



# Buch Fairness und Vertrauen in der Finanzberatung

## Spielregeln für ein partnerschaftliches Miteinander von Kunden und Beratern

Hannes Peterreins, Doris Martin und Maud Beetz  
Gabler, 2010

### Rezension

Wenn es ums Geld geht, hört der Spaß auf. Gerade seit der Finanzkrise schauen Anleger lieber dreimal hin, bevor sie ihr schwer verdientes Vermögen jemand anvertrauen. Glaubwürdigkeit und Seriosität stehen hoch im Kurs. Was Finanzberater tun müssen, um diese Eigenschaften zu vermitteln, erklären die Autoren dieses Buches. Fachliche Aspekte wie Rechtssicherheit oder Portfoliodiversifizierung machen allerdings den kleineren Teil aus. Drei Viertel des Ratgebers behandeln Verhaltensregeln, etwa bezüglich Small Talk, Tischmanieren oder Kleidung. Das ist zwar interessant, aber der richtige Umgang mit dem Austernbesteck oder die Abstimmung der Kleidung auf den eigenen Hauttyp haben mit der im Titel aufgeführten Finanzberatung nicht mehr viel zu tun. Das weckt den Verdacht, dass ein wenig ergiebiges Thema mithilfe von Exkursen auf Buchlänge aufgeblasen wurde. Hilfreich und leicht umzusetzen sind die Tipps aber dennoch. Deshalb empfiehlt *BooksInShort* das kurzweilig und locker geschriebene Buch Finanzberatern, die sich in Know-how, Stil und Etikette den letzten Schliff geben wollen.

### Take-aways

- Als Finanzberater müssen Sie eine Motivation für Ihre Tätigkeit finden, die über dem reinen Geldverdienen steht.
- Nur wenn Sie die Anlageziele des Kunden genau kennen, können Sie ihn zufriedenstellen.
- Noch besser als richtige Prognosen ist ein effizientes Risikomanagement, das das Portfolio des Kunden krisensicher macht.
- Stellen Sie sicher, dass Sie die rechtlichen Aspekte kennen. Mit der Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente (MiFID) hat die EU den Schutz der Anleger erhöht.
- MiFID zufolge muss der Kunde über sämtliche Provisionen des Beraters informiert werden. Andernfalls kann der Berater für Verluste haftbar gemacht werden.
- Ihr Erfolg wird zu 90 % durch Image, Auftreten und Bekanntheitsgrad beeinflusst.
- Vertrauenswürdigkeit basiert auf Kompetenz, innerer Zufriedenheit und Integrität.
- Gekonnter Small Talk öffnet häufig die Tür zu guten Geschäften. Er zeugt von sozialer Kompetenz.
- Ob E-Mail oder klassischer Brief: Korrekte Rechtschreibung und positive Formulierungen sind unverzichtbar.
- Kommuniziert wird auch mit der Kleidung. Achten Sie auf ein dezentes, gepflegtes Auftreten und wenig nackte Haut.

### Zusammenfassung

#### Finden Sie Ihre Motivation

Der Beruf des Finanzberaters erfordert Vertrauenswürdigkeit und Seriosität. Diese Eigenschaften sind insbesondere dann gegeben, wenn Sie eine Motivation haben, die über dem des Geldverdienens steht. Gerade in persönlichen Krisen offenbaren sich schnell die Grenzen dieses rein materiellen Motivs. Letztlich verbirgt sich hinter dem Wunsch, viel Geld zu verdienen, etwas anderes: der Wunsch nach Anerkennung, Zuwendung oder innerem Frieden. Lassen Sie sich von diesen Motiven leiten. Nur wer mit sich selbst im Reinen ist, kann langfristig erfolgreich sein.

#### Sieben Regeln guter Anlageberatung

Zwar existieren viele verschiedene Beratungsansätze, doch lassen sich sieben allgemeingültige Regeln aufstellen:

