



Beratung neu gedacht

Persönliche Expertise plus digitale Kompetenz: Der Test offenbart, wie **Finanzdienstleister** ihren Kunden individuelle Lösungen bieten. Die beste Leistung zeigt MLP VON FRANK MERTGEN

Die Finanzberatungsbranche in Deutschland steht vor einer grundlegenden Transformation. Innovationen und die fortschreitende Digitalisierung revolutionieren die Beratungserfahrung und setzen neue Maßstäbe für den Umgang mit Kunden. Traditionelle Formate wie das bewährte persönliche Vor-Ort-Gespräch und papierbasierte Prozesse verlieren an Bedeutung. Stattdessen rücken moder-

ne, auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden abgestimmte Ansätze in den Mittelpunkt.

„Wir erkennen einen klaren Trend: Kunden wünschen sich hybride Anlageberatung – also eine Mischung aus digitaler und persönlicher Beratung“, folgern die Unternehmensberater von Simon-Kucher & Partners aus einer Umfrage unter Kunden in Deutschland, Österreich und der Schweiz, die auf den Be-

reich Wealth-/Asset-Management zielt. Solche Aussagen spiegeln den Wunsch nach individueller, flexibler und effizienter Beratung wider.

Dezidiert digital. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, kombinieren Finanzdienstleister verstärkt innovative Beratungsstrategien mit digitalen Tools. Entscheidender Erfolgsfaktor ist dabei die Fähigkeit, die Bedürfnisse und Ziele

BILD: METAMORWORKS/ISTOCK



Gesamtwertung MLP siegt in beiden Teilwertungen und macht das Rennen

BEWERTUNGSSCHEMA

Sehr gut ab 80,0 Punkten
Gut ab 70,0 Punkten

Finanzberater	Beratungserfahrung in Punkten (50 %)	Techn. Innovation in Punkten (50 %)	Gesamtergebnis in Punkten	Bewertung
MLP	81,9	96,8	89,3	Beste
Swiss Life	80,9	95,0	88,0	Sehr gut
Deutsche Bank	80,0	92,8	86,4	Sehr gut
Sparkassen	78,2	90,5	84,3	Sehr gut

Erhebungszeitraum: Oktober/November 2024; die DVAG beteiligte sich nicht an der Pressestellenanfrage, entsprechend konnten die Ergebnisse nicht für die Gesamtwertung herangezogen werden; Quelle: SWI Finance

Beratungserfahrung MLP punktet zum Beispiel mit Kompetenz, Lösungs- und Erfahrungsqualität

Finanzberater	Aktivitätsgrad in Punkten (20 %)	Kompetenzgrad in Punkten (20 %)	Lösungsqualität in Punkten (20 %)	Kommunikationsqualität in Pkte. (20 %)	Erfahrungsqualität in Punkten (20 %)	Ergebnis in Punkten	Bewertung
MLP	97,6	86,7	79,4	85,8	60,0	81,9	Beste
Swiss Life	97,3	86,7	76,4	87,5	56,7	80,9	Sehr gut
Deutsche Bank	98,0	81,3	67,4	81,7	71,7	80,0	Sehr gut
Sparkassen	100,0	80,8	70,9	81,7	57,5	78,2	Gut
DVAG	92,0	71,7	67,4	78,3	47,5	71,4	Gut

Erhebungszeitraum: Oktober/November 2024; Quelle: SWI Finance

Technische Innovation MLP zeichnet sich etwa durch Beraterqualifikation und seine Plattform aus

Finanzberater	Beraterqualifikation in Punkten (15 %)	Videoberatung in Punkten (15 %)	Onlineprozesse in Punkten (15 %)	Kundenorient. Services/Sparten in Punkten (25 %)	Funktionsumf. Plattform in Punkten (30 %)	Ergebnis in Punkten	Bewertung
MLP	98,3	100,0	80,0	100,0	100,0	96,8	Beste
Swiss Life	86,7	100,0	80,0	100,0	100,0	95,0	Sehr gut
Deutsche Bank	98,3	100,0	80,0	100,0	86,7	92,8	Sehr gut
Sparkassen	86,7	100,0	50,0	100,0	100,0	90,5	Sehr gut
DVAG	–	–	–	–	–	–	–

