



Honorarberatung: Mit Know-how ans Ziel

28 JUN, 2017 • ADVERTORIAL THEMA DES TAGES VERTRIEB

Mit Einführung der IDD im kommenden Jahr, wird der Versicherungsmakler eine strategische Entscheidung mit Blick auf die Form der Vergütung für seine erbrachten Leistungen treffen müssen: Provisionszahlung oder Honorar – oder vielleicht doch Beides?

Andree Breuer ist einer der profiliertesten Honorarberater Deutschlands und Geschäftsführer der Honoris Finance GmbH. Im Interview mit der experten-Report-Redaktion spricht er über die Vorteile der Honorarberatung, mit welchen Schwierigkeiten sich die meisten Vermittler konfrontiert sehen und wie sie diesen Herr werden können.

Herr Breuer, was macht Honorarberatung für den Kunden so attraktiv?

In ganz einfachen Worten: Es handelt sich nicht um Produkt- sondern um Know-how-Verkauf. Wir vermitteln nicht – wir beraten. Beratung leben!- das ist meine Devise. Ich helfe dem Kunden dabei, die richtige Entscheidung zu treffen und erst im zweiten Schritt geht es eventuell um ein passendes Produkt. Ähnlich der Arbeit des klassischen Finanzplaners.

Und dies ist gleichzeitig auch eines der größten Probleme für vormals reine Makler. Es ist die emotionale und fachliche Schwierigkeit des Verkaufens. Sollte er sich für die Honorarberatung entscheiden, muss er umdenken: weg vom Produkt – hin zum Know-how.

Über welches Know-how sollte ein Honorarberater verfügen?

Diese Frage ist nicht eindeutig zu beantworten. Ein Stück weit kommt es auch auf persönliche Vorlieben an. Manche stellen sich eher breit auf und bringen Kompetenz aus vielen verschiedenen Bereichen mit, sind allerdings kaum spezialisiert.

Andere wiederum konzentrieren sich auf einen einzigen Bereich und haben so die Möglichkeit, Experten auf diesem Gebiet zu werden.

Wichtig ist selbstverständlich in beiden Vorgehensweisen die fachliche Kompetenz. Hier sehe ich eher Makler in der Rolle des Honorarberaters, die vorab schon zu umfangreicheren Produkten, wie Geldanlage und Altersvorsorge, beraten haben.

Persönlich habe ich mich finanzmathematisch und finanzwissenschaftlich weitergebildet, um Anbieter und ihre Produkte anhand von Zahlen hinterfragen zu können. Meine Beratung beruht folglich auf Fakten und Rechenbeispielen, die Kunden meine Empfehlungen veranschaulichen. Beispielsweise sind Prozentzahlen wenig aussagekräftig. Der Unterschied zwischen 0,5 und 1 Prozent scheint für viele Kunden marginal zu sein. Wenn wir diese 0,5 Prozent allerdings in Euro berechnen, sieht die Sache anders aus: Das Ergebnis kann gut und gern bei 15.000 Euro liegen. Diese Informationen sind für Kunden sehr interessant.

Hierzu haben wir im Unternehmen auch eine Software entwickelt, mit der inzwischen über 500 Finanzberater arbeiten. Sie ist seit zehn Jahren auf dem Markt – inklusive Gütesiegel – und wurde stetig weiterentwickelt. Unsere Berater setzen diese Software bei jedem Kunden ein. Einfacher kann man kein Honorar verkaufen.

Womit sollten sich Makler auseinandersetzen, wenn sie Honorarberatung im eigenen Unternehmen einführen möchten? Welche Hürden können Sie identifizieren?

Ich habe inzwischen über 2.000 Berater geschult und die größte Hürde scheint die Sache mit der Definition zu sein. Wie erklärst du dem Kunden dein Honorar? Also den Unterschied zwischen dem scheinbar Kostenlosen gegenüber dem offensichtlich Kostenpflichtigen. Jahrzehntlang musste die Finanzbranche die Provision nicht erklären, sie wurde einfach mitgetragen. Das bedeutet, um einen Kunden gleich von Beginn an zu überzeugen, muss ihm erstmal die alte Welt erklärt werden. Ansonsten wird er die Neue nicht verstehen.

