



INTERVIEW-REIHE „AUF DEM WEG ZUM UNTERNEHMER“

„Wir müssen in unserer Branche noch mehr auf Kommunikation achten“

Von Redaktion 22.05.2024 12:23, aktualisiert am 22.05.2024 12:26

Wie bist du in die Branche gekommen?

Marcel Arndt: Ich fand es schon immer spannend und faszinierend, was die Banken an Vermögenswerten verwalten, welches Auftreten und welche Verantwortung man gegenüber Menschen hat und wollte daher schon von Beginn an in diese Branche – heute bin ich glücklich, dass ich mit vielen Spezialisten und Anlageberatern in einem gemeinsamen Beraternetzwerk bin und dieses als Vorstand zukunftsweisend mitgestalten kann.

Butter bei die Fische: Was ist der Auftrag der Finanzdienstleistungsbranche gegenüber der Gesellschaft? Wo liegt eigentlich unsere Verantwortung?

Arndt: Menschen in die Lage zu versetzen, eigene Finanzentscheidungen zu treffen, um ihren persönlichen Vermögensaufbau und dessen Absicherung zu fördern und als ehrlicher Ratgeber an ihrer Seite zu stehen. Die ehrbare Berufsethik zu beachten und diese zum Wohle des Kunden beziehungsweise des Mandanten einzusetzen. Menschen folgen Menschen und diese wertvolle Eigenschaft darf nicht in negative Energie oder Taten umgewandelt werden, um eigene Vorteile daraus zu ziehen. Wir haben eine wichtige Aufgabe mit unserer Branche, die wir zu erfüllen haben.

Sie wollen mehr Infos?

Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter an!

JETZT ABONNIEREN!

Was motiviert dich, morgens aufzustehen?

Arndt: Es ist wichtig, Menschen zu treffen und ihnen bei ihren Herausforderungen als Ratgeber oder auch Initiator zur Seite zu stehen. Ich freue mich also auf Begegnungen mit Menschen, die mich inspirieren und finde es faszinierend zu sehen, wie sich daraus neue Ideen entwickeln.

Was machst du anders als die meisten?

Arndt: Ich bin gerne der Gesprächspartner, der nicht nur gut zu-, sondern genauinhört. Und damit liegt mir das Herausfinden von geeigneten Zeitpunkten, um dann Menschen zusammenzubringen, die sich in ihrer Lebensphase benötigen.

Welche unabdingbaren Skills vermisst du bei vielen Vermittlern?

Arndt: Das Zu- und Hinhören und das Verwenden einer einfachen und bildlichen Sprache! Viele Menschen neigen dazu, ihr Wissen nur in ein Schaufenster zu stellen, anstatt es zielgerichtet und dosiert einzusetzen. Eine gute Kommunikation ist der Schlüssel zu einem erfolgreichen Leben. Wir müssen in unserer Branche noch mehr auf die Kommunikation achten, denn Wissen ist ein wichtiger Faktor, aber Menschen zu verstehen und zu erreichen, hat noch ein enormes Potenzial.

Welche Eigenschaften sind deiner Meinung nach wichtig für einen erfolgreichen Unternehmer?

Arndt: Es ist wichtig, sich bewusst zu machen, dass es keinen Fahrstuhl für Erfolg gibt, sondern dass man Schritt für Schritt die Treppe hinaufsteigt und sein eigenes persönliches Tempo finden muss. Veränderungsbereitschaft, Kontinuität und Leidenschaft werden dazu beitragen, die eigenen Ziele zu erreichen, mit allen Phasen, die dazugehören. Ein negativer Einfluss ist der Vergleich oder sogar Neid – was man beides von Anfang an vermeiden sollte. Ein passendes Sprichwort besagt: Des Glückes Tod ist der Vergleich!

Welchen Tipp würdest du einem jungen Vermittler oder einer jungen Vermittlerin geben, der oder die kurz vor der Gründung des eigenen Maklerunternehmens steht?

Arndt: Finde einen Mentor, der deine Werte unterstützt und dir hilft, zu wachsen. Vertraue nicht darauf, dass du alles besser kannst, sondern nutze die Erfahrung des Mentors, um schwerwiegende Fehler zu vermeiden und aus deinen und seinen Erfahrungen zu lernen.

» *Die Beziehungen zu den Menschen sind das größte Asset des Maklermarktes*

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

Arndt: Der Austausch mit anderen Unternehmern, guten Ratgebern und Menschen, die mich von sich selbst aus unterstützen wollen, ist das A und O. Ich bin dankbar für mein Netzwerk und auch den Mut, manchmal Dinge einfach auszuprobieren.

Was glaubst du, welche Herausforderungen stehen dem Vermittlermarkt bevor?

