



INTERVIEW-REIHE ZUR HONORARBERATUNG

„Den Schritt vom guten Vermittler zum Unternehmer bewältigen viele nicht“

Von Redaktion 08.11.2023 03:02, aktualisiert am 13.11.2023 03:54

Was geht dir durch den Kopf, wenn du an Versicherungen denkst?

Peter Schmidt: Sofort öffnen sich viele gedankliche Schubladen: Sicherheit und Vorsorge, Schutz vor existenziellen Risiken sowie Kundenservice. Zudem der Wunsch nach mehr Transparenz für Kunden, ohne dabei weitere bürokratische Hürden zu schaffen, sowie das Bestreben, in Teilen der Politik ein besseres Verständnis für die soziale Rolle von Vermittlern zu erzielen. Auch besteht der Wunsch, Schüler besser in Bezug auf Finanzen und Versicherungen zu schulen.

Wie bist du in die Branche gekommen?

Als Quereinsteiger mit akademischem Hintergrund bin ich recht schnell im Maklervertrieb gelandet. Diese Erfahrungen bilden auch die Basis für meine aktuelle Tätigkeit als spezialisierter Unternehmensberater für Makler und Nachfolgeprojekte.

Warum gehst du arbeiten?

Ich gehe in dem Sinner nicht mehr „arbeiten“. Das, was ich mache, mache ich gerne und empfinde es nicht als „Arbeit“. Ich bin mein eigener Herr und bestimme selbst, welche Mandate ich annehme und wie ich diese konzipiere. Kurz gesagt: Meine Tätigkeiten bereiten mir Freude!

Wer oder was inspiriert dich?

Meine Interessen sind sehr breit gefächert. So lese ich gerne Biografien und schaue hin und wieder auch Dokumentationen zu Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Kultur und Politik an. Daraus ziehe ich auch Input für meine Beratungstätigkeiten. Am bedeutendsten ist für mich aber der Austausch mit Maklerinnen und Maklern. Besonders auch mit jungen Maklern, da es hier zu einem für beide Seiten wertvollen Austausch kommt.

Wofür gibst du gerne Geld aus?

Neben den Ausgaben des Alltags stehen ganz vorne auf der Liste Reisen, Konzerte und Ereignisse, die meiner Familie und mir Freude bringen. Somit ist Geld auch Mittel zum Zweck, das Leben zu genießen, solange man gesund ist.

Was motiviert dich, morgens aufzustehen?

Ich freue mich auf jedes Projekt, unabhängig davon, ob es sich um einen Seniorenmakler oder einen jüngeren Makler handelt, dem ich bei der Strukturierung seines Unternehmens, bei der Umfirmierung oder bei der Einführung neuer Kundenservices beratend zur Seite stehen darf. Da ich zudem gerne vor dem Gang zum Schreibtisch eine morgendliche Runde mit dem Rad drehe, ist meine Motivation nahezu immer auf 100 Prozent.

Welche unabdingbaren Skills vermisst du bei vielen Vermittlerinnen und Vermittlern?

Den Schritt vom guten Vermittler und Berater zum Unternehmer bewältigen viele Maklerinnen und Makler nicht. Ein eher schwieriges Verhältnis zu einem kontinuierlichem Veränderungs- und Innovationsprozess, um hier nur einige pauschale Skills zu nennen, kann den Erfolg erheblich einschränken.

Also stimmt die These, dass gute Vermittler oft keine guten Unternehmer sind?

Grundsätzlich stimme ich der These zu, aber es kommt natürlich auf den einzelnen Makler an. Viele Vermittler kommen als Quereinsteiger in die Branche und konzentrieren sich zunächst auf das notwendige Fachwissen bezüglich Beratung, Vermittlung und Verkauf. Da über diesen Weg auch die Existenzgrundlage gesichert werden muss, fällt der Schritt zum Unternehmer schwer. Ich möchte aber auch betonen, dass nach meinem Eindruck die Zahl der Makler zunimmt, die aus einem betriebswirtschaftlichen Studium in die Branche kommen oder später noch ein solches Studium beginnen. Das tut der Branche wirklich gut.

Sie wollen mehr Infos?

Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter
an!

JETZT ABONNIEREN!

Welche Eigenschaften sind deiner Meinung nach wichtig, um erfolgreich ein Unternehmen zu führen?

