

Telefonberatung und Online-Brokerage – Widerspruch oder Trend?

Von Kai Friedrich



Die Testinitiative mit persönlicher Beratung hat Cortal Consors aufgrund mangelnder Resonanz wieder beendet. Gleichwohl sieht Kai Friedrich Beratung und Online-Brokerage nicht als Widerspruch. Dabei stehen die Möglichkeiten der Verschmelzung beider Komponenten noch ganz am Anfang. Wie bei Filialbanken gilt jedoch auch für die Direktbanken: Beratung kann nicht kostenlos sein. Im Licht der aktuellen Diskussion lässt Cortal Consors den Kunden die Wahl zwischen dem klassischen Provisionsmodell und der Honorarberatung. Red.

Das World Wide Web gewinnt im täglichen Leben immer stärker an Bedeutung. Die Direktbanken haben mit ihren Internet-Services hier den Trend gesetzt. Nun stehen sie erneut an der Spitze einer dynamischen Weiterentwicklung in der Branche.

Immer mehr Bundesbürger erledigen ihre Geldanlage online. Schnelligkeit, Kosten und Bedienerfreundlichkeit – die Vorteile sind immens. Doch auf einen Service wollen viele Kunden dabei auch in Zukunft nicht verzichten: Die individuelle Anlageberatung. Die Mehrheit der Direktbankkunden trifft die eigene Investmententscheidung immer noch ohne Berater und setzt sie mit Hilfe der bewährten Online-Brokerage-Tools sekundenschnell um – immer

öfter wird aber ein Berater als Sparringspartner zur Bewertung der verfügbaren Informationsflut einbezogen oder die Beratung komplett in Expertenhände gegeben. Die Nachfrage nach Anlageberatung ist also auch oder gerade im Online-Zeitalter ungebrochen.

Gleichzeitig steigen auch die Anforderungen an die Qualität dieser Beratungsdienstleistungen. Mit dem Ausbruch der Finanzkrise und den dramatischen Verlusten, die die Krise in den Depots vieler Anleger verursacht hat, ist die Qualität der Anlageberatung bei Banken und Finanzdienstleistern sogar noch deutlich stärker in den Fokus der Öffentlichkeit gerückt. Gerade in Deutschland ist angesichts des Totalverlustes bei Lehman-Zertifikaten eine Debatte über die Bankberatung insgesamt entflammt. Alle Institute – Filialbanken wie Direktbanken, mit oder ohne Geschädigte im eigenen Kundenstamm – stehen hier gleichermaßen in der öffentlichen Meinung in Sippenhaft und kämpfen mit den Auswirkungen dieses Debakels. Die Folgen werden die Branche noch Jahre beschäftigen. Einerseits arbeiten Politik und Verbraucherschutzorganisationen an schärferer

Regulierung der Bankberatung. Die ersten Schritte dahin haben wir ja bereits gesehen. Seit Januar gelten strengere Protokollpflichten für die Bankberatung. Die Konsequenzen sind aber vor allem im Alltag einer Bank erkennbar. Es gibt bei Bankkunden einen großen Vertrauensverlust, ja sogar ein Misstrauen gegenüber der Bank.

Fokussierung auf Kernkompetenzen

Darauf muss man reagieren. Dieser spürbaren Zurückhaltung der Kunden gilt es, durch eine stark verbesserte und vor allem ausgewogene und transparente Beratung entgegenzuwirken. Cortal Consors hat sich das Ziel gesetzt, den Kunden auf direktem Weg telefonisch und online eine faire, angemessene und gute Beratung zukommen zu lassen. Wir wollen, dass unsere Kunden mit unserer Hilfe zu einer erfolgreichen Anlageentscheidung finden. Und wir wollen dies ohne teures und aufwendiges Filialnetz schaffen. Die entscheidenden Schritte wurden jetzt getan.

Zunächst wurde der Schwerpunkt wieder stärker darauf gelegt, was die Kunden an uns schätzen und wofür sie sich bewusst entscheiden. Cortal Consors war seit seiner Gründung vor nun gut 15 Jahren eine Direktbank, bei der Kunden alle Produkte an allen Märkten bekommen können – allerdings ausschließlich über die Kommunikationskanäle Telefon und Internet. In den vergangenen Jahren wurden an zwei

Zum Autor

Kai Friedrich ist Deputy CEO bei der Cortal Consors S.A., Zweigniederlassung Deutschland, Nürnberg.

