

Ver.di belegt: Verkaufsdruck bei Bankberatern führt zu Interessenskonflikt mit Bankkunden

München, 27. April 2010: Bankberater stehen auch nach der Finanzkrise unter massivem Verkaufsdruck, so das eindeutige Ergebnis einer Umfrage der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di unter Bankangestellten (<http://www.wiwo.de/finanzen/warum-der-verkaufsdruck-bei-banken-extrem-hoch-bleibt-427801/>). Die Gewerkschaft hat über mehrere Monate Stimmen von Bankangestellten zu ihrer aktuellen Arbeitssituation gesammelt. Bankmitarbeiter berichten in der Umfrage laut dem Wirtschaftsmagazin Wirtschaftswoche: Die Vertriebsziele seien so hoch, dass es nicht selten zu Fehlberatungen komme.

„In der traditionellen Bankberatung treffen grundsätzlich zwei Interessenlagen aufeinander: Auf der einen Seite steht der Kunde, der eine kompetente und unabhängige Beratung wünscht. Auf der anderen Seite steht der Berater, der feste Verkaufsziele vorgegeben bekommt, die er erfüllen muss“, erklärt Matthias Kröner, CEO der FIDOR Bank AG. „Diese Interessen müssen sich nicht widersprechen. Können es aber.“

Die FIDOR Bank setzt daher auf einen neuen, ausschließlich kundenorientierten Ansatz: Das Bankhaus aus München beschäftigt bewusst keine Bankberater und auch keinen eigenen „Vertrieb“.

Stattdessen öffnet die FIDOR Bank ihre Webpräsenz (www.fidor.de) für selbständige Berater und Finanzberater dritter Unternehmen, die die Fragen der User und Kunden beantworten können. „Die FIDOR Bank schafft so optimale Bedingungen für transparente und gewinnbringende Beratung“, so Kröner. „Bankkunden erhalten die Möglichkeit, vor der Beratung Informationen über eine Reihe von Beratern und deren Beratungsqualität zu erhalten. Und Bankberater erhalten die Möglichkeit, durch kompetente Antworten kostenlos neue Kunden zu akquirieren.“

Darüber hinaus haben User und Kunden die Möglichkeit, Berater qualitativ zu bewerten. Die Ergebnisse dieser Bewertung sind für alle jederzeit offen einsehbar.

Gegenwärtig sind über 1.100 „Geldexperten“ (Versicherungs-, Bank- und Vermögensberater etc.) auf der Plattform gelistet. Einen kostenlosen Überblick auf die besten Berater der Region findet man unter <https://community.fidor.de/beraterbewertung?q=&zip=&company>.

Über FIDOR Bank AG:

Die FIDOR Bank AG (<http://www.fidor.de>) hat im April 2009 die Vollbanklizenz erhalten. Das Konzept der FIDOR Bank orientiert sich konsequent an den Wirkmechanismen des Web 2.0. Dementsprechend sieht die Strategie des Münchener Unternehmens vor, Kunden unmittelbar in die Wertschöpfung der Bank zu integrieren: User und Kunden der FIDOR Bank AG können sich auf Wunsch direkt miteinander austauschen, Spartipps geben, Produkte oder Geldberater nach transparenten Kriterien bewerten oder neue Produktideen vorschlagen. Nutzer der FIDOR Bank Community erhalten so einen neutralen, umfassenden und stets aktuellen Überblick über alle Geldthemen.

Das Unternehmen belohnt jede messbare Aktivität der User mit Geldbeträgen, die den Kunden im eigenentwickelten Bonussystem gutgeschrieben werden.

Über das SMART MONEY CENTER der FIDOR Bank AG hat der Kunde die Möglichkeit, Geld einfach zu versenden. Dabei kann der Empfänger durch eine FIDOR-ID, Mobil-Nummer, einen Community Nickname, oder eine Email-Adresse bestimmt werden. Auch können Geldbeträge an Freunde einfach und nachvollziehbar verliehen werden.

Die FIDOR Bank AG nutzt zur Kommunikation neben der eigenen Community alle gängigen Social Media Plattformen, wie bspw. Twitter (<http://www.twitter.com/ficoba>), XING (<https://www.xing.com/net/ficoba>), YouTube (<http://www.youtube.com/user/FidorCommBanking>) oder Facebook (<http://www.facebook.com/ficoba>).

Die FIDOR Bank AG ist hundertprozentige Muttergesellschaft der Online-Marketing Agentur Zieltraffic AG (<http://www.zieltraffic.de>).

Kontakt:

FIDOR Bank AG | Theatiner Straße 46 | 80333 München | Germany
Tel.: +49 [0] 89 - 18 90 85 100 | Fax: +49 [0] 89 - 18 90 85 199 | info@fidor.de | www.fidor.de

wbpr Public Relations | Münchner Straße 18 | 85774 Unterföhring | Germany
Tel.: +49 [0] 89 – 99 59 06 13 | jan.manz@wbpr.de | www.wbpr.de