Arndt: Die digitale und persönliche Kommunikation. Die Beziehungen zu den Menschen sind das größte Asset des Maklermarktes. Wir müssen in den kommenden Jahren noch intensiver mit der Technik umgehen, um unsere Beziehungen digital und persönlich zu gestalten. Dadurch kann ich gegenüber den Firmen, die mit Daten eine Menge machen können, wettbewerbsfähig bleiben. Open Finance wird viele neue Herausforderungen mit sich bringen und ich muss mich darauf einstellen, mich ständig weiterzuentwickeln. Jeder Makler sollte sich frühzeitig mit Open Finance auseinandersetzen und die passenden Antworten darauf finden, um sein Geschäftsmodell darauf auszurichten.

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

Arndt: Ein Muss. Die Pools, die die Antworten auf Open Finance liefern, werden in Zukunft die Gewinner sein. Dies sollte zeitnah geprüft und hinterfragt werden. Der einzelne Makler wird wahrscheinlich nicht in der Lage sein, die notwendigen Investitionen zu tätigen, um die Datenmengen und IT-Infrastrukturen sowie die IT-Sicherheit selbst zu bewältigen. Auch wenn ich einigen damit Unrecht tue, aber der Großteil in der Branche benötigt die Kooperationen und Partnerschaften. Es ist erfreulich, dass wir keinen Oligopool haben, aber es wird noch genügend Zusammenschlüsse auf Poolebene geben. Dies gilt es zu beobachten, vor allem wer dabei zukünftig welche Interessen vertritt. Eine gute Auswahl fördert den Wettbewerb und damit auch die Zukunftsfähigkeit jedes Einzelnen.

Stell dir vor, du bist Versicherungsmakler und bekommst 50.000 Euro zur Verfügung gestellt. In welche Bereiche würdest du dieses Geld investieren und wie würdest du es verteilen?

Arndt: Es stellt sich die Frage, wie die Firma bereits aufgestellt ist. Ist sie schon lange Zeit am Markt, besitzt viele bestehende Kundenbeziehungen oder ist diese noch komplett im Aufbau? Dies hängt entscheidend davon ab, wofür ich dieses Geld einsetzen wollen würde. In einem bestehenden Unternehmen mit vielen Kundenbeziehungen würde ich das Geld wie folgt priorisieren:

1. Vision und Mission für die nächsten fünf Jahre erarbeiten
2. Standards und Prozesse professionalisieren und digitalisieren
3. Passende digitale Tools finden und implementieren
4. Regelmäßiges Coaching und SEO-Optimierung durchführen

Wie wichtig ist es deiner Meinung nach, ein starkes Netzwerk aufzubauen?

Arndt: Für die Zukunft ist es von entscheidender Bedeutung für dich und deine Kunden oder Mandanten ein funktionierendes Netzwerk zu haben. Dafür stehe ich als Vorstand eines Beraternetzwerks. Auf Kundenseite ist schon heute ein Netzwerk von erfahrenen Spezialisten von großer Bedeutung, da die Themenvielfalt und die Regulatorik komplex ist.

Unser Beraternetzwerk verfügt mittlerweile über zwölf spezialisierte Bereiche, die durch Kundenanfragen und Kundenfälle in der Finanzplanung entstanden sind. Ich bin sehr stolz darauf und es ist ein Alleinstellungsmerkmal der VB Select. Auch ich selbst greife dabei auf die Kollegen im Beraternetzwerk zu.

Zusätzlich ist ein gutes Netzwerk im Bereich Unternehmertum ebenfalls unerlässlich. Ich tausche mich daher auch mit vielen Unternehmern nicht nur aus unserer, sondern auch aus anderen Branchen aus. Es ist spannend, aus verschiedenen Perspektiven Interessen zu bündeln und Lösungen zu finden. In einer starken Gemeinschaft ist das häufig einfacher.

» *Wenn du ein Mangel oder ein Problem erkannt hast und jemand dir einen Nutzen aufzeigt, dann bist du bereit, einen Preis dafür zu zahlen*

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

Arndt: Gute und sinnvolle Debatten und Diskurse zu führen. Ein besseres Miteinander statt Gegeneinander und faire Vertragskonstellationen. Die Branche ist zu sehr mit Bullshit-Aufgaben beschäftigt und wir machen es uns gegenseitig unnötig schwer. Wir sollten die Zeit für sinnvolle Aufgaben nutzen. Es gibt jedoch bereits positive Tendenzen und das stimmt mich zuversichtlich.