1. **Minimieren Sie die Kosten:** Nicht nur die Rendite sollte im Vordergrund Ihrer Bemühungen um die beste Beratung Ihrer Kunden stehen, sondern auch die anfallenden Gebühren. Bei einem Sparer, der über 30 Jahre hinweg monatlich 100 € anlegt, können 0,5 % weniger Gebühren über die gesamte Zeit ca. 8500 € ausmachen. Empfehlen Sie darum kostengünstige Fonds – diese sind erfahrungsgemäß nicht schlechter als teure – und werben Sie damit, Gebühren und andere Kosten zu sparen.
2. **Finden Sie die Anlageziele Ihrer Kunden heraus:** Nur wenn Sie diese kennen und verfolgen, stellen Sie den Kunden mit Ihrer Beratung zufrieden. Die wahren Ziele gehen oft über die Rendite hinaus. So wünscht sich ein Selbstständiger mit schwankendem Einkommen in der Regel ein sicheres Polster für schlechte Zeiten und ist mit hochriskanten Produkten schlecht beraten.
3. **Halten Sie sich mit Prognosen zurück:** Niemand kann in die Zukunft blicken, und eine falsche Prognose wird das Vertrauen in Sie und Ihre Fähigkeiten mindern.
4. **Machen Sie Vorschläge fürs Risikomanagement:** Besser noch als mit Prognosen richtig zu liegen ist es, dem Kunden ein gesundes Risikomanagementkonzept vorzustellen: Was ist zu tun, wenn seine Geldanlage in die Verlustzone rutscht?
5. **Diversifizieren Sie das Kundenvermögen:** Achten Sie auf eine breite Streuung der Anlagen.
6. **Stehen Sie zu Ihren Eigeninteressen:** Klären Sie den Kunden darüber auf, welche Ziele Sie verfolgen. Die Bezeichnung „unabhängiger Berater“ trifft in den seltensten Fällen zu.
7. **Bilden Sie sich ständig weiter:** Nur so können Sie Ihren Kunden permanent die besten Dienste erweisen.

„Viele Menschen arbeiten und arbeiten und häufen Geld an, ohne sich zu fragen, was sie letztlich antreibt.“

Zu einer vertrauensvollen Kundenbeziehung gehören ferner Ehrlichkeit, Respekt, ein gutes Beschwerdemanagement und regelmäßige Informationen über die Entwicklung der Geldanlagen.

## Rechtssicherheit

Finanzberater tragen eine große Verantwortung für das Vermögen ihrer Kunden. Wer rechtswidrig handelt, setzt seine Existenz aufs Spiel. Informieren Sie sich darum umfassend über die rechtlichen Aspekte der Anlageberatung und konsultieren Sie sicherheitshalber einen Fachanwalt. 2007 hat die Europäische Kommission den Schutz der Anleger mit einer Richtlinie über Märkte für Finanzinstrumente (MiFID – Markets in Financial Instruments Directive) erhöht. Ihr zufolge handelt es sich dann um eine Anlageberatung, wenn ein Finanzberater seinem Kunden ein ganz konkretes Papier zum Kaufen, Verkaufen oder Halten empfiehlt. Dafür ist nach dem Kreditwesengesetz eine aufsichtsrechtliche Erlaubnis erforderlich. Jeder Finanzberater muss das Vorwissen seines Kunden erfragen und berücksichtigen, sogar dann, wenn der Kunde ausdrücklich auf eine Beratung verzichtet. Ordert dieser eine Aktie, obwohl er mit riskanten Wertpapieren keine Erfahrung hat, muss der Finanzberater ihn darauf hinweisen, dass Aktien nicht die richtige Anlageform für ihn sind. Bei einer Beratung muss der Finanzdienstleister seinen Kunden nach dessen Erfahrungen und Kenntnissen mit Wertpapiergeschäften fragen, ebenso nach den Vermögensverhältnissen und Anlagezielen.

„Gebühren sind alles andere als eine Lappalie. Und die Idee, dass sich ein teures Fondsmanagement aufgrund einer besseren Performance lohnt, lässt sich empirisch kaum bestätigen.“

MiFID fordert zudem, dass der Kunde über sämtliche Provisionen aufgeklärt wird. Versäumt der Berater dies, kann der Kunde ihn später, wenn die Papiere in die Verlustzone rutschen sollten, haftbar machen und wenigstens die Provisionen für sich einklagen. Ferner sind Berater seit Inkrafttreten der MiFID verpflichtet, die Beratungsgespräche zu protokollieren. Das schriftliche Protokoll muss dem Kunden unmittelbar nach der Beratung und noch vor Geschäftsabschluss vorgelegt werden.