Neben einer soliden intellektuellen Grundausstattung zählen ein hohes Maß an Eigenmotivation und Leidenschaft, Belastbarkeit sowie Kreativität zu den wesentlichen Eigenschaften eines erfolgreichen Unternehmers. Dazu sollte ein gesundes Maß an Durchhaltevermögen und Ausdauer vorhanden sein, denn nicht jedes Ziel lässt sich in kurzer Zeit erreichen. Ideal wäre es zudem, wenn die Unternehmerin oder der Unternehmer bereit wäre, sich kontinuierlich externes Feedback einzuholen und bei Bedarf auch Coaching in Anspruch zu nehmen, um den Erfolg weiter zu steigern.

Welche Bücher, Podcasts oder andere Ressourcen empfehlst du anderen Unternehmern?

Es gibt viele nützliche Medien zum Thema Unternehmertum und Impulse für Vertrieb und Kundenservice. Für angehende Makler empfehle ich gerne als Grundlagenliteratur das „Kompendium für Versicherungsmakler“ der Rechtsanwaltskanzlei Michaelis aus Hamburg. Ergänzend dazu sind natürlich das Versicherungsvertragsgesetz, das Bürgerliche Gesetzbuch sowie weitere juristische Abhandlungen empfehlenswert. Aus der Fülle an Podcasts empfehle ich gerne die von Pfefferminzia und dem Versicherungsjournal und die, die von Maklern selbst aufgelegt wurden. Für Jungmakler und Makler mit Veränderungsbereitschaft gibt es auch immer mal einen Tipp in meinem eigenen „Neuer Kurs für Maklerunternehmen“.

Was schätzt du am meisten am Unternehmertum?

Das ist die Freiheit, das zu tun, was man selbst für richtig hält. Ich entscheide selbst was, wie, wo und wann ich etwas tue. Natürlich trage ich auch die Konsequenzen meines Geschäftsmodells. Aber das ist auch der große Unterschied zu noch so schön klingenden Posten, die ich in meinem Berufsleben auch schon zahlreich innenhatte. Ein Vorstandsvorsitzender, der sich nur am Gängelband eines in der Vergangenheit schwelgenden Aufsichtsrates bewegen kann, ist gegenüber einem erfolgreichen Unternehmer arm dran.

Was charakterisiert für dich ein gutes Geschäftsmodell?

Ein gutes Geschäftsmodell sollte natürlich erfolgreich sein. Für mich ist es meist erfolgreich, wenn es nach dem AAA-Prinzip gestaltet ist. AAA steht für „Anders Als Andere“. Es ist wichtig, sich vom Markt abzuheben und auch am Markt wahrgenommen zu werden. Es gibt verschiedene Wege, dieses AAA zu erreichen, wie ich gemeinsam mit meinen Mandanten erarbeite. Dies könnte beispielsweise die Spezialisierung auf eine bestimmte Sparte, eine Zielgruppe oder einen speziellen Vertriebsweg sein. Somit steht AAA für ein betriebswirtschaftlich sinnvolles und einzigartiges Geschäftsmodell.

Was glaubst du, welche Herausforderungen stehen dem Vermittlermarkt bevor?

Der Vermittlermarkt wird durch die Haupttrends Digitalisierung, Demografie und Regulatorik geprägt. Alle drei Entwicklungen führen außerdem zu einer starken Konsolidierung des Marktes. Hinzu kommen die globalen Megatrends Klimawandel, New Work, Mobilität oder Konnektivität – um nur einige zu nennen.

Glaubst du, dass sich die Maklerschaft immer mehr an Pools bindet?

Die Zusammenarbeit mit einem Maklerpool ist natürlich eine individuelle unternehmerische Entscheidung. Auf jeden Fall hat sich der frühere Anspruch der Eigenständigkeit des Maklers gewandelt, weil viele Maklerunternehmer verstehen, dass die aktuellen Herausforderungen an Technik, Software und Kundenservice nicht mehr allein zu bewältigen sind. Daraus folgt der logische Schritt,

sich nach Verbündeten und Dienstleistern umzusehen – und das können Maklerpools sein. Wenn ein Maklerpool als zukunftssträftig und solide eingeschätzt wird, der in den Hauptfeldern des Maklers Tools und Services anbietet, dann ist so eine Verbindung genau richtig.

Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit in deinem Unternehmen? Hast du Initiativen oder Programme implementiert, um sozial-ökologische Verantwortung zu übernehmen?