Erhebungszeitraum: Oktober/November 2024; Quelle: SWI Finance

Finanzberatung im Wandel:

Hybride Modelle verbinden persönliche Betreuung mit digitalen Tools für mehr Flexibilität und Effizienz

der Kunden in transparente Handlungsempfehlungen und passgenaue Produktvorschläge zu übersetzen. Digitale Lösungen wie datenbasierte Analysen und interaktive Plattformen ermöglichen es Beratern, präzise Finanzpläne zu erstellen und den Kunden jederzeit einen schnellen, ortsunabhängigen Zugriff auf alle relevanten Informationen zu bieten.

Besonders die erwähnten hybriden Modelle, die persönliche Beratung und digitale Formate wie Videokonferenzen nahtlos verbinden, gewinnen an Bedeutung. Sie erlauben eine flexible Betreuung, die den wachsenden Mobilitäts- und Zeitansprüchen der Kunden gerecht wird, ohne den persönlichen Kontakt zu ersetzen.

Vertrauensbasis erhalten. Die zentrale Herausforderung bleibt jedoch, digitale Innovationen sinnvoll zu integrieren und gleichzeitig die zwischenmenschliche Vertrauensbasis zu erhalten. Dieses Vertrauen ist gerade im Finanzsektor schließlich essenziell.

Welche Technologien bieten dabei das größte Potenzial? Wie können Berater sicherstellen, dass die Kundenzufriedenheit auch im digitalen Umfeld oberste Priorität hat? Dem ging €uro auf den Grund und beauftragte die Experten von SWI Finance aus Hamburg mit einer detaillierten Studie. Sie analysiert, wie Anbieter ihre Beratungskonzepte an die Anforderungen des heutigen digitalen Zeitalters anpassen.

Um einen umfassenden Einblick in aktuelle Trends sowie Lösungen der Finanzberatung zu gewinnen, hat SWI Finance die Beratungsansätze und digitalen Tools von fünf führenden Anbietern untersucht. Die Analyse basierte zu gleichen Teilen auf der Bewertung der Beratungserfahrungen (Gewichtung 50 Prozent) und der technischen Lösungen (ebenfalls mit 50 Prozent gewichtet).

Die Ergebnisse wurden anhand einer 100-Punkte-Skala ermittelt. Dabei kamen bei der Beratungserfahrung fünf gleich gewichtete Einzelkategorien mit Dutzenden Unterpunkten in die Analyse. Bei der zweiten Teilwertung wurden die technischen Innovationen anhand von ebenfalls fünf Einzelkategorien →


und einer Vielzahl einzelner Aspekte auf den Prüfstand gestellt (siehe Kasten zur Methode unten).

Gesamtsieger MLP. Mit der gelungenen Verknüpfung digitaler Lösungen und exzellenter persönlicher Betreuung sicherte sich der Finanzdienstleister MLP den Gesamtsieg. Die Tester hoben besonders die hohe Fachkompetenz der Berater sowie die umfassende Funktionalität der digitalen Tools hervor. Kundenfreundliche Onlineprozesse wie die transparente Zielverfolgung in verschiedenen Finanzsparten und das breite Produktspektrum trugen maßgeblich zu diesem Erfolg bei. „MLP überzeugte aufgrund der ganzheitlichen Ausrichtung und unabhängigen Beratung über alle Produktkategorien“, erläutert SWI-Pro-

jektleiter Johannes Higle. Das äußert sich dann in Statements der Testkunden zum Beispiel so: „Der Berater ging individuell auf meine Situation ein und zeigte konkrete Handlungsoptionen mit Vor- und Nachteilen auf. Leistungen und Kosten wurden transparent dargestellt.“

Hinter MLP platzierte sich die Swiss Life, die in den beiden großen Teilwertungen jeweils den zweiten Platz erobern konnte. In Sachen Beratungserfahrung überzeugte sie insbesondere mit der besten Kommunikationsqualität sowie kompetenten Beratern. Die technische Plattform punktete durch ein breites Produktspektrum und innovative Funktionen, auch wenn sie im Vergleich zum Spitzenreiter MLP weniger umfangreich waren. Eine typische Testkunden-Erfahrung: „Sehr angenehme Art des Beraters

komplett auf Augenhöhe. Darüber hinaus sehr anschauliche Darstellung aller Inhalte mit sehr gekonntem Medieneinsatz.“

