HANSAWELT

IHR SERVICE VON DER HANSAINVEST | AUSGABE 2/2016

VERTRIEB: ÖSTERREICH & SCHWEIZ IM FOKUS

Seite 4

BERATUNG: KUNDENPROFILE ANALYSIEREN

Seite 14

HANSAINVEST

RISIKOPROFILE VON ANLEGERN TREFFEND ANALYSIEREN UND FÜR DIE BERATUNG NUTZEN.

Jeder erfolgreiche Unternehmer stellt sich täglich die Frage: Wie treffe ich den Bedarf meines Kunden? Mit einem maßgeschneiderten Risikoprofil kommen Finanzdienstleister dem persönlichen Bedarf ihres Kunden einen großen Schritt näher. Die besondere Herausforderung: Das Vorgehen muss in allen Marktphasen funktionieren.

Noch haben viele Menschen in Deutschland eine Vermögensstruktur, die unter genauer Betrachtung ihre Bedürfnisse und Ziele nicht erfüllt. Viele Portfolios entsprechen mehr dem Risikoprofil und den Vorlieben des Beraters als dem Profil des Kunden. Tritt das Risiko ein, kommt es zu negativen Überraschungen und die Beziehung zum Berater wird brüchig. Auch vermögende Kunden, die ihr Portfolio selbst zusammenstellen, haben blinde Flecken und schätzen das Risiko tendenziell falsch ein. Die Folgen: Sie bleiben immer auf dem Sprung, sind nie ganz zufrieden oder überschätzen ihren Erfolg maßlos, bis der Markt sie eines Besseren belehrt.

EIN MASSGESCHNEIDERTES RISIKOPROFIL BRINGT KLARHEIT

Risikoprofiling ist ein interaktiver Prozess und berücksichtigt vier Komponenten.

- Die finanzielle Risikobereitschaft (Wie viel Risiko ist der Kunde bereit, einzugehen?)
- Die Risikowahrnehmung (Wie nimmt der Kunde das Risiko seiner Anlage wahr?)
- Die Risikokapazität (Wie viel Risiko kann und darf der Kunde eingehen?)
- Das benötigte Risiko (Wie viel Risiko muss der Kunde für seine Ziele eingehen?)

DER ENTSCHEIDENDE UNTERSCHIED: RISIKOBEREITSCHAFT IST STABIL – RISIKOWAHRNEHMUNG SCHWANKT

Das Risikoprofiling von Anlegern unterscheidet zwischen der Risikobereitschaft und der Risikowahrnehmung. Warum? Wie eine Studie des australischen Risikoprofiling-Anbieters FinaMetrica zeigt, ist die Risikobereitschaft des durchschnittlichen Anlegers über lange Zeiträume und in unterschiedlichen Marktphasen relativ stabil (siehe Abb. Seite 15). Sie bildet die optimale Basis für langfristige Finanzentscheidungen. Die Wahrnehmung dagegen ist teilweise durch Vorurteile verzerrt oder auch durch aktuelle Ereignisse leicht beeinflussbar. Wird im Beratungsprozess zwischen diesen beiden Komponenten unterschieden, kommt es nicht mehr zu emotionalen oder marktgetriebenen, sondern zu persönlich notwendigen Anpassungen im Portfolio. Diese Unterscheidung ist der erste wichtige Schritt beim Risikoprofiling.

EIN FRAGEBOGEN ALS ÜBERSETZUNGSHILFE FÜR BERATER UND KUNDE

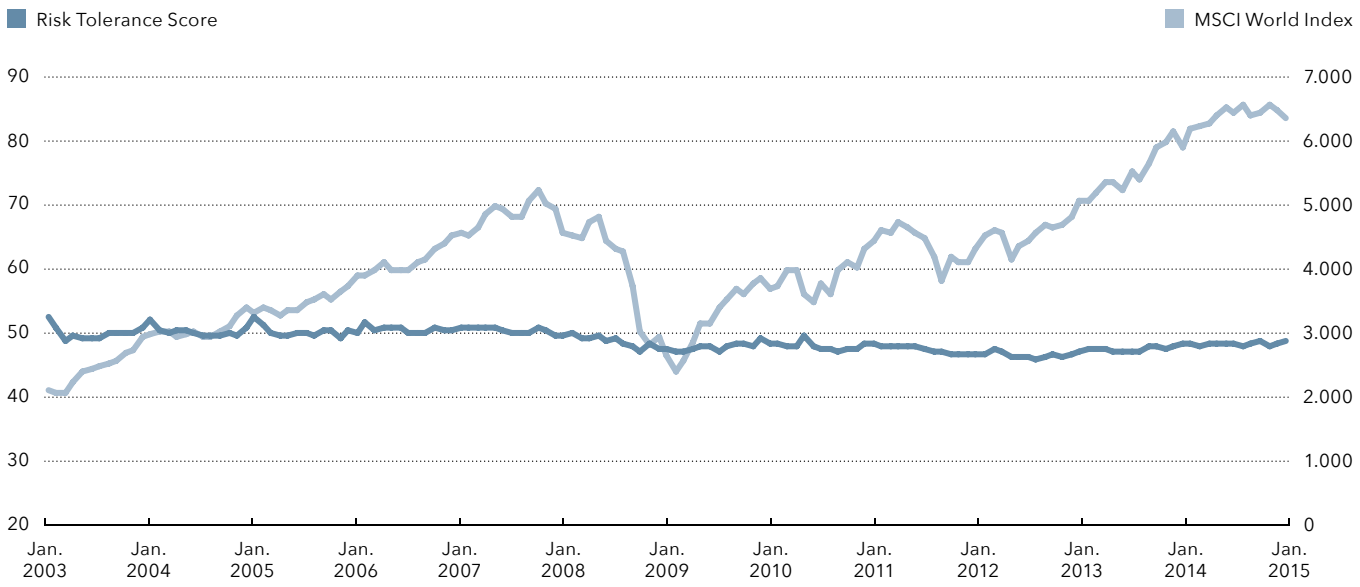
Der Kunde kennt seine Risikobereitschaft am besten. Ihm fehlen nur die Worte, die seine Einstellung am besten beschreiben. Dafür hat die Forschung Lösungen entwickelt: Als eigenständiges Persönlichkeitsmerkmal wird die finanzielle Risikobereitschaft mit einem psychometrischen Fragebogen objektiv, zuverlässig und zutreffend erfasst.