## Der erste Eindruck

Durch die Krise sensibilisiert, schauen Anleger besonders aufmerksam hin, bevor sie sich in die Hände eines Anlageberaters begeben. Der erste Eindruck zählt mehr denn je. Laut einer Studie von IBM beeinflussen Leistungen den Erfolg eines Menschen gerade mal zu 10 %. Den Rest bestimmen Image, Auftreten und Bekanntheitsgrad. Das richtige Image ist keinem Anlageberater angeboren. Aber Sie können daran arbeiten. Achten Sie darauf, dass es Ihrem Naturell entspricht, und dass Sie sich dafür nicht verbiegen müssen. Überlegen Sie, was Sie einzigartig macht. Welche positiven Eigenschaften möchten Sie weiterentwickeln? Und sprechen diese Ihre Wunschkunden auch an? Wie möchten Sie wahrgenommen werden? Achten Sie neben der Büroausstattung auch auf Kleidung, Figur und Gesundheitszustand.

## Vertrauen schaffen

Das A und O einer guten Kundenbeziehung im Finanzsektor ist Vertrauen – schließlich geht es um Geld. Vertrauenswürdigkeit lässt sich nicht antrainieren. Sie kommt von innen heraus und nährt sich von Kompetenz, innerer Zufriedenheit und Integrität. Stellen Sie sicher, dass Sie wissen, worüber Sie reden. Qualifizieren Sie sich und werben Sie damit. Haben Sie einen MBA-Abschluss? Er gehört auf die Visitenkarte. Teilen Sie Ihr Wissen zudem in einem Newsletter oder in einem Blog mit. Sprechen Sie zu Ihren Kunden so, dass diese Sie verstehen. Bemühen Sie sich um Ruhe, wenn Sie in ein Kundengespräch gehen. Wenn Sie in letzter Minute gehetzt auftauchen, hinterlassen Sie den Eindruck von Unzuverlässigkeit. Vertrauen genießt, wer glaubwürdig handelt: Ihren Worten müssen Taten folgen. Für einen Anlageberater muss es selbstverständlich sein, Zusagen einzuhalten. Sollte Ihnen das einmal nicht möglich sein, informieren Sie Ihren Kunden rechtzeitig darüber.

„Stil ist Aufgabe und Requisite für eine zielführende Repräsentation.“

Eine nachhaltige Beratung ist für die Vertrauensbildung unerlässlich. Nur langfristiger Vermögenszuwachs sorgt dafür, dass Ihre Kunden bei Ihnen bleiben. Dafür sollten Sie Ihre kurzfristigen Interessen, wie schnellen Gewinn, zurückstellen. Informieren Sie über alle Vor- und Nachteile einer Geldanlage. Dämpfen Sie unrealistische Erwartungen. Versprechen Sie nur das, was Sie auch halten können. Nichts schmälert das Vertrauen so sehr wie enttäuschte Hoffnungen. Und ganz wichtig: Plaudern Sie keine Informationen über andere Kunden aus. Für Ihren Gesprächspartner wäre sonst klar, dass Sie auch mit seinen Daten nicht diskret umgehen.

## Small Talk

Gekonnter Small Talk kann dem Finanzberater so manche Tür zu guten Geschäften öffnen, sei es auf einem Empfang oder am Telefon mit einem potenziellen Kunden. Schließlich beweisen Sie mit gutem Small Talk Ihre Sozialkompetenz. Sie sorgen dafür, dass sich der Gesprächspartner in Ihrer Gesellschaft wohlfühlen kann. Wenn Sie

sich auf einem Empfang zu einer Gruppe gesellen, hören Sie zunächst zu, über welches Thema gesprochen wird, und reden Sie erst dann mit. Werden Sie einer fremden Person vorgestellt, lässt sich ein Gespräch über den Anlass oder das Umfeld des Empfangs beginnen. Oder Sie fragen Ihr Gegenüber nach seinem Beruf und Unternehmen. Am Telefon ist Small Talk nur dann zu empfehlen, wenn beide Gesprächspartner nicht unter Zeitdruck stehen. Fragen Sie darum als Einstieg immer, ob der Zeitpunkt günstig ist. Grundsätzlich sollte sich Small Talk um alltägliche und unverfängliche Themen drehen, z. B. Natur, Geburtsort, Reisen, Hobbys, Wein, Beruf oder Kunst und Kultur. Unbedingt vermeiden sollten Sie Themen wie Krankheiten, Tod, Geld, Religion, Unternehmensinterna oder private Probleme.