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

Arndt: Die größte Unklarheit herrscht im Begriff „Honorare“ selbst, denn es gibt die „Beratung gegen Honorar“, die ausschließlich von Honorarberatern auszuführen ist, und die „Vermittlung gegen Honorar“, welche von Vermittlern ausgeführt werden kann. Das Wort „Honorar“ vermittelt hier den Eindruck, dass alle dasselbe sagen, obwohl es im Kern sehr unterschiedlich ist.

Sie wollen mehr Infos?

Dann melden Sie sich für unseren kostenlosen Newsletter
an!

JETZT ABONNIEREN!

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?

Arndt: Aktuell werden die Vertriebskosten doch auch von den Personengruppen übernommen. Es ist möglich, dass es morgen auch ähnliche Modelle gibt. Bisher haben sich nur wenige Gedanken darüber gemacht, da es noch kein flächendeckendes Geschäftsmodell dafür gibt. Die Zahl derer, die Beratungen oder Vermittlungen gegen Honorar anbieten, ist zu gering. Sollte dies flächendeckend zunehmen, dann werden sicherlich schnell Lösungen gefunden, um dem gesamten Markt gerecht zu werden.

Ich empfehle, sich zeitnah von Provisionszahlungen unabhängig zu machen und eine transparente Kommunikation mit den Kunden zu finden. Oft sind wir in diesem Bereich das Problem, nicht die Kunden. Die Einführung einer Gebührenordnung könnte für den Großteil der Berater sinnvoll sein und wäre zumindest eine Orientierungshilfe.

Mal ganz provokant gefragt: Enthält in deinen Augen die Aussage, dass wir in der Branche nicht den „Arsch in der Hose“ haben, den Kunden klar zu sagen, was wir kosten und was unsere Dienstleistung wert ist, einen wahren Kern?

Arndt: Dies ist der Fall. Leider haben wir es nicht gelernt. Viele Menschen sind sich nicht bewusst, was sie wert sind, machen sich unnötig klein und glauben, dass sie mit übermäßigen Servicepunkten überzeugen müssen. Sie fühlen sich jedoch am Ende ausgebeutet. Alle Branchen, die Rechnungen oder Gebührenordnungen besitzen, haben damit keine Probleme.

Eine These lautet häufig: Kunden wollen kein Honorar bezahlen. Wie schaffen es jedoch „Finfluencer“ ein Honorar oder Entgelt für ihre Leistung zu erhalten, obwohl die Leistung, die angeboten wird, nur „Beratung“ ist und die Umsetzung ausbleibt?

Arndt: Ich widerspreche der These. Wenn du ein Mangel oder ein Problem erkannt hast und jemand dir einen Nutzen aufzeigt, dann bist du bereit, einen Preis dafür zu zahlen. Wenn dieser nachvollziehbar und vergleichbar ist, dann sind Kunden auch bereit, das Honorar für den Nutzen zu akzeptieren und zu bezahlen.

Jede Generation bringt Veränderung mit und hat eine andere Erwartung an das Leben und an Konsum. Geht die Versicherungsbranche in deinen Augen an dieser Stelle mit und verändert sich spürbar oder gibt es Handlungsbedarf?

Arndt: Ich bin der Meinung, dass unsere Branche trotz ihrer Größe und ihren regelmäßigen Herausforderungen innovativ ist. Sie muss endlich aufwachen und gemeinsam und uneigennützig eine Branchenkampagne zur Imageverbesserung über einen längeren Zeitraum aufstellen, ohne gleich wieder in Kritik zu verfallen und so, dass sich alle Bereiche beteiligen. Dies würde die Bewältigung vieler Herausforderungen in Zukunft erleichtern.

Wir haben so viel Power, aber wir nutzen sie nicht. Wir sind nicht wirklich in der Lage, gemeinsam aktiv zu gestalten. Dabei sind wir eine spannende und abwechslungsreiche Branche, die schon Antworten auf die Erwartungen und den Konsum verschiedener Generationen hat. Leider weiß das nur keiner. Wir sollten gemeinsam an der Verbesserung des Image und der Sichtbarkeit arbeiten. Dies wird auf jeden von uns positive Auswirkungen haben.

Über den Interviewpartner

Marcel Arndt ist als Vorstand der [VB Select AG](#) maßgeblich für den Ausbau des Beraternetzwerks und die Förderung arbeitsteiliger Prozesse verantwortlich. Sein Fokus liegt auf der Ermöglichung einer ganzheitlichen Finanzplanung innerhalb eines familiären Netzwerks, einschließlich der Nachfolgeplanung. Zusätzlich zu seinen Vorstandsaufgaben berät und unterstützt er mit Leidenschaft seine Kunden in ihrer persönlichen Finanzplanung.

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

> [INTERVIEWS](#)

> [BRANCHE](#)