



Kennen wir uns?

Eine seltsame Frage in einer Branche, in der gegenseitiges Vertrauen, detaillierte Kenntnisse der individuellen Lebens- und Vermögenssituation sowie maßgeschneiderte Lösungskonzepte allgemein als die Grundpfeiler der Geschäftsbeziehung gelten. Und doch fällt gerade hier die Antwort bei näherer Betrachtung oft ganz anders als zu erwarten aus. Das hat in der Vergangenheit, ob mit oder ohne Finanzkrise, immer wieder zu unerfreulichen Ergebnissen meist auf Kundenseite geführt. Das, was in jeder guten Arzt-Patienten-Beziehung Standard ist, nämlich regelmäßige auf die jeweilige Lebensphase abgestimmte Check-ups, fallweise Detailuntersuchungen sowie die aktive Ansprache auch »heikler« Themen, fehlt leider noch in zu vielen Berater-Kunden-Beziehungen. Dabei sind die Vorteile für beide Seiten offensichtlich. Erst durch eine strukturierte, detaillierte und regelmäßige Analyse der individuellen Kundensituation besteht die Gewähr einer nachhaltigen und zielführenden Vermögensbetreuung, die über die verbreitete Fokussierung auf den reinen Anlagebereich weit hinausgeht und den Kunden somit wirklich

ganzheitlich betrachtet. Das eröffnet aber auch Chancen für die Berater, denen sich plötzlich ganz neue Themenfelder im Rahmen der Betreuung ihrer Kunden erschließen.



Markus Bräckle
Managing Director
CONFIDUM AG

Die professionelle Bedürfnisanalyse als wesentliche Voraussetzung für eine langfristig erfolgreiche Kundenbeziehung wird derzeit von immer mehr Banken und Vermögensverwaltern »wiederentdeckt« – eine Entwicklung, die längst überfällig war, deren Erfolg sich aber erst an der konsequenten und nachhaltigen Veränderung der in weiten Teilen vorherrschenden Beratungspraxis messen lassen wird. □