

Frankfurter Allgemeine Zeitung

Papageien

Dienstleistungen neu definieren

Von Eckhard G. Jess

04. November 1996

Die Marktbeherrschung durch hochmoderne, global operierende Finanzkonzerne nimmt zu. In Ihnen bündelt sich Kapital, Technik und Wissen zu einer Machtfülle, die je nach Sichtweise beeindrucken oder beängstigen kann. Die großen unter den finanzwirtschaftlichen Produktschmieden funktionieren dabei auch nach einer alten Regel: Geld ist Macht, Geld ist Meinung. Das ist nicht neu, nur scheint es, als würde die Revolutionierung durch Computer und Telekommunikation in stärkerem Maße als je zuvor dem materiellen Denken Raum geben und zu einem stetig fortschreitenden Verfall der Werte führen.

Eine Entwicklung, in der Geld und Technik unser Leben derart übermächtig bestimmen, erfordert Gegenströmungen, verlangt nach Rückbesinnung und tätigem Handeln – nach einem organischen Nebeneinander von stetig gewachsener Erfahrung und der Bereitschaft, Neues zu lernen.

Gegenströmung

Besteht der Wille, wirklich etwas zu ändern, kann auf vielen Gebieten begonnen werden – wie wäre es also, dort zu beginnen, wo es gilt, eigene Interessen in eine harmonische Verbindung mit den Interessen derer zu bringen, die sich des facettenreichen Angebotes an Finanzdienstleistungen bedienen, nämlich den ratsuchenden Verbrauchern.

Fest steht, daß die derzeit praktizierte Realität zum Teil in krassem Gegensatz zu den verbal werblichen Lippenbekenntnissen großer Teile der Finanzindustrie steht, die den mündigen aufgeklärten Verbraucher zwar als Begriff bemüht, aber der tatsächlichen Pflege auf dem Weg dahin nur dann dient, wenn der Wettbewerb dies erzwingt. Der Verbraucher wird lediglich ausgestattet mit der gewollten Produktpalette, der Berater ist im wesentlichen Verkäufer.

Eine relativ neue Form des Auftretens führt noch einen weiteren Schritt weg vom Verbraucherinteresse: Wenn eingeschulte Sätze – transportiert von Finanzverkäufern, die sich wie Papageien gebärden – als inhaltsschwere Wissensvermittlung verkauft werden, führt die Suche nach der anderen, eigentlich

erforderlichen Form von Beratung und Betreuung immer weiter ins Abseits.

Abgesehen von diesen Sondererscheinungen, gibt es aber auch schwerwiegendere Entwicklungen, deren Wurzeln bereits tiefer greifen. Gemeint sind die negativen Erscheinungsformen, von Spezialisentum, wie sie auch in der Finanzwirtschaft anzutreffen sind. Dem Typus des gutausgebildeten Spezialisten ist ein wesentlicher Inhalt beruflicher Ausübung nicht selten verlorengegangen, nämlich die dem eigentlichen Wortsinn entsprechende Berufung. Es mag Berufe geben, bei denen eine derart veränderte Grundhaltung geringe Auswirkung hat.

Dort, wo Menschen im Mittelpunkt stehen, und darum geht es im Rahmen dieser Betrachtung vor allem, bleibt Berufung oder doch zumindest eine ausgeprägte Bereitschaft, den Begriff Dienstleistung auch mit Dienen in einen kausalen Zusammenhang zu bringen, ganz sicher unverzichtbar.

Wo ist die Berufung?

Wer vor allem sein Spezialwissen pflegt, vorrangig sich selbst verpflichtet ist, ohne seine Bedeutung für eine größere, eine Gesamtaufgabe zu erkennen, nimmt in der Gesellschaft dort seinen Platz ein, wo es schon reichlich überfüllt ist.

Der Schlüssel aber für jegliche Veränderung liegt beim Verbraucher selbst. Mündigkeit kann nicht von außen verordnet werden, sondern muß sich vor allem durch ein erhöhtes Kritikbewußtsein und auch die Bereitschaft, Konsequenzen zu ziehen, wenn eine langjährige Geschäftsbeziehung das ihr zugeordnete Vertrauen nicht mehr rechtfertigt, bilden.

Die Verbrauchermeinung wird dabei bestimmt unterschiedliche Wege gehen, zumal die Verschiedenartigkeit von sozialer Stellung, Alter und persönlicher Lebensplanung die Entwicklung einheitlicher Bedürfnisse nicht zuläßt.

Grundsätzlich aber ist festzustellen, daß die Zahl derer, die sich nicht mehr mit Finanzfastfood zufriedengeben, größer wird. So bieten sich jedem Marktteilnehmer alle Möglichkeiten zu reagieren.