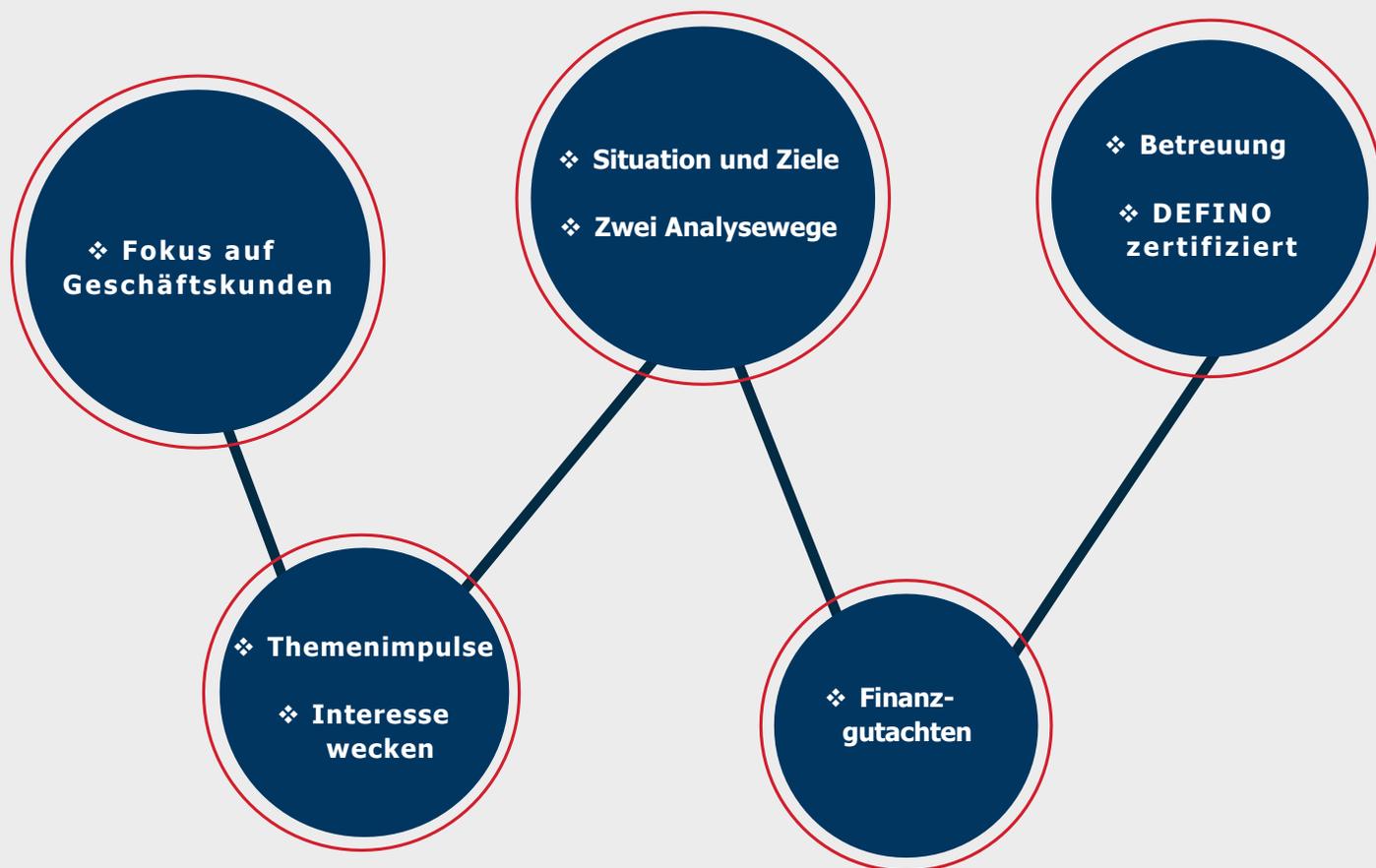


# Finanzanalyse für Geschäftskunden

Mit der Norm den Kunden „richtig lesen“ und seinen Bedarf professionell ergründen



### **BEDARF VOR PRODUKT:**

Erst den Bedarf professionell „ergründen“ –  
dann bedarfsgerecht Produkte empfehlen.  
Die Norm schafft eine Top-Chance  
für positive Erfahrungen auf der „Kundenreise“.

