

## Rådgivere skal rådgive

*Af professor Lars Bo Langsted  
Juridisk Institut, Aalborg Universitet*

De fleste af os har én. En bankrådgiver. Uanset om den pågældende er privatkunde-rådgiver eller erhvervskunde-rådgiver, sætter den pågældende sig ned sammen med os, lytter til vores problemer og ønsker og rådgiver os efter bedste evne. Håber vi.

Ordet "rådgiver" er positivt ladet og forbindes med en person, der uafhængigt af andre interesser vil og kan bistå os med de udfordringer, vi konkret står overfor. Vi har rådgivende ingeniører, vi har advokater og revisorer, der tilbyder rådgivning, vi kan få psykologisk rådgivning, vi kan få teknisk rådgivning, ja der er stort set ingen grænser.

Til forskel fra de fleste andre rådgivere, der sælger deres rådgivning direkte til kunden, er bankrådgiveren imidlertid ansat af den part, som man overvejer at indgå en handel med. Man kan på den måde sammenligne bankrådgiveren med sælgeren i Fona, der naturligvis også rådgiver om sine produkter i lyset af de behov, kunden nævner, når han står i forretningen. Hvor stor er stuen, hvor fladskærmen skal hænge? Er det vigtigt med en god lyd? er der behov for flere HDMI-indgange o.s.v.

Dette dilemma mellem salg af produkter og rådgivning af kunden i dennes interesse, har for bankers vedkommende ofte været debatteret og kritiseret. Som oftest har debatten imidlertid haft et meget teoretisk udgangspunkt og har været baseret på det svært forenelige mellem ordet "rådgiver" og ordet "sælger". Yderligere brændstof har diskussionen fået ved at pengeinstitutter og andre finansielle aktører ofte har solgt denne kundeinformationsopgave under overskriften: "rådgivning". Endelig har diskussionen med megen rette taget udgangspunkt i kundens ønsker, behov og oplevelse af rådgivningen.

For – mig bekendt første gang – har Finansforbundet imidlertid nu lavet en undersøgelse blandt de af deres egne medlemmer, der primært sidder med privatkunderådgivning, om hvorledes de selv oplever den forenede rolle som sælgere af bankens produkter og rådgivere af kunden. Undersøgelsens resultater er offentliggjort og behandlet i det nyeste nummer af forbundets magasin, Magasinet Finans.

Det er særdeles glædeligt – og må være til beroligelse for kunderne –, at langt de fleste privatkunderådgivere ser sig selv overvejende som rådgivere eller dog som sælgere og rådgivere. Næsten ingen opfattede sig primært som sælgere af bankens produkter. Det gennemsyrrer da også de fleste udsagn i artiklerne, at den egentlige jobtilfredshed opnås, når man som bankrådgiver har rådgivet sin kunde bedst muligt. Mindre glædeligt er det, at 28 % af de adspurgte rådgivere har svaret, at de indenfor det seneste år har været i en situation, hvor de oplevede en konflikt mellem bankens interesse i salg og kundens behov. Kun 5 % af de adspurgte svarede dog, at de i et sådant tilfælde havde valgt at "rådgive" ud fra bankens interesse – eller sagt mere firkantet: de valgte bevidst at tilsidesætte deres rådgivningsopgave og valgte i stedet salgsopgaven.

Bekendtgørelse om god skik i finansielle virksomheder fastslår i § 7, stk. 3, at »rådgivningen skal tilgodese kundens interesser og give kunden et godt grundlag for at træffe sin beslutning. Rådgivningen skal være relevant, retvisende og fyldestgørende. Den finansielle virksomhed skal orientere om de risici, der er relevante for kunden.« Det vil således være i klar modstrid med denne bestemmelse, såfremt en bankrådgiver fravælger kundens interesser til fordel for bankens. Skulle rådgivningen endvidere føre til

økonomisk tab for kunden, vil det kunne være et vægtigt argument i en senere erstatningssag, at rådgiveren har tilsidesat sin "loyalitetsspligt" overfor kunden.

Man kan glæde sig over, at så få bankrådgivere bevidst vælger bankens snævre salgsinteresse frem for kundens interesse i en redelig rådgivning. Man må imidlertid ikke være blind for, at den største risiko måske ikke ligger hos de medarbejdere, der er opmærksomme på konflikten og bevidst forholder sig til det valg, konflikten udløser. Der er således en nærliggende risiko for, at de medarbejdere, der i undersøgelsen har angivet, at de ikke har oplevet nogen konflikt mellem kravet om salg og kravet om rådgivning, ganske enkelt ikke har været opmærksomme på, at de stod i et dilemma. Denne risiko kan næppe afvises som rent tankespind og den kan i givet fald stille kunden dårligere, idet hverken bankrådgiveren eller kunden da er opmærksomme på den potentielle skævvridning.

Ved vurderingen af denne latente konflikt skal man naturligvis også være opmærksom på, at det, man ofte kalder »bankens interesse« alene er bankens kortsigtede interesse i at få solgt sine produkter. Bankens mere langsigtede interesser burde faktisk være overensstemmende med »kundens interesse« i at få en så god og grundig rådgivning som muligt. Tilfredse kunder, der behandles godt, er naturligvis enhver erhvervsdrivendes væsentligste interesse, idet sådanne kunder også – som oftest – er trofaste kunder.

Set i lyset af bankens »langsigtede interesse« og bekendtgørelsens krav om at rådgivningen skal tilgodese kundens interesser kan det da undre, at så mange banker tilsyneladende vælger at belønne salg frem for den kvalificerede rådgivning. Undersøgelsen viser således også, at næsten 90 % af bankmedarbejderne er undergivet salgsmål enten kollektivt eller individuelt. Hele 57 % har endda personlige salgsmål og ofte er sådanne salgsmål kombineret med bonusordninger m.v.. Ikke overraskende fremgår det af undersøgelsen, at de medarbejdere, der har individuelle salgsmål hyppigere oplever at være i en interessekonflikt end medarbejdere helt uden salgsmål eller dog med kollektive sådanne.

Naturligvis er banker erhvervsvirksomheder og skal tjene penge og naturligvis er banker interesserede i at sælge deres produkter. Det er da også lettere at måle og veje en medarbejders salg end kvaliteten af dennes rådgivning, herunder den loyalitet den gode rådgiver har skabt hos kunden overfor banken. Men det at det er lettere at måle indebærer ikke, at det er fornuftigt at vælge sådanne individuelle mål endsige belønne opnåelsen af disse.

Ganske vist kræver bekendtgørelsen om god skik, at den enkelte medarbejder skal oplyse kunden om det, hvis medarbejderen »modtager provision eller andet vederlag, og der er en direkte sammenhæng mellem konkrete salg af ydelser eller produkter og vedkommendes aflønning«, men man kan spørge om det ikke ville være endnu bedre, hvis en sådan direkte sammenhæng i sig selv blev anset som stridende mod god skik. Det ville i hvert fald bevirke, at der kom lidt mere substans i titlen »bankrådgiver« og det ville antageligt også give mere tilfredse medarbejdere, der til glæde for kunderne, så ikke ville opleve, at banken »skubbede på« for at rådgiveren skulle vælge salg frem for rådgivning i de tilfælde, hvor konflikten var erkendt af rådgiveren.