Und hier sind wir schon bei der zweiten großen Hürde angelangt: die Definition der eigenen Kompetenz. Wenn ein Kunde die legitime Frage stellt, warum er ein Honorar zu zahlen hat, so müssen ihm die Vorteile plausibel und kompetent erklärt werden. Der Berater muss sich vorab fragen: Warum bin ich besser? Was hebt mich vom Markt ab? Und diese Antworten kompetent und transparent an seine Kunden vermitteln.

Verstehen wir Sie richtig, Herr Breuer? Sie sagen, Makler haben ein Problem mit dem Verkauf ihrer eigenen Person?

In gewisser Hinsicht, ja. Viele haben den Wettbewerb verlernt. Wie man einen Preis verkauft, darin wurden sie über Jahre hinweg nicht geschult. Mich verwundert es nicht, dass viele in diesem Bereich Probleme haben.

Ich identifiziere drei große Hürden, wenn es um den Wechsel von Provision zu Honorar geht: Erstens die fachliche Kompetenz, zweitens die vertriebliche und drittens die betriebswirtschaftliche. Viele Makler tun sich auch schwer damit, ihren eigenen Preis festzulegen. Aus betriebswirtschaftlicher Sicht ist es eindeutig, dass

Honorarberatung teurer sein muss, als die vorher bezogene Provision. Da fallen ganz andere Kalkulationen an, beispielsweise der Verwaltungsaufwand, das Ausfallrisiko etc. Es ist paradox – aber viele Neulinge bieten ihre Beratung tatsächlich billiger an.

Wie hoch sollte das Honorar Ihrer Ansicht nach sein?

Ich würde allen Honorarberatern oder jenen, die es werden wollen, empfehlen, Marktpreise zu vergleichen. Und mit ein bisschen Finanzmathematik lässt sich auch die betriebswirtschaftliche Herausforderung meistern, um herauszufinden welches Honorarmodell am besten zu einem passt.

Auf dem Thementag des Münchener Vereins am 04.07.2017 in Krefeld werde ich unter anderem genau dieses Thema beleuchten: Welche Honorare lassen sich einfach verlangen, bei welchen wird es schwierig und wann können wir von unmöglich sprechen? Im Workshop stehe ich Rede und Antwort.

Gute Honorarberatung bedingt gute Produkte dafür. Was zeichnet gute Produkte für Honorarberater aus?

Ganz einfach: Gute Produkte lassen sich sehr leicht über den Produktgeber identifizieren. Nur wer alle Informationen preisgibt, das heißt, transparent in seiner Kostenstruktur arbeitet und Einflussfaktoren klar nachvollziehbar für Berater und Kunden darstellt, der wird letztendlich auch ein gutes Produkt anbieten. Am wichtigsten ist gelebte Transparenz und eine faire Marge. Ein harmonischer und vor allem fairer Dreiklang zwischen Kapitalanlage, Berater und Versicherer muss hierbei entstehen.

Was in der Honorarberatung wichtig ist, haben wir jetzt ausführlich besprochen. Was sind Ihrer Ansicht nach absolute No Go's?

Wer keine Tests oder Probeläufe macht, keine Modelle analysiert und sich nicht aktiv weiterbildet, der hat in der Honorarberatung nichts zu suchen – und wird langfristig auch keine Kunden überzeugen und binden. Kurzfristig denken, das ist meiner Meinung nach der größte Fehler, den Berater machen können.

Herr Breuer, vielen Dank für das Gespräch.

Spätestens 2018 müssen Versicherungsmakler wichtige Weichen stellen und sich strategisch positionieren. Parameter sollten besser früher als später geprüft werden. Der Münchener Verein bietet schon jetzt die Gelegenheit sich im exklusiven Workshop mit Experten zu den wichtigsten Fragen auszutauschen.

Andree Breuer ist einer der Keynote Speaker auf dem Thementag zur Honorarberatung am 04. Juli 2017 in Krefeld. In seinem Workshop wird er Tipps zur Honorarberatung aus über zehn Jahren Erfahrung geben.

Quelle: www.experten.de