- Fokus auf Geschäftskunden 4
- Themenimpulse 5
- Interesse wecken 6
- Situation und Ziele 7
- Zwei Wege zur Analyse 8
- Finanzgutachten 9
- Betreuung von Geschäftskunden 10
- DEFINO zertifiziert 11



## Fokus auf Geschäftskunden

**DEFINO unterstützt Finanzberater, ihre Geschäftskunden bedarfsgerecht und im besten Interesse zu beraten und zu begleiten.**

Für Berater\*innen kann der Fokus auf Geschäftskunden das Herzstück für eine überlegene Position im Wettbewerb der Finanzdienstleister sein.

Als Geschäftskunden werden hier verstanden: Selbständige, Gewerbebetriebe, Freiberufler sowie kleine und mittelständische Unternehmen.

**Geschäftskundenfokus heißt: Sich voll auf die Belange eines individuellen Geschäftskunden konzentrieren.**

Der Geschäftskundenberater muss die wirklichen Bedürfnisse des von ihm betreuten Kunden verstanden haben. Umgekehrt muss sich der Kunde seinerseits „richtig gelesen“ fühlen.

So hat ein guter Finanzberater die Themen des Kunden genau im Auge und bringt seine Branchenkenntnisse ein. Das hilft ihm, wenn er sich z.B. bei einer finanziellen Analyse mit dem Kunden über dessen Prioritäten austauscht.

**Professionellen Finanzberatern wie den von DEFINO zertifizierten „Spezialisten\*innen für geschäftliche Finanzanalyse | DIN 77235“ bietet die neue Norm vielfältige Ansatzpunkte.**

**DEFINO hat die neue Finanznorm für Geschäftskunden initiiert und ihre Entwicklung intensiv begleitet.**

### **Wie bekommt ein Finanzberater mit, dass ein Kunde einen Impuls für ein neues Thema bzw. Bedarf hat?**

Nach einem ersten Trigger-Erlebnis beginnen Interessenten, sich im Internet umzuschauen.

**Beispiel:** Der Geschäftsführer eines Gewerbebetriebs hat einen Impuls, sich über Cyber-Risiken schlau zu machen. Im Internet stößt er zufällig auf die Finanznorm, die das Cyber-Thema anspricht. Der Geschäftsführer entscheidet, auf seine Finanzberaterin zuzugehen.

### **Wie kann die Finanzbranche erreichen, dass immer mehr Geschäftsleute von sich aus nach DIN-Normen für Finanzen und Versicherung suchen?**

DIN-Normen genießen in unserer Gesellschaft eine hohe Glaubwürdigkeit als Indikator für Qualität. Berater und Finanzinstitute haben gute Chancen, dies für sich zu nutzen – zum Beispiel, indem sie Leads zu Interessenten generieren.

Besonders vielversprechend ist es, den Kontakt zu Menschen zu knüpfen, die ein Thema haben, das sie rasch erledigen wollen. Sie sind in diesem Moment sehr offen für neue Informationen.

So ist der Geschäftsführer in dem Beispiel oben bei der Recherche zu Cyber-Risiken darauf gestoßen, dass es eine DIN-Norm zur Finanz- und Risikoanalyse gibt und zeigt sich sehr interessiert, darüber mehr zu erfahren.

**Gefragte Inhalte zur Finanznorm in Blogs, Podcasts, Videos, Bestenlisten oder Siegel helfen von DEFINO zertifizierten „Spezialisten\*innen für geschäftliche Finanzanalyse | DIN 77235“, dass Interessenten sie finden.**

**DIN-Normen eignen sich auch im Finanzwesen, um Kunden und Öffentlichkeit eine hohe Qualität zu signalisieren.**

## Interesse wecken

**Für Finanzberater\*innen kommt es darauf an, einen (potenziellen) Geschäftskunden im Netz da abzuholen, wo dieser mit seinem ganz speziellen Bedarf gerade recherchiert.**

Die Herausforderung für einen Berater oder ein Institut dabei ist, den Interessenten „maßgeschneidert“ auf sich aufmerksam zu machen.

In der frühen Themenphase treibt viele Geschäftskunden die Sorge um: Dass sie sich auf einen schnellen Produktkauf einlassen, obwohl sich ihr Berater noch überhaupt nicht mit der betrieblichen Situation vertraut gemacht hat und die Firma selbst ihren Finanzbedarf auch noch nicht genau greifen kann.

