



Acht von zehn Anlegern wollen Beratung – aber anders

Michael Fiedler

Digitale Angebote gewinnen im Retail-Banking weiter an Bedeutung. Dennoch möchten viele Anleger wichtige Finanzentscheidungen nicht allein treffen. Eine Studie von Roland Berger sieht deshalb die Zukunft nicht im Entweder-oder, sondern in der Verbindung aus persönlicher Beratung, digitalen Werkzeugen und künstlicher Intelligenz.

Persönliche Beratung bleibt gefragt

Die Digitalisierung verändert die Geldanlage seit Jahren grundlegend. Kontoeröffnung, Wertpapierhandel oder ETF-Sparpläne lassen sich heute vollständig digital abschließen. Dennoch bedeutet diese Entwicklung nach Einschätzung von Roland Berger nicht das Ende der persönlichen Beratung. Wie die Unternehmensberatung in einer Befragung von 1.000 Retail-Kunden zeigt, treffen acht von zehn Anlegern wichtige Anlageentscheidungen nur ungern allein. Gerade bei komplexeren Themen bleibt der Wunsch nach persönlicher Unterstützung groß.

Bereits zuvor hatte [experten.de über die Studie berichtet](#), die Banken empfiehlt, ihre Kunden künftig stärker nach Finanzwissen, Anlageverhalten und Beratungsbedarf zu segmentieren, anstatt ausschließlich Alter oder Vermögen als Maßstab heranzuziehen.

Filiale bleibt bei großen Entscheidungen wichtig

Besonders deutlich wird dieser Wunsch bei weitreichenden finanziellen Entscheidungen. Ob Immobilienverkauf, Erbschaft oder langfristige Vermögensplanung – in solchen Situationen bevorzugen viele Anleger weiterhin das persönliche Gespräch. Die Studie zeigt zugleich, dass sich die Kanalpräferenzen verändern. Für alltägliche Informationen, Depotübersichten oder einfache Transaktionen werden digitale Anwendungen bevorzugt. Geht es dagegen um strategische Weichenstellungen oder größere Vermögenswerte, gewinnt die persönliche Beratung deutlich an Bedeutung. Selbst digital affine Kunden entscheiden sich in diesen Situationen häufig für den direkten Austausch.

Vertrauen schlägt den Preis

Nach Einschätzung der Studienautoren eröffnet dies etablierten Banken neue Möglichkeiten im Wettbewerb mit Neobrokern und digitalen Plattformen. Zwar achten viele Anleger auf Gebühren und Konditionen. Ausschlaggebend für eine langfristige Kundenbindung sind jedoch andere Faktoren. So geben 27 Prozent der Befragten an, zu ihrem Hauptanbieter eine langjährige und vertrauensvolle

Beziehung zu pflegen. Gleichzeitig bezeichnet sich lediglich rund jeder zehnte Anleger als stark preissensibel. Für Roland Berger spricht dies dafür, dass Vertrauen, Verständlichkeit und eine nachvollziehbare Begleitung bei finanziellen Entscheidungen wichtiger werden als reine Preisvorteile. „Loyalität entsteht nicht durch günstige Gebühren, sondern durch echtes Verständnis“, sagt Thomas Richter, Partner bei Roland Berger.

KI soll Beratung skalierbar machen

Die Studie sieht den Weg der Zukunft deshalb in einem hybriden Beratungsmodell. Digitale Anwendungen und künstliche Intelligenz sollen Standardaufgaben übernehmen, Informationen aufbereiten und individuelle Hinweise geben. Persönliche Berater können sich dadurch stärker auf komplexe Fragestellungen und strategische Entscheidungen konzentrieren. „Die Zukunft des Retail Bankings liegt in der Kombination aus smarter Technologie und persönlicher Beratung“, sagt Viktoria Danzer, Senior Partner bei Roland Berger. „Beides ist für die nachhaltige Kundenbindung unverzichtbar.“

Nach Auffassung der Studienautoren verschiebt sich damit auch die Rolle der Banken. Der Mehrwert liege künftig weniger im Verkauf einzelner Produkte als vielmehr darin, Orientierung zu geben, finanzielle Ziele gemeinsam zu entwickeln und Kunden langfristig zu begleiten.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4950732/Acht-von-zehn-Anlegern-wollen-Beratung---aber-anders/>