Standorten in Deutschland versuchsweise sogenannte „Finance Lounges“, eine Art Cortal-Consors-Filiale, sowie ein mobiler Vertrieb eingerichtet, um den Kunden auch einen Vor-Ort-Service anzubieten. Doch dieser Vorstoß in die Nähe einer Filialbank hat zu viele Ressourcen gebunden und zu wenig positive Resonanz erzeugt.

Hier ziehen wir nun einen klaren Schlussstrich. Wir konzentrieren uns nun wieder auf das, was wir können und was die Kunden von uns erwarten. In diesen klassischen Bereichen werden wir nun investieren, um unsere Angebote zu verbessern. Denn die Kunden haben deutlich gemacht, dass sie etwas anderes brauchen als einfach eine weitere Bank, die eine neue Filiale einrichtet. Dies zeigen die Reaktionen auf die Testinitiative eindeutig. Das heißt nicht, dass man bei Cortal Consors auf die Vorzüge einer Filialbank verzichten muss. Natürlich bieten wir beispielsweise den Service an, dass man rund um die Uhr, weltweit und gebührenfrei Geld abheben kann. Aber dafür benötigt man kein Filialnetz. Cortal Consors war von Anfang an ein Trendsetter im dynamischen Markt für Direktbanken. Wir haben dieses Modell mitbegründet, als erste Direktbank-Beratung eingeführt und auch versuchsweise eine Face-to-Face-Komponente angeboten. Nun gehen wir erneut federführend einen dynamischen Schritt in Richtung Zukunft. Wir konzentrieren uns auf unsere klassischen Kommunikationskanäle und führen diese erstmals zusammen.

Telefonberatung und Online-Brokerage stehen nicht in Widerspruch

Denn obwohl es oft so dargestellt wird: Telefonberatung und Online-Brokerage stehen keinesfalls im Widerspruch zueinander. Sie sind vielmehr zwei wichtige Komponenten, die eine Direktbank für ihre Kunden vorhalten muss, und sie gehören bei einem erfolgreichen Anlageprozess zusammen.

Um zu verstehen, warum Online-Brokerage und Telefonberatung bei Cortal Consors

eine Einheit bilden, muss man sich den typischen Kunden der Bank näher anschauen. Der Kundenstamm besteht heute aus rund 600 000 Kunden. So heterogen diese Masse Menschen auch sein mag: Es lassen sich im Kern zwei Typen von Kunden daraus herausfiltern, die zusammen die überwiegende Zahl der Cortal-Consors-Kunden stellen.

Kundenbedürfnisse geben die Richtung vor

■ Einerseits haben wir es mit dem „self directed customer“ zu tun. Dies ist so etwas wie der Prototyp des Direktbankkunden. Er möchte alle Möglichkeiten haben, sein Geld überall auf der Welt und in jede vorstellbare Anlageform rund um die Uhr sekundenschnell zu investieren. Hier bietet Cortal Consors genau das, was der Kunde wünscht. Und dies auch noch in Verbindung mit einem besonders hohen Maß an Sicherheit. Die beiden angebotenen Verifizierungsmöglichkeiten mobile TAN und eTAN plus via TAN-Generator sind laut den Ergebnissen neuester Untersuchungen die sichersten Onlinebanking-Methoden.

■ Neben diesem selbstbewusst und eigenverantwortlich handelnden Kunden gibt es noch einen zweiten Typus, den „Validator“. Er hat zwar eine eigene Meinung, möchte sich aber gerne noch einen anderen Vorschlag anhören und sich bestätigen lassen, bevor er dann letztlich seine eigene Entscheidung fällt. Beide Typen kommen oft auch in Kombination vor.

Doch davon abgesehen gilt für jeden dieser Typen: Sie sehen die Verbindung von Telefonberatung und Online-Brokerage nicht als Widerspruch, sondern als ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot. Eine Filiale mit beschränkten Öffnungszeiten brauchen diese Kunden hingegen nicht. Stattdessen benötigen sie online verfügbare Services, mit denen sie ihre Geschäfte möglichst 24 Stunden täglich ausführen können. Und sie brauchen bei Bedarf eine möglichst sofort verfügbare Beratung.

