



INTERVIEW-REIHE „AUF DEM WEG ZUM UNTERNEHMER“

„Die Chance liegt darin, den Ruf des Vermittlers neu zu definieren“

Von Redaktion 19.06.2024 01:18, aktualisiert am 19.06.2024 02:54

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

Adrian Schmidt: Tatsächlich ist das Thema Versicherungen bei mir ähnlich negativ behaftet wie für viele andere Menschen auch. Ich denke sofort an Verkauf, Informationsflut, Verunsicherung. Um dafür zu sorgen, dass die junge Generation mit einem positiveren Bild von Versicherungen und Versicherungsmaklern aufwächst, haben wir Käpsele gegründet.

Wann hast du zuletzt etwas zum ersten Mal gemacht?

Schmidt: Was mir direkt in den Sinn kommt, ist das Bungee-Jumping im Kanal vom Korinth. Kurz war ich bereit, damit zu leben, falls das Seil nicht straff gespannt gewesen wäre. Doch das war es zum Glück – und somit wurde der Sprung ein geniales Erlebnis.

Wofür bist du besonders dankbar?

Schmidt: Dafür, dass meine Co-Geschäftsführer und Mitarbeiter im Laufe der Jahre zu meinen besten Freunden geworden sind. Ich bin wirklich sehr dankbar für die Menschen, mit denen ich gemeinsam arbeiten darf. Sie fordern mich immer wieder heraus und fangen mich auf, wenn mal etwas nicht so gut läuft.

Butter bei die Fische: Was ist der Auftrag der Finanzdienstleistungsbranche gegenüber der Gesellschaft?

Schmidt: Unsere Verantwortung liegt darin, das Thema Finanzen endlich wieder angenehm und spannend zu machen. Zumindest für die, die das auch möchten. Bei allen anderen geht es einfach darum, so gut wie möglich unter die Arme zu greifen, abzunehmen und zu unterstützen. Wer sich nicht mit Finanzen und Versicherungen beschäftigen möchte, sollte das auch nicht müssen, sondern sich blind auf seinen Berater verlassen können.

» *Der Selbstständige hat eine Struktur, die nur für ihn funktioniert*

Warum bist du Unternehmer geworden?

Schmidt: Mir blieb nichts anderes übrig: Ich bin absolut ungeeignet, als Angestellter zu arbeiten. Dafür habe ich einen zu großen Dickkopf, zu viele eigene Ideen und Vorstellungen und zu wenig Lust, mir etwas vorschreiben zu lassen und mich an Regeln zu halten.

Kennst du dein konkretes „Warum“?

Schmidt: Am stärksten motiviert mich der Bereich Marketing. Ich merke, dass meine Leidenschaft darin liegt, das Thema Finanzen polarisierender, unterhaltsamer und anders zu vermitteln als bisher – ohne dabei den fachlichen Aspekt aus den Augen zu verlieren.

Was machst du anders als die meisten? Womit hebst du dich von deinen Mitbewerbern spürbar ab?

Schmidt: Gerade auf LinkedIn hebt sich unser Marketing deutlich vom typischen Versicherungsmakler ab: Wir sind einfach deutlich polarisierender. Wir haben klare Themen, die wir bespielen und sprechen eine sehr zahlen- und investmentaffine, digitale Zielgruppe an. Dieser Ansatz zieht sich durch die gesamte Beratung.

Sie wollen mehr Infos?

Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter
an!

JETZT ABONNIEREN!

Unternehmer versus Selbstständiger: Worin besteht deiner Meinung nach der Unterschied?

Schmidt: Der Unternehmer baut Strukturen, in denen auch andere klarkommen und Arbeit übernehmen können. Der Selbstständige hat eine Struktur, die nur er versteht oder nur für ihn funktioniert.

Welche Bücher, Blogs, Podcasts oder andere Ressourcen empfiehlst du anderen Unternehmern?

Schmidt: Den OMR-Podcast – eine ganz klare Empfehlung. Für mich ist es super spannend, die Ansätze der größten deutschen Unternehmer auf unser Unternehmen zu übertragen.

» *Bei vielen Risiken lasse ich es einfach darauf ankommen*

Welche strategischen Fehlentscheidungen hast du getroffen?