Nachhaltigkeit spielt in meinem Unternehmen eine zentrale Rolle. Schon vor einiger Zeit haben wir unsere Unternehmensprozesse hinsichtlich Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung optimiert. Dazu zählen beispielsweise Online-Beratungen statt persönlicher Treffen, die Nutzung von Zügen anstelle von Flügen für Dienstreisen, ein papierloses Büro und der Bezug von Ökostrom. In allen Beratungsgesprächen wird das Thema Ressourcenschonung adressiert und Möglichkeiten zur Steigerung der Nachhaltigkeit aufgezeigt. Darüber hinaus haben wir ein Bewertungssystem für Maklerunternehmen auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit inklusive eines entsprechenden Siegels entwickelt. Persönlich engagiere ich mich zudem ehrenamtlich in der Umweltinitiative IKV (Institut für Umwelt- und Klimaschutz der Versicherungswirtschaft e.V.).

Sie wollen mehr Infos?

Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter
an!

JETZT ABONNIEREN!

Wenn du einen Wunsch an die Branche hättest, welcher Wunsch wäre es?

Für Produkthanbieter, Vermittler und Kunden wäre es hilfreich, wenn das Thema der digitalen Datenübermittlung einheitlich und orientiert auf alle Vertriebswege und Kunden gelöst würde. Seit Jahren geht es eher langsam als schnell mit BiPro- und GDV-Datensätzen voran, und es ist nach wie vor beschwerlich. Etwas mehr gemeinsamer Wille und gemeinsames Handeln wäre wirklich gut.

Lass uns nun über das Thema Honorarberatung sprechen. Honorarberatung wird nun seit über zehn Jahren in der Fachpresse als „Chance für Vermittler/Beraterinnen“ kommuniziert. Nicht selten wird die Honorarberatung folglich als die Lösung der Zukunft gehandelt. Warum wird die Honorarberatung aus deiner Sicht noch nicht aktiv angepackt?

Zunächst ist die Scheu vor Veränderungen ein oft zutiefst menschliches Thema. Je länger ein herkömmliches Geschäftsmodell den Alltag bestimmt hat, desto schwerer fällt es, sich davon zu lösen. Oftmals kommt ein fehlendes Know-how hinzu, das Unsicherheiten bezüglich des Wie, Wo und Wann mit sich bringt.

Ein Gegenargument der Honorarberatung ist häufig, dass sie sich nur wohlhabende Personen leisten können und Personengruppen mit geringem Einkommen keinen Zugang zu dieser Dienstleistung haben. Stimmt das in deinen Augen? Siehst du Lösungen, um soziale Spaltung zu vermeiden?

Auf jeden Fall sollten wir versuchen die Rolle des Maklers als bestem Verbraucherschützer für die Kunden zu stärken. Das können wir mit dem Angebot von flexiblen Modellen der Vergütung bereits jetzt starten. Lassen wir doch den Kunden selbst anhand verschiedener Angebote wählen, welches Produkt er für ein bestimmtes Risiko oder eine Vorsorge haben will. Nettoprodukt plus Beratungshonorar oder Bruttoproduct mit inkludierter Vergütung des Maklers. Oft sprechen den Kunden die Vorteile des Nettoproduktes oder eine Beratung ohne Produktverkauf gegen Honorar mehr an. Auch das vom Kunden gewählte Servicelevel können wir doch gut dem Kunden selbst überlassen. Der Kunde, der am Flughafen die Fast Lane oder beim Versandportal PRIME wählt, wird sich auch anders entscheiden, als mancher Vermittler das aus eigener Sicht glaubt.

Mit der Implementierung von Servicepauschalen und Honoraren soll die Wertschätzung Kunden gegenüber der Arbeit von Maklern steigen. Woran könnte diese vermehrte Wertschätzung in deinen Augen liegen?

In veränderten Zeiten und mit differenzierter Einkommensentwicklung können Service- oder Beratungsangebote für die Kunden, die sie auswählen können, die Transparenz fördern und die Möglichkeiten für eine bewusste Auswahl von Produkten erhöhen. Das passiert im Alltag in vielen Bereichen der Konsumenten auch so. Für eine Scheu vor dem Kunden gibt es keinen Anlass, wir müssen es nur richtig machen.