Cortal Consors kommt diesem Kundenwunsch mit mehreren Arten an Beratungsmöglichkeiten bereits jetzt sehr nahe. So ist unsere Telefonberatung täglich bis 21 Uhr erreichbar. Und hier finden Kunden ausschließlich Anlageberater, die sowohl ausgebildete Bankkaufleute sind und sich zudem als Berater kontinuierlich fortbilden lassen. Unsere Consultants sind von der Frankfurt School of Finance zertifiziert.

Neben dieser klassischen Telefonberatung ermöglichen aber auch die inzwischen fast überall verfügbaren Breitband-Internetverbindungen ganz neue Dienstleistungen über das Netz. Musste man früher aufwendige Zusatzprogramme herunterladen und auf dem heimischen Rechner installieren, um etwa Videoanwendungen anschauen zu können, reicht heute ein einfacher Klick. Seminare und Schulungsfilme für Anleger sind mit einem Knopfdruck jederzeit in Echtzeit verfügbar.

Beratung on demand

Immer mehr solche Beratungsservices sind im Netz möglich. Seit kurzer Zeit testen wir auch die „echte“ Kundenberatung über das Internet. Immer dann, wenn ein Kunde Beratung wünscht, wird er in Sekundenschnelle per Videostream mit einem Anlageberater verbunden, er sieht seinen Berater also wie in einem klassischen Beratungsgespräch und der Berater kann Präsentationen und Informationsmaterial „einspielen“. Dieses System befindet sich noch in der Testphase, doch wir erfüllen damit jetzt schon alle Anforderungen, die auch an eine klassische Vor-Ort-Beratung gestellt werden.

Unsere Anlageberatung ist eine vollwertige Serviceleistung, die 100-prozentig den Vorgaben der europäischen Dienstleistungsrichtlinie MiFid entspricht. Dies allerdings mit einem Unterschied: Der Kunde muss dafür keine langwierigen Terminabsprachen treffen und sich mit kleinkarierten und für Kunden sehr unvorteilhaften Öffnungszeiten einer typischen Filialbank he-

rumärgern. Unser System liefert stattdessen eine bedarfsgerechte und qualitativ hochwertige „Beratung on demand“, also immer dann, wenn sie wirklich gebraucht wird.

Entwicklung steckt noch in den Kinderschuhen

Gleichzeitig nehmen wir auch die Möglichkeiten des mobilen Internets stärker ins Visier. Laut Experten ist dieser Bereich das am stärksten wachsende Kommunikationsmedium der kommenden Jahre. Hier vervielfachen sich die Möglichkeiten nahezu in Lichtgeschwindigkeit. Über Smartphones und „Apps“ wird heute bereits eine enorme Bandbreite an Services auf den mobilen Geräten sehr benutzerfreundlich abgesetzt. Warum also nicht auch Bank- und Anlagendienstleistungen? Cortal Consors arbeitet daher an konkreten Applikationen für das mobile Internet-Brokerage.

Die Möglichkeiten der Verschmelzung von Beratung und Online-Brokerage stehen dabei erst am Anfang. Hier sind noch viele Entwicklungen denkbar. Doch von einem Punkt sollten wir uns spätestens jetzt verabschieden – und dies auch dem Kunden klarmachen. Nämlich von der Vorstellung, dass qualifizierte und effiziente Beratung nichts kostet. Dies ist nach meiner Meinung eine der Lehren, die aus dem Fall Lehman Brothers und seinen Folgen zu ziehen sind.

