



"Auch das Richtige muss man richtig tun"

Vergütungsmodelle stehen vor und nach der diesjährigen DKM im Fokus, um nicht zu sagen immer wieder im Feuer. "Es kommt nicht nur darauf an, sich für das Richtige zu entscheiden. Man muss diesen Entschluss auch richtig umsetzen". So lapidar, aber zutreffend könnte knapp zusammengefasst die Empfehlung für Versicherungsmakler lauten, die angesichts sich verschlechternder Rahmenbedingungen die Notwendigkeit einer geschäftlichen Neuorientierung erkennen, zieht Gastautor Volker Britt, Geschäftsführer der Honorarkonzept GmbH, sein Fazit.

Zeiten ändern sich - auch die Vergütung?!

„The times are changing“ – diese Liedzeile der US-amerikanischen Folk-Ikone Bob Dylan dürften derzeit zahlreiche Versicherungsvermittler und -makler ungewollt und unfroh im Kopf haben, wenn sie die Veränderungen in ihrem beruflichen Umfeld betrachten. Nicht nur, dass anhaltende Niedrigzinsen oder Neuerungen wie das Lebensversicherungsreformgesetz (LVRG) die Rahmenbedingungen für Makler erschweren. Auch die von Politik und Verbrauchern gleichermaßen gewünschte Provisionstransparenz wird absehbar zu einem stärkeren Preiswettbewerb führen. Im Zuge dessen müssen Makler damit rechnen, immer öfter gefragt zu werden, ob sie ihre Produkte nicht günstiger anbieten können. Gleichzeitig dürfte auf ihre Stimmung drücken, dass die Produktgeber die Provisionen senken, während die im Wettbewerb anzustrebende Serviceführerschaft erkennbar immer mehr Aufwand erfordert und Geld kostet. Dieses herausfordernde Marktumfeld wird noch verschärft durch die zunehmende Konkurrenz neuer digitaler Anbieter, die dem Wettbewerb

zusätzliche Dynamik verleiht. Allein durch die Veränderungen dieser Rahmenbedingungen ist zu befürchten, dass sich die wirtschaftliche Situation vieler selbstständiger Makler verschlechtern wird.

Was also tun, fragen sich vor diesem Hintergrund immer mehr von ihnen, angesichts der Anforderungen, neue attraktive Märkte zu identifizieren, weil die alten nicht wachsen, die eigene Wettbewerbsfähigkeit zu erhalten und insgesamt langfristig den Unternehmenserfolg zu sichern? Eine interessante Antwort darauf kann die Erweiterung des bestehenden Geschäfts um die Honorarberatung sein!

Sowohl aus auch oder „Zunächst das eine tun, ohne das andere zu lassen“

Erweiterung – das ist ein wesentlicher Aspekt, der den Charme dieser Form der Finanzberatung ausmacht, dass man eben nicht „mitten im Strom die Pferde wechseln“ muss, um eine Volksweisheit aufzugreifen. Stattdessen gibt es den eleganten hybriden Ansatz, den Honorarkonzept als renommierter Serviceleister in diesem Segment aus

bester Erfahrung und deshalb mit größter Überzeugung propagiert: „Zunächst das eine tun, ohne das andere zu lassen“. Bei dieser Strategie betreibt ein Makler sein altes Geschäftsmodell der Provisionsvermittlung weiter, aber erweitert sein Angebot an die Kunden um die Honorarberatung. So vermeidet er einen harten Schnitt – sowohl für sich und sein wirtschaftliches Auskommen wie auch für die etablierte Kundschaft.

Bei dieser zukunftsgerichteten Neuorientierung ist allerdings zu berücksichtigen, dass belastbaren Prognosen zufolge in den kommenden Jahren ein Splitten des Versicherungsmarktes zu erwarten ist. Demnach läuft die Entwicklung darauf hinaus, dass sich bei den Kunden ein größeres Economy-Segment und ein kleineres Premium-Segment herausbilden werden. Darauf gilt es sich einzustellen: Im Economy-Bereich geht es rein rational um das beste Preis-/Leistungsverhältnis, derweil bei den Premium-Kunden der Ausdruck der eigenen Identität das vorrangige Bedürfnis ist. In diese Extreme wird sich auch der Finanzberatungsmarkt entwickeln. Für den Berater bringt das die Frage mit sich, wie er sich vor diesem Hintergrund künftig positionieren will. Attraktiver dürfte das Premium-Segment sein, nicht zuletzt deshalb, weil Makler, die sich im Economy-Bereich stark aufstellen wollen, ihre Prozesse und Produkte mit der Logik des digitalen Handels präsentieren müssen.

Zusammengefasst kann die Empfehlung für einen Makler, der auf der Suche nach einer wirtschaftlich tragbaren Zukunftsperspektive ist, eigentlich nur lauten: Im Kerngeschäft die Preishoheit gewinnen und dieses sukzessive um die verschiedenen Serviceleistungen der Honorarberatung erweitern. Und um das Richtige ganz sicher richtig zu tun, versichert sich der Clevere eines Servicepartners wie HonorarKonzept. Der steuert zu dem eigenen Engagement wertvolle Hilfestellungen, praktische Erfahrungen und individuelle Unterstützung in Form von persönlichen Business Coaches, sowie Dienstleistungen zur effizienten Organisation des beruflichen Alltags bei. So gelingt der hybride Einstieg in die berufliche Zukunft – indem man das Richtige richtig tut.

Bild: © HonorarKonzept GmbH

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4941944/auch-das-richtige-muss-man-richtig-tun/>