Vielen Selbständigen und Mittelständlern ist klar, dass – ähnlich wie beim Bau eines Hauses – zunächst ein solides Fundament geschaffen werden muss. Dazu sind die Kundenbedarfe professionell zu erheben, bevor dann erst die Produktempfehlungen ins Spiel kommen.

**Die Basis für die Empfehlungen eines Beraters wird mit der Analyse des Status quo und der Ermittlung des Kundenbedarfs gelegt.**

Erst im Anschluss an die saubere Herausarbeitung des Kundenbedarfs lässt sich seriös beurteilen, welche Produkte und Services geeignet sind.

Das genau ist der Grund, warum das gegenseitige Vertrauen bei Finanzen und Versicherung so entscheidend ist.

**Nach wie vor ist der persönliche Kontakt auch bei Unternehmern der jüngeren Generation ein großer Wettbewerbsvorteil für Finanzberaterinnen und Berater.**

Kaum eine Situation eignet sich besser, um positive Erlebnisse für den Geschäftskunden zu bieten als eine professionelle Analyse der Firmensituation und des Kundenbedarfs.

Bei einer normgestützten Analyse von Opportunitäten und Risiken beschäftigen sich Berater wie Kunde breit angelegt mit den individuellen Motiven und Emotionen sowie den Notwendigkeiten der jeweiligen Firma.

**Die vertrauensvolle Ist-Aufnahme ist eine hervorragende Basis, um den Bedarf des Kunden sauber bestimmen zu können.**

**Eine breit angelegte Finanz- und Risikoanalyse auf DIN-Basis lässt das Vertrauen zwischen Berater und Kunde wachsen.**

**Dies trägt dazu bei, neue Bedarfe beim Kunden zu wecken.**

“Die professionelle Bedarfsanalyse ist für uns die wichtigste Information, um die Vorschläge und Empfehlungen eines Finanzberaters einschätzen zu können.“

So oder ähnlich äußern sich viele Selbständige und Mittelständler.



## Situation und Ziele

**Die Finanz-Regulierung (z.B. IDD) fordert, dass Kunden nur Finanz- oder Versicherungsprodukte erhalten, die zu ihren Zielen und Wünschen passen.**

Finanzberater\*innen müssen deshalb den Status quo und den Bedarf ihrer Kunden zuverlässig analysieren, bevor sie ihnen in der anschließenden Beratung ein oder mehrere Produkte empfehlen.

**Die professionelle Aufbereitung der gesamten Situation des Kunden nach der Norm hilft Berater\*innen, die regulatorischen Erfordernisse an die Bedarfsermittlung einzuhalten.**

Auf Basis der Norm die ganze Aufmerksamkeit auf die betriebliche Situation und die Ziele der Geschäftsführung zu richten, eröffnet dem Berater eine große Chance:

Den Kunden nicht nur emotional zu erreichen, sondern ihn auch in puncto Kompetenz zu beeindrucken – und so bei ihm für die richtigen Erinnerungen an eine angenehme „Kundenreise“ zu sorgen.

**Bei der Analyse von Situation, Zielen und Bedarf eines Geschäftskunden sind folgende wichtigen Dimensionen zu berücksichtigen:**

Geschäftlicher Status quo, Herkunft und Herausforderungen.

Mission, Werte, Motivation, Lebensziele und Situation der Inhaber bzw. des Managements..

Die einzelnen Eindrücke zur Situation und den Zielen verschmelzen zu einem Gesamtbild und der Berater versteht, was dem Kunden am Herzen liegt und welchen Bedarf er hat.

**Mit dem Entstehen eines Gesamtbildes zur Situation des Geschäftskunden und seines Bedarfs reift im Berater eine Idee heran, wie die ganz individuelle Problemlösung für den Kunden aussehen kann.**

## Zwei Wege zur Analyse

### **Eine ganzheitliche Finanzanalyse und Bedarfsermittlung fokussiert auf die nachhaltige Kundenbeziehung.**

Ganzheitlich die Situation und Ziele zu analysieren, ermöglicht einen vollständigen 360° Blick auf den Bedarf des Geschäftskunden.

**Beispiel:** Eine übersichtliche Darstellung der Liquiditäts- und Vermögenssituation kann zum zündenden Funke werden für die Priorisierung der Themen oder die Strukturierung der Problemlösung.

