



Kunden wollen informiert werden

Honorarberatung ist kein Selbstläufer. Sie bedarf, um erfolgreich zu sein, ebenso der Akquise und Überzeugung des Kunden, wie das althergebrachte Provisionsgeschäft auch. Doch die mit der Honorarberatung zwangsläufig verbundene Transparenz liefert ein gewichtiges Argument, das dem Kunden den Wert der Beratungsleistung und somit auch die Berechtigung der dafür berechneten Vergütung verständlich machen kann.

Susanne Asche, freie Finanz- und Unternehmensberaterin und Inhaberin CiNiS Finanz Experten

Das berichteten jetzt Susanne Asche, freie Finanz- und Unternehmensberaterin und Inhaberin von CiNiS Finanz Experten, sowie Ralph Emonts, freier Makler und Honorarfinanzberater und Geschäftsführer der Novacert, im Gespräch mit HonorarKonzept-Geschäftsführer Heiko Reddmann im Rahmen der DKM in Dortmund. Sowohl Susanne Asche als auch Ralph Emonts berichten von ein und derselben Erfahrung. Nach wie vor hält sich das Bild der weit verbreiteten Aussage, dass die meisten Kunden nicht bereit seien, für eine unabhängige Finanz- und Versicherungsberatung ein Honorar zu entrichten. In den Augen der beiden Profis ist diese Sichtweise jedoch schlichtweg falsch.

„Bei niemand stehen die Kunden Schlange, nur weil er oder sie als Honorarberater tätig ist“, sind sich beide Makler einig. Auch diese Form der Finanzberatung wird ein „Holgeschäft“ bleiben. Beide bestätigen, dass sich durch die Vielzahl ihrer Beratungsgespräche und dem beruflichen Alltag rund um die Honorarberatung folgende Erkenntnisse manifestiert haben:

- Verbraucher sind für Argumente, die für die Honorarberatung sprechen grundsätzlich offen.
- Völlige Transparenz sowie höchste Kosten-/Nutzen-Effizienz sind positive Attribute, die erkannt werden.
- Grundsätzlich gilt, Vorteile müssen in der Beratung auch nachvollziehbar vermittelt werden.

Ralph Emonts, freier Makler und Honorarfinanzberater, Geschäftsführer der Novacert

„Ich habe gelernt, dass ich meine Kunden ganz anders abholen muss als zuvor bei der Provisionsvermittlung“, berichtet Emonts. Konkret meint er damit, dass es in den Gesprächen mit den Honorarberatungs-Mandanten viel stärker ins Detail geht als früher. Dafür gibt es aus Sicht des Maklers nur eine Erklärung: Erheblich mehr Verbraucher wollen richtig und umfassend aufgeklärt werden, als in der Branche immer noch allzu häufig unterstellt wird.

Das verdeutlichen Emonts auch wiederkehrende Fragen von Provisionskunden, die, nachdem sie bereits mehrere Jahre etwa in einen Altersvorsorgevertrag einzahlten, dann überrascht feststellen, dass sie bislang nur Vertriebskosten abbezahlt haben. Legt man dem Kunden

diese Zusammenhänge offen, dann ist auch die Berechtigung des Honorars für eine unabhängige Beratung mittlerweile kein Thema mehr, weiß der Makler inzwischen.

„Nur ganz wenige Kunden lehnen eine solche Vergütung ab, ist sich Ralph Emonts mit seiner Kollegin Susanne Asche einig. Vorausgesetzt, dem Honorarberater gelingt es, den Mehrwert seiner Leistung herauszuarbeiten und dem Kunden verständlich zu machen. Beide Makler sehen die größte Umstellung beim Einstieg in die Finanzberatung auf Honorarbasis darin, dass dieser Aspekt von Beginn an in sehr gut in die Gespräche mit dem Mandanten integriert wird. Beide Experten warnen vor einem entscheidenden Fehler zu Beginn der Honorarberater-Tätigkeit. Es darf nicht davon ausgegangen werden, dass Kunden diese Zusammenhänge ohne fundierte Erklärung von sich aus verstehen und Details sofort nachvollzogen werden können.

Dies im Berufsalltag zu verinnerlichen, stellt in der Regel kein Problem dar, haben beide inzwischen erkannt. Im Gegenteil: Wie der seit 2009 auf Honorarbasis tätige Ralph Emonts feststellt, erfreut er sich mit der Transparenz der Honorarberatung inzwischen nahezu ausschließlich positiver Resonanz bei seinen einschlägigen Mandanten. „Denn sie sind gewiss, neben einer unvoreingenommen Beratung auch nur noch Produkte vermittelt zu bekommen, die zu 100 Prozent funktionieren“. Dies bestätigen auch die hohen Weiterempfehlungsquoten seiner Kunden.

Susanne Asche pflichtet dem nur bei. Wenn man den Kunden vorrechne, wo in Provisionsverträgen die Kosten stecken und wie hoch diese sind, sei das Honorar meist gar kein Thema mehr, meint auch sie und hebt hervor: „Das ist dann auch keine Frage des Einkommens.“ Asche hat unterdessen gerade bei jungen Leuten die Erfahrung gemacht, dass sie den Wert einer guten Beratung zu honorieren wissen – nach dem Motto: Wenn wir sowieso bezahlen müssen, dann doch lieber für eine Beratung, die ausschließlich meinen Interessen dient. „Wenn ich dann höre oder lese, dass die meisten Kunden nicht bereit seien, für die Honorarberatung zu bezahlen, dann denke ich immer, da äußert sich jemand, der es noch nie ausprobiert hat“, resümiert die Maklerin und fügt als positive Konsequenz daraus hinzu: „Das ist meine Erfahrung und die macht mir Mut!“

Bild: (1) © Jeanette Dietl / fotolia.com (2) © Susanne Asche, CiNiS Finanz Experten (3) © Ralph Emonts, Novacert

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4941965/kunden-wollen-informiert-werden/>