? Kaum einer, wenn selbst Berater sich wegen der nun schärferen Regeln oft rückversichern müssen.“

Bei der Beratung in der Bank, so seine Erfahrung, helfen auch die anschwellenden technischen Hilfsmittel der Bank nur begrenzt. „Unsere Online-Tools helfen nur dem Berater, der auch schon vorher eine Struktur im Kopf hat, was für ein Kunde gegenüber sitzt, was der will und wo es grob hingehen soll. Schließlich muss ich ja auch gezielte Nachfragen mit meinem Wissen gut beantworten können.“ Der Anlageberater, der etwa eine Rürup-Rente auch mit schwierigen Eckdaten in wenigen Minuten auf einen Zettel erklären könne, kann auch das Vertrauen des Kunden (zurück)gewinnen und neues Geschäft anziehen, so der Bankangestellte. Nicht nur die zwei Berater in der Deutschen Bank hoffen darauf, dass sich ihr Erfahrungsschatz neben Maschinen und Zahlen in der Beratung behaupten kann. Schließlich ist er die Grundlage für den Erfolg ihrer Bank.

Oliver POPP
Deutscher Bankangestellten-Verband (DBV)
www.dbv-gewerkschaft.de