



Pressemitteilung

27.10.2006

Pressestelle

Willi Baur
Leitung

Helmholtzstraße 16
89081 Ulm, Germany

Tel: +49 731 50-22020
Fax: +49 731 50-22048
willi.baur@uni-ulm.de
<http://www.uni-ulm.de>

Viele Wege, ein Ziel: Qualität Finanzdienstleister einig über den Faktor Mensch

„Qualität in der Finanzdienstleistungsbranche – Widerspruch oder Notwendigkeit?“ – mit dieser Frage beschäftigten sich dieser Tage rund 50 Vorstände und Führungskräfte vorwiegend der genannten Branche im Wissenschaftszentrum Schloss Reisensburg der Universität Ulm. Sechs hochkarätige Referenten beleuchteten dabei das Thema aus unterschiedlichen Richtungen. Die Tagung veranstaltet hat das Institut für Finanz- und Aktuarwissenschaften (IFA) Ulm gemeinsam mit der Universität.

„Ist Qualität überhaupt wichtig?“ Oder: „Was können Finanzdienstleister von einem führenden Hotel lernen?“ Ansätze wie diese, mitunter auch provokative Fragestellungen sind wohl neben der wissenschaftlichen Begleitung die entscheidenden Aspekte dafür, dass bei dem zweitägigen, seit vielen Jahren etablierten Treffen einmal mehr die Chefetagen fast aller Branchengrößen vertreten waren. Nicht zu vergessen die oft lebhaften Diskussionen, bei denen sich die Manager von Banken, Versicherungen und Investmentgesellschaften ungeachtet ihrer Wettbewerbssituation ungewöhnlich offen äußern können.

Was, zum Beispiel, versteht der AXA-Konzern unter „Operativer Exzellenz im Lebensversicherungsgeschäft?“ Und, für das Auditorium vermutlich noch wichtiger, wie will das Unternehmen dies erreichen? Vorstandsmitglied Dr. Heinz-Peter Roß zufolge setzt AXA dabei auf effektivere und effizientere Prozesse sowie eine Konzentration auf die Kernkompetenzen. Eine zentrale Rolle dabei spiele Benchmarking. Wichtige Faktoren zur Optimierung der eigenen Dienstleistungen seien zum einen Automatisierung und Standardisierung gewesen, zum anderen ein kontinuierliches Prozessmonitoring und Qualitätsmanagement.

Oder: Wie stellt sich die HUK Coburg aktuellen Herausforderungen im Kraftfahrzeugversicherungsbereich? Auch sie setzt dabei auf Qualität und Prozessoptimierung, wie Klaus-Jürgen Heitmann erläuterte. Doch nicht nur. Entscheidende Faktoren seien ferner Transparenz, ergebnis- und leistungsorientierte Vergütungen sowie ein neues Rollenverständnis der Mitarbeiter. Dabei setzte die HUK auf „ein aktives Schadensmanagement als Instrument zur Differenzierung gegenüber den Wettbewerbern“. Und die kommen, wie Heitmann sagte, mitnichten nur aus der Branche. Vielmehr drängten insbesondere die Automobilhersteller massiv in den Versicherungsmarkt. Zudem befänden sich bereits rund 40 Prozent des Kredit- oder Leasingvolumens in der Hand von Tochterunternehmen der Hersteller.

Womöglich sind in diesem Fall die Ausführungen von Axel Schmitz hilfreich, Vorstandsmitglied der Zürich Gruppe Deutschland. Sein Thema: Vertriebsstrategie und –steuerung. Er vertraut demnach vor allem einem mehrstufigen, strukturierten Rekrutierungsverfahren zur Einstufung und Qualifizierung neuer Vermittler, ferner einem einheitlichen Verkaufsprozess im Vertrieb und standardisierten Erfolgsmessungen. Sie sollten allerdings durch verschiedene Zielvereinbarungen, Ausbildungsprogramme und Qualitätskomponenten in den Vergütungssystemen der Führungs- und Betreuungskräfte begleitet werden.

Ähnliche Ansätze verfolgt Christian Bubmann von der Geschäftsleitung der Deutschen Bank. Neben Richtlinien zur Beratungsqualität und einem klar definierten Vertriebs- und Führungsprozess setzt er auf individuelle Qualifizierungspläne und Vertriebscoaching direkt beim Kundengespräch. Eine zentrale Rolle spiele überdies das Beschwerdemanagement. Kundenzufriedenheit sei denn auch ein Indikator in den Vergütungssystemen. Bubmann zufolge legt sein Institut auch großen Wert auf eine kontinuierliche Wissensvermittlung an Mitarbeiter und Führungskräfte im Rahmen eines integrierten Informationsmanagements. Durchaus Parallelen zur Branche ihrer Zuhörer sah Gesa Rohwedder, Managerin im InterContinental Hotel Hamburg. Loyalität und Kundenbindung in ihrem Bereich entstehe durch Qualität, sagte die Expertin. Qualitätssteuerung hier bedeute deshalb kontinuierliche Prozessüberarbeitung, ein ständiges Hinterfragen, Analysieren und Erneuern. Der entscheidende Faktor für die Qualität schlechthin seien jedoch die Mitarbeiter und in diesem Zusammenhang die Vermittlung der Unternehmensphilosophie an das Personal, ergänzt um unterschiedliche Belobigungssysteme.

Qualität als entscheidende Voraussetzung für Kundenzufriedenheit und –bindung sowie einen langfristigen Unternehmenserfolg sei für die Finanzdienstleister unabdingbar, befand Dr. Nina Specht, Marketing-Expertin am Lehrstuhl von Professor Anton Meyer (Ludwig-Maximilians-Universität München). Dabei konzentrierten sich aus Kundensicht die zentralen Qualitätsmerkmale auf die Fähigkeiten und Anstrengungen des Beraters. Die Referentin vermittelte in diesem Zusammenhang auch verschiedene aktuelle Methoden und innovative Techniken, mittels derer Servicequalität und Kundenzufriedenheit zuverlässig gemessen werden könnten.

Weitere Informationen: Dr. Bernhard Häfele, IFA Ulm, Tel. 0731/50-31254

Verantwortlich: Willi Baur