Jede Generation bringt Veränderungen mit sich und hat andere Erwartungen an das Leben und den Konsum. Ist die Versicherungsbranche in deinen Augen hier auf dem Laufenden und hat sich spürbar verändert, oder besteht Handlungsbedarf?

Von außen betrachtet scheint in der Versicherungsbranche wenig bis nichts zu geschehen, doch dies entspricht nicht meinen Erfahrungen. Das Tempo mag vor 10 oder 15 Jahren noch nicht stimmig gewesen sein, doch seitdem hat sich viel getan. Versicherer haben sowohl in die Digitalisierung als auch in den Klimaschutz erheblich investiert und Geschäftsprozesse angepasst. Ein Beispiel: Bei meiner privaten Krankenversicherung waren noch vor fünf Jahren Wartezeiten für die Erstattung von Rechnungen von sechs bis acht Wochen die Norm. Seit der Einführung einer entsprechenden App und der damit verbundenen digitalen Prozesse beträgt die Wartezeit aktuell maximal drei bis fünf Tage. Und das spiegelt sich in vielen Bereichen wider. Was muss sich ändern? Ich glaube, zur Steigerung der Kundenzufriedenheit wäre es förderlich, wenn die ungebundenen Vermittler, also die Maklerinnen und Makler, deutlich gestärkt würden.

Versicherungsberater versus Versicherungsmakler: In den letzten Jahren hat sich in diesem Bereich viel getan und die Unterschiede sind geringer geworden. Wird die Trennung zwischen Versicherungsberatern und Versicherungsmaklern langfristig bestehen bleiben?

Die Option für Kunden, sich an Versicherungsberater wenden zu können, war sicherlich ein positiver Schritt. Durch meine Kenntnisse über die Arbeit einiger Versicherungsberaterinnen und -berater weiß ich, welchen Nutzen Kunden aus deren Dienstleistungen ziehen konnten und wie effektiv sie die Schwächen der Versicherer ausgleichen konnten. Trotzdem nehme ich wahr, dass manchmal die Grenzen zwischen Versicherungsberatern und Versicherungsmaklern zu verschwimmen scheinen. Ob der Gesetzgeber daraus Änderungen ableiten wird, kann ich schwer beurteilen. Allerdings gibt es auch in anderen Wirtschaftszweigen Spezialisten, deren Anzahl nicht in die Tausende geht.

Wenn ein Vermittler oder eine Beraterin sich dazu entscheidet, den Switch in die Honorarberatung zu realisieren, welche Schritte sind in deinen Augen gerade zu Anfang am wichtigsten, um dies erfolgreich zu schaffen?

Zunächst ist eine intensive Auseinandersetzung mit dem Modell der Honorarberatung unerlässlich. Dabei sollte geklärt werden: In welchen Bereichen möchte ich gegen Honorar beraten und welches Konzept möchte ich verfolgen? Dann sollte die mögliche Zielgruppe definiert werden. Wenn das konzeptionell klar ist, geht es an die Auswahl der passenden Tools bzw. der unterstützenden Serviceleistungen. Im nächsten Schritt geht es ans Kleinklein: Beratungskonzept erstellen, eventuell auch mit dem passenden Sprech, Unterlagen, Honorarverträge, die Klärung des Inkassoprozesses und so weiter. Es wäre sinnvoll, Experten und/oder Kollegen, die bereits Erfahrung mit diesem Modell haben, in diesen Prozess miteinzubeziehen.

Über den Interviewpartner

[Dr. Peter Schmidt](#) ist Unternehmensberater für Makler und Nachfolgeprojekte. Seit 2013 hat er über 600 Bestandsvermittlungen und Bewertungen und über 1.000 Maklerberatungen durchgeführt. Vor seiner Selbstständigkeit vor zehn Jahren war er unter anderem Leiter des Sondervertrieb bei der Allianz Privaten Krankenversicherung und Vorstandsvorsitzender der VPV Makler AG.

Über die Autoren

Tim Schreitmüller ist digitaler Stratege mit Versicherungs-Know-how von der LV 1871. Stephan Busch ist Versicherungsmakler und Inhaber von [Progress Finanzplaner](#). Tim und Stephan sind die Köpfe von [CoachMeNetto](#).

MEHR ZU

> [KUNDENBERATUNG](#) > [VERTRIEB](#)

> [THEMENSPECIAL ASSEKURANZ DER ZUKUNFT](#)