Schmidt: Oft habe ich zu schnell zu viel Geld in verrückte Ideen oder neue Websites, Coachings und Co. investiert. Heute würde ich mir eher vorher überlegen, was ich eigentlich will, also in welche Richtung ich gehen möchte und was es als nächsten Schritt braucht. Ich tendiere dazu, einfach darauf loszustürmen, und oft fehlt mir der konkrete Schritt-für-Schritt-Plan.

Was war dein größter Fehler im vergangenen Jahr?

Schmidt: Keinen klaren Plan für das Onboarding und die Stellenbeschreibung für die Mitarbeiter zu haben. Ich hatte nur den Gedanken „Wir brauchen jetzt Mitarbeiter“ und habe es – wie bei vielen Dingen – einfach mal ausprobiert. Das ist unfair gegenüber den Mitarbeitern, wenn sie in eine chaotische Umgebung kommen oder ich nach ein paar Monaten merke, dass ihr Anforderungsprofil oder ihre Aufgaben nicht optimal passen.

Erinnerst du dich an einen bestimmten Moment, in dem du dachtest, du würdest aufgeben?

Schmidt: Ende vergangenen Jahres hatte ich einen Moment, als ich von meinem Schreibtisch aufstand – es war gegen 22 Uhr abends – und mir schwindelig wurde. Ich hielt mich an der Wand fest und mir wurde klar, dass ich Raubbau an mir selbst betreibe und in Zukunft weniger und achtsamer arbeiten muss. Damals habe ich mich gefragt, warum ich mir den Stress antue und nicht einfach angestellt bin und entspannt meine 35 Stunden mache.

Wie gehst du mit Risiken und Unsicherheiten um, die mit dem Unternehmertum verbunden sind?

Schmidt: Vieles blende ich aus. Da ich gerade einmal Mitte 20 bin und keine Familie habe, sind viele Dinge für mich im Moment irrelevant. Ich möchte erst einmal Stabilität in unserem Unternehmen erreichen, bevor ich irgendwann eine Familie gründe. Bei vielen Risiken lasse ich es einfach darauf ankommen und denke mir, dass ich mit den Konsequenzen umgehen werde, sobald sie eintreten.

» *In keiner Branche geht es so oft darum, wer besser ist*

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

Schmidt: Nein! Gute Makler werden immer den direkten Kontakt zu ganz persönlichen Ansprechpartnern der Versicherer schätzen. Für mich entpersonalisiert ein Pool den Maklerbetreuer. Ein direkter Ansprechpartner und die volle Kontrolle über unseren Kundenbestand ohne zwischengeschalteten Pool ist uns extrem wichtig. Für den Start in die Maklerschaft sind Pools attraktiv und einfach. Je besser strukturiert ein Unternehmen wird, desto mehr Pool-Tätigkeiten wird es allerdings selbst übernehmen bzw. übernehmen wollen.

Sie wollen mehr Infos?

Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter
an!

JETZT ABONNIEREN!

Wann fühlst du dich erfolgreich?

Schmidt: Aktuell definiere ich Erfolg noch sehr stark im Außen. Das heißt Erfolg misst sich für mich viel an unseren Unternehmenskennzahlen, an positivem Kundenfeedback oder Feedback von Mitarbeitern. Das Ziel ist mit mir selbst im Reinen zu sein, egal, was das Unternehmen macht. Dabei möchte ich natürlich trotzdem alles geben – aber eben nicht, um mich erfolgreich zu fühlen. Das sollte so oder so der Fall sein.

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

Schmidt: Manchmal ein bisschen lockerer zu werden und nicht alles so eng zu sehen. In keiner Branche geht es so oft darum, wer besser ist und wer nicht. Ich bin dafür, sich direkt zu unterstützen und einen offenen Austausch zu pflegen. Wir leben das in einem 2-monatigen von KÄPSELE organisierten Makler austausch. In der Runde mit rund 20 Maklern tauscht man sich über fachliche Themen, Marketing und Prozesse aus. Die Infos und Insights in andere Beratungen sind goldwert. Dennoch hat keiner dieser Berater ein Problem damit, wenn im Marketing auch mal der ein oder andere Spruch gegen die Konkurrenz fällt. Ein lockerer Umgang mit dem Wettbewerb ohne direkt zu sagen „Ihr seid schuld am schlechten Ruf der Branche“, wäre aus meiner Sicht förderlich – gerade auch, um aus Kundensicht den grauen Versicherungsberater-Schleier abzulegen.

