expertenReport

Quelle: Redaktion experten.de / KI-generiert

Wenn die Abschlussprovision nicht mehr alles trägt: Was Maklerservice künftig wert sein kann

Michael Fiedler

Kostendruck, neue Altersvorsorgeprodukte und digitale Abschlussstrecken verändern die Vergütungsdiskussion im Vermittlermarkt. Handan Isik und Dirk Erfurth von dipay sehen vor allem im laufenden Service eine bislang wenig ausgeschöpfte Erlösquelle. Doch welche Leistungen lassen sich überhaupt eigenständig vergüten – und wie verändert das die Rolle des Maklers?

Denn Kundenbeziehungen bestehen in der Regel nicht nur aus Analyse, Produktauswahl und Abschluss. Verträge werden überprüft, Lebenssituationen verändern sich, Vorsorgestrategien müssen angepasst und Informationen eingeordnet werden. Ein erheblicher Teil dieser Arbeit wird im klassischen Vermittlungsmodell über Abschluss- und laufende Vergütungen des Produktgebers mittelbar finanziert. Handan Isik und Dirk Erfurth, Geschäftsführer der DIPAY GmbH, halten dieses Modell angesichts des zunehmenden Kosten- und Transparenzdrucks für ergänzungsbedürftig. Sie plädieren dafür, Beratung, Vermittlung und darüber hinausgehende Serviceleistungen wirtschaftlich klarer voneinander zu unterscheiden.

Drei Leistungen – drei mögliche Vergütungsebenen

Isik und Erfurth unterscheiden dabei drei Ebenen: die eigentliche Beratung und Strategieentwicklung, die Vermittlung beziehungsweise Einrichtung einer Lösung sowie laufende Serviceleistungen während der Kundenbeziehung. Der Ansatz verschiebt die Perspektive. Statt die gesamte wirtschaftliche Leistung eines Vermittlerbetriebs vor allem an vermittelten Produkten auszurichten, wird zunächst gefragt, welche konkrete Leistung der Kunde erhält. Auf der ersten Ebene steht beispielsweise die Analyse seiner Absicherungs- und Vorsorgesituation. Die zweite Ebene umfasst die Umsetzung und Vermittlung geeigneter Lösungen. Auf einer dritten Ebene können Leistungen stehen, die während einer langfristigen Kundenbeziehung regelmäßig erbracht werden – etwa laufendes Monitoring, organisatorische Unterstützung oder die Anpassung bestehender Konzepte an veränderte Lebenssituationen. Eine solche Trennung bedeutet allerdings nicht, dass jede Tätigkeit außerhalb eines Produktabschlusses automatisch separat gegenüber dem Kunden abgerechnet werden kann. Welche Vergütungsmodelle zulässig und sinnvoll sind, hängt unter anderem vom Vermittlerstatus, der konkreten Leistung und ihrer Abgrenzung von gesetzlichen beziehungsweise vertraglichen Pflichten ab. Gerade deshalb muss am

Anfang eines Servicemodells eine unspektakuläre, aber entscheidende Frage stehen: Was bekommt der Kunde zusätzlich – und wofür soll er bezahlen?

Vom kostenlosen Extra zur definierten Leistung

Hier sehen Isik und Erfurth Nachholbedarf im Vermittlermarkt. Service werde vielfach erbracht, ohne ihn als eigenständige Leistung klar zu definieren. Das ist zunächst ein betriebswirtschaftliches Problem. Leistungen verursachen Zeit- und Personalkosten unabhängig davon, ob sie für den Kunden sichtbar bepreist werden. Gleichzeitig dürfte es schwierig sein, eine zusätzliche Vergütung für etwas durchzusetzen, das zuvor jahrelang als selbstverständlicher Bestandteil der Betreuung wahrgenommen wurde. Ein tragfähiges Servicemodell braucht deshalb mehr als eine neue Gebührenposition. Vermittler müssen festlegen, welche Leistungen zur regulären Betreuung gehören, welche zusätzlichen Leistungen angeboten werden, wie häufig sie tatsächlich erbracht werden und welchen erkennbaren Nutzen sie für den Kunden besitzen. Erst daraus lässt sich ein nachvollziehbares Leistungsversprechen entwickeln.

Nettotarife verändern die Rechnung

Eine besondere Rolle schreiben Isik und Erfurth Nettotarifen zu. Bei ihnen sind Vertriebskosten nicht in gleicher Weise in das Versicherungsprodukt eingerechnet; Vergütung und Produkt lassen sich damit stärker voneinander trennen. Für Vermittler eröffnet das die Möglichkeit, den Preis der eigenen Leistung sichtbarer zu machen. Gleichzeitig steigt damit aber auch der Rechtfertigungsdruck: Wo Beratung und Service separat bepreist werden, muss ihr Wert für den Kunden erkennbar sein.