Die Deutsche Bank schließlich erreichte in beiden Kategorien den dritten Rang und damit auch Platz 3 im Gesamtranking. Besonders hervorgehoben wurde hier die authentische Herangehensweise der Berater. Positive Erfahrung eines Testkunden: „Der Berater ging konkret auf mein Anliegen ein. Er änderte meinen Zwischenfragen entsprechend die Ausrichtung seiner Erklärung und passte den Gesprächsverlauf immer wieder an meine Fragen an.“ Die digitale Beratungsplattform erwies sich als vielseitig, insbesondere durch die Integration zusätzlicher Services wie beispielsweise Videoberatung. 

So haben wir getestet

Die Datengrundlage der Studie umfasste Anfragen bei Pressestellen zu den eingesetzten digitalen Plattformen sowie insgesamt 15 Testberatungen (je drei pro Anbieter), die sowohl vor Ort als auch per Videokonferenz durchgeführt wurden. Dabei lag der Fokus darauf, ob die Anbieter durch ein individuell abgestimmtes Vorgehen und den effektiven Einsatz technischer Hilfsmittel überzeugen konnten. Die Erhebungen fanden im Oktober und November 2024 statt und beleuchteten den Innovationsstand der Finanzberatungsbranche.

Die Beratungserfahrung geht mit 50 Prozent in die Gesamtwertung ein. Dabei wurden fünf jeweils mit 20 Prozent gleich gewichtete Unterbereiche bewertet:

- Aktivitätsgrad (mit Punkten wie Terminhaltung, erfolgreicher Erstkontakt)
- Kompetenzgrad (etwa strukturierte Gesprächsführung, Technologiekompetenz, Individualität)
- Lösungsqualität: Hier geht es zum Beispiel um gezielte Analyse der Lebens- und Vermögenssituation, Bedarfsanalyse,

Kunden- und Produktnutzen, Lösungsalternativen sowie um das Produktspektrum (Produktauswahl, Qualitätsprüfung von Anbietern und Produkten sowie das Spektrum von Altersvorsorge bis Vermögensmanagement, von Finanzierung bis Versicherungen)

- Kommunikationsqualität (Gesprächsatmosphäre, Interaktionsqualität, Akustik)
- Erfahrungsqualität (Authentizität, Remembering – haben Informationen, Empfehlungen oder das Erlebnis der Beratung nachhaltig Eindruck hinterlassen und können später abgerufen werden)?

Die technischen Innovationen gehen ebenfalls mit 50 Prozent in die Gesamtwertung ein. Dabei wurden fünf unterschiedlich gewichtete Unterbereiche bewertet:

- Beraterqualifikation (Gewichtung 15 Prozent): Bewertet werden etwa Ausbildungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Zusatzausbildungen oder die Zertifizierung des Schulungskonzepts
- Videoberatung (15 Prozent): Wird sie angeboten, gibt es Screen-Sharing, ist

ein Kundenverhältnis ohne persönliche Treffen möglich?

- Onlineprozesse (15 Prozent): Ist zum Beispiel der reine Onlineabschluss von Produkten möglich?

- Kundenorientierte Services/Sparten (25 Prozent): Besteht eine umfassende Beratungsplattform, und dies für Bereiche von Berufsunfähigkeitsschutz bis Immobilienfinanzierung?

- Funktionsumfang der Plattform (30 Prozent): Hier geht es zum Beispiel um die Abbildung von Szenarien, steuerliche Indikationen, Ruhestandsplanung oder darum, dass die Finanzsituation für den Kunden online einsehbar ist.

Die Folgerung aus der aufwendigen Analyse: Das Niveau im Testfeld ist insgesamt erfreulich hoch – gut für die Kunden.

Noch ein Hinweis: Die DVAG beteiligte sich nicht an der Pressestellenanfrage zu den digitalen Plattformen. Entsprechend konnten die Ergebnisse nicht für die Gesamtwertung herangezogen werden (siehe Tabellen auf Seite 129).