



# Weiterbildung und Netzwerke sind wichtige Rohstoffe unserer Zeit

Um heute im Wettbewerb mit anspruchsvollen Kunden im Private Banking und der Finanzdienstleistungsbranche erfolgreich zu sein, braucht es mehr als reine Wertpapierexpertise.

von Maximilian Kleyboldt



*Maximilian Kleyboldt, CFP bei der Bethmann Bank AG, Gründungsmitglied und stellvertretender Vorsitzender vom Netzwerk der Finanz- und Erbschaftsplaner e.V., Finanzplaner Fortbildung sowie Vorstand im FPSB Deutschland e.V.*

Die Ansprüche an eine qualifizierte Vermögensberatung im Spannungsfeld zwischen vertrieblichen, fachlichen und regulatorischen Anforderungen sind enorm. Hochwertige Kundenberatung bedarf einer klaren Strukturierung und bedient sich aus dafür spezialisierten Expertennetzwerken. Die „Qualität der Beratung“, die „ständige Weiterbildung“ und „persönliche Netzwerke“ stellen wesentliche Erfolgsfaktoren und Abgrenzungsmerkmale im Wettbewerb um Privatkunden dar.

Im Finanzdienstleistungssektor stellen die Ausbildung zum Certified Financial Planner (CFP) und/oder zum Certified Foundation and Estate Planner (CFEP) die höchsten und angesehensten Abschlüsse dar. Nicht nur national, auch international gehören Personen mit diesen Zertifikaten der Elite an. Das CFP- und CFEP-Zertifikat sind Ausdruck höchster Qualifikation und bieten ein gutes Grundfundament, um erfolgreich zu sein.

## Erfolgsfaktor: Qualität der Beratung

In der Private-Banking-Industrie hat das klassische Thema „Finanzplanung“

heutzutage nur einen geringen Stellenwert. Erfolgreiche Beratungskonzepte von heute stellen auf eine ganzheitliche Beratung ab, die in der Grundphilosophie auf den Gedanken des Financial Plannings fußt und nicht isoliert nur eine Assetklasse berücksichtigt. Die Qualität der Beratungsleistung – verbunden mit Ganzheitlichkeit und Individualität – kann somit als Abgrenzungsmerkmal und Erfolgsfaktor im Wettbewerb um den Kunden angesehen werden.

„Spitz formuliert“ können viele Berater eine Portfoliostruktur gestalten und eine Vermögensverwaltung verkaufen. Die Perspektive der ganzheitlichen Beratung können aber nur wenige umsetzen und das macht den Unterschied. Durch einfache Mittel, wie durch den Einsatz einer privaten Vermögensbilanz oder eines fachlichen Hinweis, wie sich der Zufluss eines Unternehmensverkaufserlöses auf ein Gemeinschaftskonto auswirkt, lässt sich Kundenzufriedenheit deutlich erhöhen. Schnell ist man nicht mehr in der Renditediskussion, sondern überzeugt zusätzlich auf anderen Feldern und kann dadurch einen deutlichen Mehrwert für den Kunden erzeugen.



Der Finanzplan bzw. der Extrakt für das Strategiegelgespräch ist ohne Zweifel die Kür und stellt ein Highlight in jeder Beratung dar. Die übersichtliche Darstellung der Kundensituation im Sinne einer Komplexitätsreduktion als Ergebnis des zurückliegenden Beratungsgesprächs überrascht viele Kunden positiv, wenngleich es wichtig ist, dass die Ausarbeitung smart und nicht zu lang ist.

#### Erfolgsfaktor: ständige Weiterbildung

Zertifizierte Finanz- und Nachfolgeplaner sind gemäß den FPSB-Standards verpflichtet, sich jedes Jahr intensiv weiterzubilden. Andere Berufsverbände, wie zum Beispiel der der Wirtschaftsprüfer, haben eine Weiterbildungsverpflichtung von 40 Stunden jährlich, CFPs von 30 Stunden. Dieser Anspruch ist als Qualitätsstandard in der persönlichen Weiterentwicklung anzusehen und entspricht dem Streben nach dauerhafter Verbesserung gemäß der Philosophie des Kaizen. Ganz wesentlich ist es, dass sich der CFP/CFEP über aktuelle Themen auf dem Laufenden hält oder gegebenenfalls auch neue Themen für sich erschließt (zum Beispiel Stiftungen, Testamentsvollstreckung). Das schärft letztendlich sein Profil.