### **Analyse von Einzelthemen: Die Systematik der Finanznorm ermöglicht es dem Berater, mit seinem Kunden schrittweise vom Allgemeinen zum Speziellen zu gehen.**

Eine solche Teilanalyse kann Berater und Kunde helfen, einen sicheren Zugang zu den infrage kommenden Themen zu finden.

Den vollen Fokus auf die besonders drängenden Themen und die speziellen Bedürfnisse des Kunden legen zu können, ist einer der Vorteile von Teilanalysen.

**Für Top-Berater von Geschäftskunden ist Vertrieb heutzutage mehr denn je, sich um die Belange jedes einzelnen anspruchsvollen Kunden zu kümmern: Gute Berater sind deshalb aufmerksame Zuhörer, sie stellen die richtigen Fragen und sie haben ein Talent, die Situation und den Bedarf sowie die kritischen Themen eines Kunden zu erspüren.**

Dies gilt natürlich für die ganzheitliche Finanzanalyse ebenso wie für die Analyse von drängenden Einzelthemen.

**Berater und Kunde können entscheiden, in ihrer Bedarfsanalyse erst einmal drängende Einzelthemen in Angriff zu nehmen.**

**Teilanalysen lassen sich im Zeitablauf zu einer Gesamtschau zusammenfügen.**

„Top-Berater von Geschäftskunden sind gute Zuhörer, sie stellen die richtigen Fragen und haben ein Talent, die Situation, Bedarfe und kritischen Themen eines Kunden zu erspüren.“



## Finanzgutachten

**Das Finanzgutachten informiert den Geschäftskunden über das Gesamtergebnis der Analyse von Opportunitäten und Risiken. Es dokumentiert zugleich die finanziellen Bedarfe eines Kunden.**

Ziel der Norm ist, dass bei einer bestimmten finanziellen Ausgangssituation stets die gleichen Analyseergebnisse erreicht werden.

Es soll keine Rolle spielen, welcher Finanzberater oder welches Finanzinstitut die Analyse durchführt.

**Durch Soll-Ist-Abgleiche zeigt das Finanzgutachten eventuelle Lücken in der Bedarfsdeckung auf, die Kunde und Berater gemeinsam angehen.**

Hierfür ist es sehr nützlich, dass im Rahmen der Finanzanalyse die Prioritäten definiert werden, mit denen die Finanzthemen angepackt werden sollen.

Nachvollziehbare Orientierungsgrößen bzw. Sollwerte geben Halt und Sicherheit bei der zahlenmäßigen Bestimmung des Bedarfs in der täglichen Praxis.

**Finanzgutachten kommen bei Privatkunden bisher sehr gut an, weil sie als informativ, objektiv und neutral empfunden werden.**

Alles spricht dafür, dass auch die von Geschäftskundenberatern erstellten Finanzgutachten sehr positiv aufgenommen und hohen Nutzen stiften werden.

**Im Finanzgutachten dokumentierte finanzielle Bedarfe können in der anschließenden persönlichen Beratung zu Finanz- und Versicherungsprodukten adressiert werden.**

## Betreuung von Geschäftskunden

### **Erfahrene Finanzberater\*innen haben gelernt, wie wichtig es ist, auf veränderte Situationen angemessen zu reagieren.**

Sobald im Geschäftsleben Ereignisse eintreten, die die Ausgangssituation und damit auch den Kundenbedarf verändern, muss geprüft werden, ob das Finanzgutachten flexibel angepasst werden muss.

### **Ein Beispiel: Eine sich abzeichnende Krisensituation könnte für den Geschäftskunden und seinen Berater eine Gelegenheit sein, mit Hilfe der Norm das Unternehmen krisenfest aufzustellen.**

Was den Beginn einer Krise angeht, so helfen die DIN-Regeln, Risiken zu erkennen und zu managen. Eine Situationsanalyse hilft, etwa einen Absicherungsbedarf festzustellen.

Im Hinblick auf den weiteren Verlauf einer Krise können Berater und Kunde mit Hilfe der Norm Antworten finden auf die Frage, welche Potenziale für wieder mehr Geschäft realistisch sind und wie ein nachhaltiger Turnaround geschafft werden kann.

Wenn es gemeinsam schwierige Situationen zu meistern gilt, sind zertifizierte Berater\*innen verlässliche Vertrauenspartner an der Seite ihrer Kunden.

