

Foto: ©Minerva Studio/Fotolia.com

KOMMENTAR: BERATUNG

# Wie sich Finanzexperten neu motivieren

Nach der Krise müssen nicht nur Anleger wieder ins Boot geholt werden, auch die Berater in Banken muss es wieder in den Fingern kitzeln. Motivation muss her! Auf der Suche nach Strategien hilft es, einen Blick über den Tellerrand, etwa in den Spitzensport, zu werfen.

➔ Dirk Schmidt

**D**ie Finanzkrise hat die Wettbewerbslandschaft, die Regulierung und vor allen Dingen das Kundenverhalten in der Bankenbranche grundlegend verändert. Die Rahmenbedingungen für Finanzexperten sind derzeit also nicht gerade optimal: Zur Bankenkrise kommen noch die Talfahrt des DAX, das „Down Rating“ von Staaten und diverse Rettungsschirme. Und nicht erst seit dem Ausbruch der Finanzkrise sind Banken mit geringen Wachstumsraten und sinkenden Margen konfrontiert. Gestiegene Preissensibilität bei (Groß-) Kunden, strengere Verbraucherschutzmaßnahmen und der verschärfte Wettbewerb bestimmen die Tagesordnung. Kreditinstitute müssen sich daher mit strukturellen Veränderungen auf die neuen Marktbedin-

gungen einstellen. Solide Bilanzen, eine stabile Finanzierung und neue Vertriebsmodelle sind deshalb die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Zukunft.

## MOTIVATION? OFT FEHLANZEIGE

Die Wirtschafts- und Finanzkrise hat auch die Arbeitswelt nachhaltig beeinflusst, gerade im Bankensektor. Die Auswirkungen machen sich in der Praxis auf unterschiedlichste Art und Weise bemerkbar: Viele Berater in Banken und Sparkassen sind gestresster und gereizter. Überstunden müssen gemacht werden, um das Defizit durch „Abspringer“ wieder auszugleichen. Motivation? Oft gering oder fehlend.

In solchen Situationen trennt sich in der Regel die Spreu vom Weizen, so auch in der

Bankenbranche hierzulande. Hier kristallisieren sich mittlerweile zwei Arten von Finanzberatern heraus. Da gibt es zum einen die „Loser“. Diese geben den Rahmenbedingungen die Schuld daran, dass es derzeit suboptimal läuft. Dazu kommen limitierende Glaubenssätze wie: „Die Anderen sind schuld“ und „Früher war alles besser“. Die zweite Gruppe von Anlageberatern fragt sich hingegen: „Was kann ich tun, um unter diesen Rahmenbedingungen das Optimale zu erreichen?“ Diese Berater arbeiten an ihren Fertigkeiten, Fähigkeiten und Potenzialen und geben nicht den anderen, der Umwelt, dem Chef oder den Kollegen die Schuld.

Trotz immer schwieriger werdender Bedingungen für Finanzberater entschei-

den sich die wenigsten jedoch dafür, aufzugeben. Umfragen zufolge reagieren die meisten aktuell sogar mit Zusatzqualifikationen und Weiterbildung, um sich auf die schwierige Situation und die veränderten Rahmenbedingungen einzustellen, und nutzen so die Krise als Chance. Der Erfolg beginnt also im Kopf, das wird vor allem auch im Sport immer wieder deutlich: Sportpsychologen gehen beispielsweise davon aus, dass mehr als 80 % des Erfolgs im Kopf produziert werden. Spitzensportler aller Sportarten trainieren ihre mentalen Fähigkeiten – Berufstätige im Alltag leider nur selten.

Wenn aber die Rahmenbedingungen nicht zu ändern sind, müssen Menschen ihre Einstellung anpassen – dann verbessern sich auch die Ergebnisse. Und das ist der entscheidende Unterschied. Die „Loser“ haben ihre Gründe, warum etwas nicht funktioniert. Die Erfolgreichen haben Ziele und erreichen sie auch. Wenn also eine Strategie nicht funktioniert im Verkaufs- oder Beratungsgespräch, dann müssen Berater eine andere Taktik ausprobieren.

Das heißt aber auch: Fachwissen allein ist nicht genug. Die Kunst ist es, dieses Wissen auch im beruflichen Alltag anzuwenden. Gerade dann, wenn es nicht so optimal läuft, dann, wenn es darauf ankommt. Bei Vertriebsschulungen zeigt sich immer wieder: Je höher der Intellekt, je größer das Fachwissen, umso mehr neigen Berater dazu, ihre

Kunden verbal „totzuschlagen“. Der Gesprächsanteil des Verkäufers ist meist umso höher, je mehr Fachwissen er besitzt. Optimal sind aber ausgewogene Gesprächsanteile oder ein höherer beim Kunden. Denn um zielführend und optimal beraten zu können, sollte der Kunde durch offene Fragen zum Reden animiert werden. Und das muss trainiert werden. Denn jeder Verkäufer hat selbst den größten Einfluss auf seine verkäuferischen Fähigkeiten.