Traditionell werden Kundenberatungen bei deutschen Banken heute fast ausschließlich über sogenannte Provisionsmodelle vergütet. Die Bank verdient Ausgabeaufschläge und Kick-Back-Zahlungen, die der Kunde mit seiner Anlagesumme finanziert. Dies ist trotz der jüngsten Kritik durchaus ein Modell für die Zukunft. Entscheidend ist jedoch, dass die Geldrückflüsse dem Kunden gegenüber deutlich gemacht werden. Die jüngste Rechtsprechung des Bundesgerichtshofes und ebenso von Land- und Oberlandesgerichten macht einen eindeutigen Trend sichtbar: Der Kunde muss detailliert über solche Provisionen

aufgeklärt werden, ansonsten ist die Gefahr von Schadensersatzklagen sehr hoch. Die Richter haben in solchen Fällen zuletzt sehr konsequent die Rückabwicklung solcher Geschäfte angeordnet. Damit sollten sich spätestens jetzt auch die Banken von der Vorstellung verabschieden, dass man dem Kunden weismachen kann, ihre Beratung sei kostenlos. Bei Cortal Consors setzen wir dies längst um und sind sogar schon einen Schritt weiter. Unsere Kunden haben die Wahl zwischen zwei Beratungsmodellen, der klassischen Provisionsberatung und der sogenannten Honorarberatung.

Honorar- oder Provisionsberatung: der Kunde entscheidet

Insgesamt 4 000 Kunden wurden angeschrieben und ihnen wurde das neue Modell einer Beratungs-Vergütung vorgestellt. Im Kern kostet diese Honorarberatung bei Cortal Consors bis zu einem Depotvolumen von 100 000 Euro ein Prozent dieser Summe pro Jahr. Darüber hinaus sinken die Kosten bis auf 0,7 Prozent pro Jahr ab einem Anlagevermögen von 500 000 Euro. Dafür werden im Gegenzug alle Provisionen, Kick-Backs oder Ausgabeaufschläge an die Kunden durchgereicht. Wie ernst wir es mit der Transparenz nehmen, zeigt auch die Tatsache, dass das Honorar nur für wirkliche Depotwerte berechnet wird. Vermögen, die auf Konten liegen, sind davon unbelastet.

Obwohl die Honorarberatung noch am Anfang steht, zeichnet sich der Weg, den Cortal Consors zukünftig bei der Vergütung gehen wird, deutlich ab. Wir verbinden das Beste aus beiden Welten. Der Kunde hat die freie Wahl zwischen Honorar- und Provisionsberatung. Wir machen die Kosten transparent, damit er sich selbst für die für ihn beste Variante entscheiden kann. Im Zentrum darf aber auch in Zukunft nicht die Frage der Bezahlung stehen, sondern die Qualität der Beratung. Denn eine schlechte Beratung ist immer zu teuer – egal mit welchem Bezahlmodell.



bank und markt Zeitschrift für Retailbanking

Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH
Aschaffener Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,
Telefon 069/97 08 33-0, Telefax 069/7 07 84 00,
www.kreditwesens.de,
E-Mail: red.bum@kreditwesens.de

Herausgeber: Klaus-Friedrich Otto

Chefredaktion: Dr. Berthold Morschhäuser, Swantje Benkelberg, Philipp Otto

Redaktion: Lars Haugwitz, Alexander Hofmann, Barbara Hummel, Frankfurt am Main.

Redaktionssekretariat: Elke Hildmann

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter www.kreditwesens.de.

Verlagsleitung: Uwe Cappel

Anzeigenleitung: Ralf Werner, Tel. 069/97 08 33-43.

Anzeigendisposition: Anne Guckes, Tel. 069/9 708 33-26, sämtl. Frankfurt am Main, Aschaffener Straße 19.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 39 vom 1.1.2010.

Erscheinungsweise: Am 1. jeden Monats.

Bezugsbedingungen: Abonnementspreise incl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 361,44, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2-jährlich € 185,92, Ausland: jährlich € 368,80. Preis des Einzelheftes € 19,00 (zuzügl. Versandkosten).

Verbundabonnement mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich € 697,68, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2-jährlich € 366,84, Ausland: jährlich € 714,00.

Studentenabonnement: 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt.

Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter Tel.-Nr. 069/97 08 33-32 oder -25

Als Supplement liegt „cards Karten cartes“ jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November dieser Zeitschrift bei.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 60482-609 (BLZ 50010060), Landesbank Hessen-Thüringen-Girozentrale 10555001 (BLZ 50050000), sämtliche in Frankfurt am Main.

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt.

ISSN 1433-5204