Das könnte mit der Reform der privaten Altersvorsorge zusätzlich relevant werden. Das geplante Altersvorsorgedepot dürfte den Vergleich von Kosten und unterschiedlichen Produktkonzepten weiter verstärken. Daraus folgt zwar nicht automatisch das Ende provisionsbasierter Vermittlung. Der Wettbewerb um kosteneffiziente Lösungen könnte aber die Frage beschleunigen, welche Leistungen künftig über das Produkt und welche unmittelbar über Beratung und Betreuung vergütet werden.

Was bedeutet „Lebensbegleiter 360°“?

Isik und Erfurth beschreiben die daraus entstehende Vermittlerrolle als „Lebensbegleiter 360°“. Der Begriff klingt zunächst nach einer erheblichen Ausweitung des Tätigkeitsfeldes. Gemeint ist jedoch weniger, dass Makler künftig selbst zum Steuerberater, Gesundheitsmanager oder Immobilienexperten werden sollen. Im Mittelpunkt steht vielmehr die langfristige Koordination. Ein Vermittler kennt häufig Versicherungsverträge, Vorsorgesituation, Vermögensaufbau und wesentliche Veränderungen im Leben seiner Kunden über viele Jahre. Dieses Wissen kann genutzt werden, um Handlungsbedarf frühzeitig zu erkennen, bestehende Absicherung anzupassen oder bei Themen außerhalb der eigenen Tätigkeit an spezialisierte Dienstleister weiterzuvermitteln. Damit würde sich auch der Maßstab für Kundenbindung verändern. Nicht allein die Zahl der vermittelten Verträge wäre entscheidend, sondern die Frage, welche dauerhafte Funktion ein Vermittler im finanziellen Leben seines Kunden übernimmt.

Die Technik hinter der Servicevergütung

Genau an dieser Stelle kommt dipay ins Spiel. Die von Isik und Erfurth geführte Plattform stellt Vermittlern technische Infrastruktur zur Verwaltung und Abrechnung unterschiedlicher Vergütungsmodelle zur Verfügung. Dazu zählen nach Unternehmensangaben Servicevereinbarungen, Honorare und Nettotarife. Darüber hinaus begleitet das Unternehmen Vermittler bei der Entwicklung und Kalkulation von Servicekonzepten sowie bei deren Integration in bestehende Kundenbestände. Das zeigt zugleich eine praktische Hürde alternativer Vergütungsmodelle: Eine Servicepauschale ist schnell beschlossen, ein funktionierendes Servicemodell noch lange nicht. Leistungen müssen definiert, Vereinbarungen verwaltet, Zahlungen abgerechnet und Prozesse in den Vermittlerbetrieb integriert werden. Die technische Infrastruktur ist damit nur ein Teil der Aufgabe. Der schwierigere Teil dürfte für viele Betriebe darin bestehen, aus bislang implizit erbrachter Betreuung ein nachvollziehbares Produkt zu machen.

Servicevergütung ersetzt nicht automatisch Provision

Auch deshalb wäre es verfrüht, aus dem wachsenden Kostendruck bereits einen grundlegenden Abschied von der Abschlussprovision abzuleiten. Viel wahrscheinlicher erscheint zunächst eine stärkere Koexistenz unterschiedlicher Vergütungsformen. Je nach Kundengruppe, Produkt und Geschäftsmodell können Provision, Honorar und separate Servicevergütung unterschiedliche Rollen spielen. Für Vermittler liegt darin zugleich eine unternehmerische Chance: Einnahmen müssen nicht ausschließlich daran

gekoppelt sein, dass ein neues Versicherungsprodukt abgeschlossen wird. Wiederkehrende Erlöse können ein Geschäftsmodell stabilisieren – vorausgesetzt, ihnen steht eine dauerhaft erkennbare Leistung gegenüber. Damit führt die Debatte über alternative Vergütung am Ende zu einer viel grundsätzlicheren Frage als der nach Provision oder Honorar: Was ist die laufende Betreuung eines Kunden tatsächlich wert? Wer darauf eine überzeugende Antwort findet, braucht den Wert seiner Arbeit nicht allein über den nächsten Abschluss zu erklären.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport

https://www.experten.de/id/4951474/Wenn-die-Abschlussprovision-nicht-mehr-alles-traegt-Was-Maklerservice-kuenftig-wert-sein-kann/