### **Erfahrene Kundenbetreuer\*innen wie die von DEFINO zertifizierten „Spezialisten\*innen für geschäftliche Finanzanalyse | DIN 77235“ haben ein tiefes Verständnis für die Belange ihrer Geschäftskunden.**

Glaubwürdige Zertifikate oder Siegel, z.B. von DEFINO, entfalten eine höchst positive Wirkung auf das Kunden-Vertrauen.

Kunden mit einer intensiven und emotionalen Beziehung sind meist gerne bereit, Freunde und Kollegen (persönlich oder digital) darauf aufmerksam zu machen, dass ihre Beraterin oder ihr Berater voll auf den Bedarf ihrer Firma eingegangen sind.

Mit positiven Erlebnissen, etwa beim „Ergründen“ des Bedarfs, machen Berater es ihren Kunden leicht, sich als Fürsprecher zu engagieren und eine Weiterempfehlung auszusprechen, z.B. auf dem Bewertungsportal WhoFinance.

**Gute Gefühle aus bisherigen Erfahrungen mit einem Berater oder Institut fördern auch die Bereitschaft zum Wiederkauf oder zu einer verkürzten Kaufreise, indem die digitale Recherche (weitgehend) entfällt und der Kunde frühzeitig den Berater kontaktiert.**

**DEFINO zertifiziert „Spezialisten\*innen für geschäftliche Finanzanalyse | DIN 77235“.**

**DEFINO zertifiziert außerdem Software für eine genaue und leichtgängige Umsetzung der neuen Finanznorm.**

„Mit positiven Erlebnissen, etwa beim „Ergründen“ des Bedarfs, machen Berater es ihren Kunden leicht, sich als Fürsprecher zu engagieren und eine Weiterempfehlung auszusprechen, z.B. auf dem Bewertungsportal WhoFinance.“



## DEFINO – gemeinsam zum Erfolg!

**Qualifikation, Kompetenz und Professionalität sind die Voraussetzung dafür, Bedarfsanalysen in einer gleichbleibend hohen Qualität gewährleisten zu können.**

**Mit dem Zertifikat „Spezialisten\*in für geschäftliche Finanzanalyse | DIN 77235“ zeichnet DEFINO Finanzberater\*innen aus, die...**

... in einer Prüfung das erforderliche Wissen zur Geschäftskunden-Norm nachgewiesen haben,

... über das nötige „Handwerkzeug“ in Form einer zertifizierten Software verfügen, um die jeweilige Norm umsetzen zu können,

... sich dazu verpflichtet haben, die jeweilige Norm im praktischen Berateralltag einbringen zu wollen, soweit es die Beratungssituation und der Kundenwunsch erlauben.

**DEFINO ist „der“ Zertifizierer für die zweifelsfreie Umsetzung von DIN-Normen und Branchenstandards in der Finanzbranche.**

DEFINO ist zu 100 % neutral und unabhängig aufgestellt.

Von DEFINO initiierte und verbreitete DIN-Normen tragen dazu bei, den Beratungsmarkt zu professionalisieren.

Das Siegel „DEFINO zertifiziert“ ist eine eingetragene Gewährleistungsmarke.

**Eine Top-Bedarfsanalyse auf Basis der Norm ist für Kunden „das“ Signal, dieser Beraterin oder diesem Berater sein Vertrauen schenken zu können.**

**Mit dem DEFINO-Zertifikat schaffen Finanzberater\*innen Vertrauen im Markt und heben sich glaubwürdig vom Wettbewerb ab.**

**Mit der Finanznorm legen sie die Basis für eine bedarfsgerechte Beratung.**



## Die Verfasser



Dr. Herbert Walter, Vorsitzender des DEFINO-Kuratoriums (links),  
Mathias Grellert, Senior Project Manager, Prokurist DEFINO Institut (Mitte),  
Dr. Klaus Möller, Vorstand DEFINO Institut (rechts)

## Kontakt

Fragen zur DIN 77235 „Finanz- und Risikoanalyse für Selbstständige und KMUs“ sowie zur DEFINO-Zertifizierung auf die Norm richten Sie gerne jederzeit an:

[info@defino.de](mailto:info@defino.de)

Klaus Möller:

[k.moeller@defino.de](mailto:k.moeller@defino.de)

0172 - 621 20 38

Mathias Grellert:

[m.grellert@defino.de](mailto:m.grellert@defino.de)

0151 - 72 66 82 28

[www.defino.de](http://www.defino.de)