## Bürokommunikation

Trotz des Siegeszugs der E-Mail hat der traditionelle Brief noch lange nicht ausgedient. Wichtige Dokumente und Informationen werden nach wie vor mit der Post verschickt. Der Brief ist eine Art Aushängeschild, deshalb sollte er alle Formanforderungen erfüllen. Dazu gehören: eine korrekte Anschrift, das Datum, die Betreffzeile und Ihre Unterschrift. Unverzichtbar ist zudem eine korrekte Rechtschreibung, da diese auf eine exakte Arbeitsweise des Absenders schließen lässt. Lesen Sie darum jeden Brief Korrektur, bevor er Ihr Büro verlässt. Achten Sie auf freundliche und positive Formulierungen, insbesondere bei Mahnungen. Schreiben Sie nicht: „Sie haben Ihre Kreditlinie überschritten“, sondern: „Es ist sicherlich Ihrer Aufmerksamkeit entgangen, dass Sie die vereinbarte Kreditlinie überschritten haben.“ Zwar sind die Regeln für E-Mails etwas weniger streng, dennoch sollten Sie auch hier vollständige und korrekte Sätze verwenden und auf Smileys oder Umgangssprache verzichten. Viele Absprachen werden am Telefon getroffen. Bereiten Sie Ihre Telefonate sorgfältig vor: Was wollen Sie erreichen? Und worauf will Ihr Gesprächspartner vermutlich hinaus? Welche Fragen müssen Sie stellen? Machen Sie sich Notizen und fassen Sie das Gespräch am Ende in wenigen Punkten zusammen.

## Knigge bei Tisch

Seriosität zeigt sich auch in tadellosem Benehmen bei Tisch. Da Finanzberater und Banker häufig zu Geschäftsessen laden oder geladen werden, haben Sie oft Gelegenheit, Ihre guten Manieren bei Tisch unter Beweis zu stellen. Wenn Brot gereicht wird, schneiden Sie es nicht auf, um es mit Butter oder Quark zu bestreichen. Brechen Sie stattdessen stets nur mundgerechte Stücke ab und bestreichen Sie dann diese. Das Besteck wird immer von außen nach innen benutzt und grundsätzlich vor dem Trinken auf dem Teller abgelegt. Stielgläser halten Sie nur am Stiel. So bleibt das Glas frei von Fingerspuren. Wassergläser werden nur am unteren Drittel angefasst. Unappetitliche Fettspuren vermeiden Sie zudem, indem Sie Ihren Mund vor dem Trinken mit der Serviette abtupfen, die danach unter dem Tisch auf den Schoß gelegt wird. An Ihrem Hals hat sie nichts zu suchen. Raucher dürfen während des Aperitifs und nach dem Dessert ihrem Laster frönen. Wer jedoch zwischendurch den Tisch verlässt, um vor der Tür zu rauchen, stört nicht nur die Geselligkeit, sondern bringt danach auch den Rauchgeruch mit. Werden bei einem Stehempfang Häppchen gereicht, nehmen Sie immer nur eines und essen Sie es in Ruhe. Keineswegs sollten Sie versuchen, sich vom Häppchentablett endlich einmal ordentlich satt zu essen.

## Aussehen

Auch mit der Kleidung kommunizieren Sie. Finanzberaterinnen liegen mit einem Kostüm oder Hosenanzug immer richtig, ihre männlichen Kollegen mit einem einfarbigen Anzug. Schmuck ist den Frauen zwar erlaubt, sollte aber dezent sein und zur Trägerin passen. Das Gleiche gilt für die Krawatte beim Herrn. Geschlossene Schuhe sind ein Muss, auch wenn es noch so heiß ist. Schrille oder aufreizende Kleidung hat im Geschäftsleben nichts zu suchen. Männer wie Frauen sollten wenig Haut zeigen. Die Haut an den Händen sollte nicht rissig und die Fingernägel sollten immer sauber und kurz geschnitten sein. Männer sollten darauf achten, immer einen korrekt ausgerasierten Nacken zu haben. Gepflegte Haare sind selbstverständlich für jeden seriös und kompetent auftretenden Berater.

## Über die Autoren

**Hannes Peterreins** promovierte an der Ludwig-Maximilians-Universität in München in den Fächern Mathematik und Philosophie. Seit 1998 leitet er die Dr. Peterreins Portfolio Consulting GmbH. **Doris Martin** ist Expertin in den Bereichen Unternehmenssprache und Potenzialentwicklung. Sie arbeitet als Autorin und Beraterin. **Maud Beetz** ist Spezialistin für moderne Umgangsformen und Unternehmensberaterin.

---

---