DER BLICK AUF DEN KAPITALMARKT DURCH DIE BRILLE DES KUNDEN

Mit der Messung und Besprechung der Risikobereitschaft fängt das Profiling an. Anschließend spiegelt der Berater dem Kunden die Wirkung seiner Erwartungen im Kontext des Kapitalmarkts. Er zeigt ihm dabei Zusammenhänge auf, die der Kunde selbst

VIER KOMPONENTEN DES RISIKOPROFILING

RISIKOBEREITSCHAFT DES DURCHSCHNITTLICHEN ANLEGERS



Quelle: Studie FinaMetrica

oft noch nicht gesehen hat. Dieser „Blick auf den Kapitalmarkt durch die Brille des Kunden" ist eine bedeutende Komponente für die Entscheidung. Denn für den Kunden stellt sich die Frage: Was bedeutet es, unter Berücksichtigung meiner Risikobereitschaft zu investieren? Nimmt man dem Kunden die Beantwortung dieser Frage ab, entsteht oft kein ausreichender Bezug zur Lösung. Ihm fehlt ein entscheidendes Teilchen im Puzzle. Hat der Kunde die Möglichkeit, anhand seiner ganz persönlichen Antworten eine „Probefahrt" am Kapitalmarkt zu machen, kann er selbst die Kriterien (Risiko- und Ertragsprofil) für die bestmögliche Lösung festlegen. Dazu braucht der Anleger verständliche, kundengerechte Beratungsmaterialien, die produkt- und beraterunabhängig sind.

ÜBER DIE AUTORIN

Monika Müller ist Diplom-Psychologin und seit 2002 vom ICF, dem weltweit größten Coachingverband, als Master Certified Coach zertifiziert. Als Gründerin von FCM Finanz Coaching und FCM Finanz Service GmbH ist sie spezialisiert auf psychologische Aspekte des Umgangs mit Geld und Risiko bei Finanzscheidungen und Finanzberatung. FCM bietet Banken und Finanzdienstleistern maßgeschneiderte Vorträge, Workshops und Coachingprozesse zur Optimierung von Finanzentscheidungen und Finanzberatung sowie die erste Coachingausbildung speziell für Finanzdienstleister zum FCM Finanz Coach®.

ORIENTIERUNG UND IMPULSE FÜR BESTMÖGLICHE ENTSCHEIDUNG

Die Risikobereitschaft gibt dem Anleger in jeder Situation Orientierung. Einmal erfasst, in Verbindung mit seiner Risikokapazität und dem benötigten Risiko gesetzt, kann er sich bewusst für den besten Kompromiss entscheiden. Geht er so viel Risiko ein, wie es seiner Bereitschaft entspricht, und hält er aus, dass er damit vielleicht sein Ziel nicht ganz erreicht? Oder er geht mehr Risiko ein, als es seiner Bereitschaft entspricht, erreicht so mit großer Wahrscheinlichkeit sein Ziel, muss aber auf dem Weg dorthin Schwankungen aushalten, die ihn vorübergehend aus seiner Komfortzone bringen.

Das Profiling durch den Berater ist nun komplett – ein wichtiges Ziel ist erreicht: Der Kunde steht zu seiner Entscheidung und kann die Früchte seines Einsatzes ernten. ■

RISIKOPROFILING VON ANLEGERN – DER WETTBEWERBSVORTEIL IN EINEM HOCH KOMPETITIVEN UMFELD

- Berater erhalten hoch relevante Informationen über den Kunden
- Kunden behalten ausreichend Kontrolle, verstehen die Lösung und entscheiden leichter
- Kunden sind offener, aktiver und übernehmen Verantwortung
- Kunden erzählen anderen davon, wie sie gute Finanzentscheidungen treffen und warum sie ihren Berater dabei als Unterstützung erleben

WWW.HANSAINVEST.DE