So fragt ein Topverkäufer explizit nach einem Training und nutzt ein Coaching oder Seminare üblicherweise viel intensiver. Der schlechte Verkäufer sitzt in einer Weiterbildungsmaßnahme seine Zeit mehr oder weniger ab. Dabei werden Verkäufer nicht geboren, sondern gemacht. Sicherlich sind rund 20 % Begabung. Aber 80 % sind erlernbar. Und Beratern, die glauben, schon alle Tricks zu kennen, sei wieder der Blick in die Sportwelt empfohlen: Spitzensportler trainieren mehr als Amateure. Mit Fleiß und Konsequenz erreichen Menschen langfristig mehr. Das bekräftigte auch Ex-Bayern- und Ex-National-Torhüter Oliver Kahn kürzlich, als er erläuterte, dass sich der Wille genauso trainieren lasse wie ein Muskel im Körper. Nur dauere Ersteres eben etwas länger.

### ZUHÖREN, FESSELN, BEGEISTERN

Dem Kunden zuhören, reagieren und ihn fesseln – das ist die große Kunst. Ist das Ganze mit einer Prise Begeisterung gewürzt – hallo, Abschluss! Letztlich ist es auch nicht der Preis, der die Kunden überzeugt, sondern der Berater – Begeisterungsfähigkeit gepaart mit personalisierten Finanzlösungen. Obwohl Kunden verstärkt auf die Preise für Finanzdienstleistungen achten, sind sie erfahrungsgemäß doch bereit, für eine gute persönliche Beratung und hochwertige Produkte auch mehr zu bezahlen.

Begeisterung ist also ein weiterer wichtiger Punkt, den es nur absolut, nie relativ gibt. „Relative Begeisterung“ ist Unsinn! So,

als würde der Pilot eines Airbus 320 sich sagen: „Ach, bei den Kerosinpreisen heutzutage, gebe ich heute beim Start nur halbes Gas.“ In diesem Flugzeug wollte sicher keiner sitzen! Immer 100 % zu geben – mit Begeisterung, das ist wichtig. Wenn Berater im Kundengespräch nur ein bisschen Gas geben, zum Beispiel 80 %, es nicht zum Vertragsabschluss reicht und die Frage nach dem Warum kommt – „Lag es an mir?“ –, lautet die Antwort: Ja! Wenn der Berater beim nächsten Mal ein bisschen mehr Begeisterung, ein bisschen mehr Gas gibt – vielleicht 85 % – und es wieder nicht zum Abschluss reicht, frustriert ihn das. Dies zeigt uns: Der Berater hat keine optimale Strategie. Verkäufer müssen immer ihr Bestes – 100 % – geben. Dann – und nur dann – wird der Berater auch das Beste für sich zurückbekommen.

### FAZIT

Durch Fachwissen allein punktet niemand. Sieger sind Kopfmenschen. Erst durch mentale Stärke vervollständigen Berater ihre Vertriebspersönlichkeit, ergänzen also ihr Talent und ihr Fachwissen. Im Kopf trainieren Finanzexperten sich die Fähigkeit an, ihr gesamtes Potenzial auszuschöpfen. Gewinnen ist leicht, wenn der Geist erst einmal begriffen hat, wie es geht. ↩

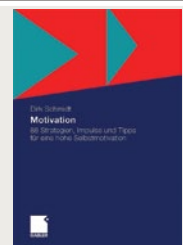
**INFO** **AUTOR:** Dirk Schmidt ist Experte für Motivation, Redner und Autor.  
**INTERNET:** [www.dirkschmidt.com](http://www.dirkschmidt.com)

### 7 VERANSTALTUNGSTIPP

**Motivationstag 2011 –  
Soforthilfe für Alltag und Beruf  
Seminar**  
19. November 2011 in München,  
26. November 2011 in Leverkusen  
199 Euro + MwSt., für BANKMAGAZIN-  
Abonnenten nur 99 Euro + MwSt.!  
Weitere Informationen unter:  
[www.dirkschmidt.com/angebote/  
seminare/motivationstag-2011.html](http://www.dirkschmidt.com/angebote/seminare/motivationstag-2011.html)

### 7 BUCHTIPP

**Dirk Schmidt:  
Motivation  
88 Strategien,  
Impulse und Tipps  
für hohe Selbst-  
motivation**



**Gabler Verlag**  
34,95 Euro, 292 Seiten,  
ISBN: 978-3-8349-2614-2