Für die Branche stellt sich die Frage: Wie setzt man als Zertifikatsträger diese Weiterbildungsverpflichtung um? Der CFP/CFEP kann eine Veranstaltung nach präferiertem Ort, Preis, Umfang und nach der spezifischen Ausrichtung aus dem vielfältigen Angebot auswählen. Die Veranstaltungen der Bildungsträger, der Alumni-Organisationen und der hochschulunabhängigen Netzwerke haben gemeinsam, dass sie von Praktikern organisiert werden und einen „familiären Rahmen“ aufgrund des CFP-dominierten Branchentreffens aufweisen. Abgerundet wird das Angebot unter an-

derem von individuellen In-house-Schulungen, externen Veranstaltungen von Finanzdienstleistern, von Messen, Kongressen und sonstigen Veranstaltungen.

Viele Re-Zertifizierende haben konkretes Interesse an qualitativ hochwertigen und produktunabhängigen Veranstaltungen. Die zum Teil kostenlos angebotenen Veranstaltungen, die häufig nur auf dem Papier produktunabhängig scheinen, sind kritisch zu beurteilen. Die Qualität der Weiterbildungsveranstaltungen muss und darf etwas kosten, wenn gleich in Zeiten enger Bildungsbudgets ein jeder seinen „ethischen“ Weg gehen muss.

#### Mehrwert der offenen und unabhängigen Netzwerke

Die unabhängigen Organisationen – wie der nfp e.V. und der NFEP e.V. – vereinen den zusätzlichen Charme, dass sie als offene Netzwerke nicht nur zertifizierten Beratern offen stehen. Die Vielschichtigkeit der Mitglieder und Teilnehmer der Veranstaltungen sowie die Qualität der Vorträge bieten für jeden Interessierten einen Mehrwert.

Zum Beispiel bietet der NFEP e.V. einen konsequenten Fokus auf fachlich hochwertige Abendvorträge mit anschließendem Networking sowie in Kooperation mit der „Finanzplaner Fortbildung“ ergänzend Tages- und Zweitageskonferenzen an. Das Netzwerk ermöglicht seinen Mitgliedern des Weiteren Kontakt zu einem vielfältigen Portfolio an Fördermitgliedern. Dabei legt der NFEP e.V. am kapitalmarktdominierten Bankenplatz Frankfurt den besonderen Fokus auf steuer- und rechtsberatende Kanzleien. Der Verein ist damit nicht nur eine Plattform für Finanz- und Vermögensberater, sondern auch für Steuerberater, Rechtsanwälte und Family Offices.

#### Erfolgsfaktor: persönliches Netzwerk

Der Aufbau eines facettenreichen Netzwerkes, welches bei den Weiterbildungsveranstaltungen zum einen branchennahe Kollegen umfasst sowie zum anderen auch branchenfremde Berufsgruppen einschließt (zum Beispiel Steuerberater), kann im Beratungsalltag mehrwertstiftend eingesetzt werden. Somit ist der Aufbau eines persönlichen Netzwerkes als Erfolgsfaktor zu werten. Gerade auch aufgrund der Beschränkungen des Rechtsdienstleistungsgesetzes in Bezug auf die Nachfolgesachverhalte ist es wichtig, für seinen Kunden entsprechende Spezialisten im Netzwerk zu haben und ein offenes Ohr für aktuelle Themen zu besitzen.

Die Möglichkeit, sich regelmäßig mit Beratern unterschiedlicher Häuser in entspannter und unkomplizierter Umgebung auszutauschen, Themen zu diskutieren sowie insbesondere im persönlichen Kontext der Beratung auf die entsprechend notwendigen Fachleute in Finanz-, Steuer- und Rechtsfragen zurückgreifen zu können, schafft viele Vorteile und erhöht die persönliche Wettbewerbsfähigkeit.

#### Fazit

Wer seinem Kunden ein Netzwerk bieten beziehungsweise öffnen kann, hat die Möglichkeit die Kundenbindung und die Gesamtqualität der Beratung zu erhöhen. Insgesamt kann man dies als Horizonsweiterung und Wissensvorsprung bezeichnen. Durch die zuvor genannten Erfolgsfaktoren lässt sich „industriell gesprochen“ ein hoher Vorbereitungsgrad schaffen, der bestehende Vorteile in der Effizienz der Beratung generieren kann. Weiterbildung und Netzwerke werden daher zu immer wichtigeren Rohstoffen unserer Zeit.