Es wird häufig über rechtliche Unklarheiten und Gefahren bei der Honorarberatung gesprochen. Welche siehst du?

Schmidt: Honorarberatung ist aus meiner Sicht kritisch zu betrachten, wenn Honorare ähnlich wie Provisionen gefactort werden. Für mich geht dabei der Transparenzvorteil für den Kunden verloren. Factoring des Honorars hat zudem immer den Anschein, dass nicht die Transparenz für den Kunden, sondern die verringerte Haftung des Beraters im Vordergrund steht.

Das Thema Honorarberatung wird nun seit über zehn Jahren in der Fachpresse als „die Chance für Vermittler:innen / Berater:innen“ kommuniziert. Nicht selten wird die Honorarberatung folglich als die Lösung der Zukunft gehandelt. Warum wird die Honorarberatung aus deiner Sicht trotzdem noch nicht aktiv angepackt?

Schmidt: Ich denke, dass viele von dem vermeintlichen Argument abgeschreckt sind „Meine Kunden sind nicht bereit, ein Honorar zu zahlen“. Sicher ist nicht jeder Kunde in der Lage, hohe Honorare für die Vertragsvermittlung zu bezahlen. Ich glaube aber auch, dass viele Berater sich ihres eigenen Mehrwertes einfach nicht bewusst sind und deshalb den Weg der provisionsbasierten Vergütung wählen. Im Falle einer Honorarvermittlung muss der Nutzen für den Kunden und der Mehrwert des Beraters deutlich stärker betont werden.

Die Angst vor sozialer Spaltung bei Einführung von Provisionsverboten wird immer wieder genannt. Richtet sich die Honorarberatung nur an vergleichsweise vermögende Kund:innen?

Schmidt: Ja, der gesamte Bereich der Finanzberatung richtet sich hauptsächlich an vermögende Kunden. Einem Großteil der Deutschen ist es heute nicht einmal mehr möglich, genug für die Rente zurückzulegen. Wie sollen zusätzlich noch Honorare für die Beratung bezahlt werden? Im Versicherungsbereich wird das im Falle eines Provisionsverbotes vermutlich in einem Konglomerat an Online- und Großmaklern enden, die sich auch bei günstigen Honoraren durch die Masse an Kunden über Wasser halten können.

☞ **Gute Beratung kostet**

Warum arbeiten nahezu alle Gewerbe und Dienstleistungen wie Handwerker oder Steuerberater auf Rechnung, nur die Versicherungsbranche nicht?

Schmidt: Einfach weil sich über die Jahre der Glaube festgesetzt hat, dass Versicherungs- und Finanzberatung umsonst sei. Sicher fördern große Vergleichsportale auch genau das. Es sollte logisch sein, dass gute Beratung kostet. Da inzwischen umso mehr Wissen digital zur Verfügung steht, ist die Bereitschaft dafür zu zahlen relativ gering. Gerade wenn ein Honorar auch mal vier- bis

fünfstellig ausfällt, werden sich sicher einige Kunden zur DIY-Variante abwenden. Die Wertschätzung für das Finanzhandwerk fehlt hier, und der Glaube „das kann ich selbst besser“, hat sich sicherlich auch durch einzelne Fehlberatungen in der Vergangenheit verfestigt.

Welche Chance hat das Thema Honorarberatung für die Gesellschaft und unsere Branche?

Schmidt: Aus Sicht des Vermittlers liegt die Chance vor allem darin, den Ruf des Vermittlers neu zu definieren und aufzuwerten. Weil die Honorarberatung beim Kunden mit einer ganz anderen Unabhängigkeit, Ehrlichkeit und Fachkompetenz verbunden wird à la „Wofür ich nichts zahle, das ist nichts wert“. Dementsprechend steigt mit der Honorarberatung auch die Wertschätzung des Beraters und seine wahrgenommene Kompetenz.

Über den Interviewpartner

Adrian Schmidt ist Gründer und Geschäftsführer der [Finanzberatung „Käpsele“](#). Nach seiner Doppelausbildung zum Versicherungsfachmann und Honorar-Finanzanlagenberater, seinem Economics-Studium und seinem Fachmann für Honorarberatung berät er mit seiner Firma „Käpsele“ seit 2020 hauptsächlich ITler, Softwareentwickler und Techies.

Über die Autoren

Tim Schreitmüller ist digitaler Strategie 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

> [BRANCHE](#)