

INTERVIEW-REIHE ZUR HONORARBERATUNG

„Gute Beratung muss etwas kosten“

Von Redaktion 14.04.2023 12:16, aktualisiert am 13.11.2023 03:48

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

Felix Kugelman: Meine persönliche Verbindung zur Versicherungswelt begann mit meinem Großvater, der mich dazu gebracht hat, eine Ausbildung zum Versicherungskaufmann zu machen. Aus meiner Sicht eine der spannendsten Branchen, die es gibt.

Warum gehst du arbeiten?

Es gibt viele gute Gründe, seinen Job zu lieben. Ich habe mich schon immer gerne in verschiedenen Rollen für bestimmte Themen eingesetzt. Außerdem finde ich es großartig, im Rahmen meiner Arbeit regelmäßig neue Menschen und interessante Gesprächspartner kennenzulernen. Arbeit kann eben auch Berufung sein! Im Versicherungsumfeld habe ich meine persönliche Berufung gefunden; hier innovative Lösungen für verschiedene Problemstellungen zu erarbeiten, treibt mich an. In meiner Rolle als Vorstand der iS2 AG gibt es wahrlich genug an spannenden Herausforderungen und jeden Tag wartet ein neues Abenteuer auf mich.

Wann hast du zuletzt etwas zum ersten Mal gemacht?

Ich versuche immer wieder bewusst, etwas zum ersten Mal zu machen. Ich probiere sehr gerne neue Dinge aus, auch in Form von Challenges. Im Moment versuche ich wieder regelmäßig Sport zu machen, und meinen Tag ohne Wenn und Aber mit 100 Burpees und einer kalten Dusche zu beginnen. Das war am Anfang sehr schwer, aber es wird von Tag zu Tag leichter.

Wenn du dich in die Rolle des Endkunden versetzt: Was bevorzugst du, die Provisions- oder die Honorarberatung?

Ich möchte vor allem einen Berater, der auf mich eingeht und sich mit meiner Situation individuell auseinandersetzt. Ob ich die Leistung letztendlich über Honorar oder Provision bezahle, ist für mich nicht entscheidend. Dennoch habe ich den Eindruck, dass Versicherungsvermittler auf Honorarbasis eine selbstbewusstere Einstellung gegenüber dem Wert ihrer Beratungsleistung haben – die sie ja offen in Rechnung stellen können.

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

Ich denke, die fehlende Verbreitung und das immer noch „Neue“ ist ganz klar das Problem. Es gibt hier einfach noch kein flächendeckendes Angebot. Zudem ist der bisher bekannte Provisionsvertrieb einfach noch zu verbreitet und wird als normal wahrgenommen. Oft kommt auch die Angst einzelner Berater dazu, mit dem Kunden über das Thema des eigenen Verdienstes und der Wert der eigenen Arbeit zu sprechen.

„ Die Nachfrage nach Honorarberatung wird in Zukunft steigen

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

Es ist eine weit verbreitete Annahme, dass sich Honorarberatung aufgrund der hohen Stundensätze nur für wohlhabende Menschen rechnet. In Wahrheit ist es so, dass nur ein geringer Anteil auf Stundenbasis abrechnet, der Großteil lässt sich die Dienstleistung prozentual auf den Anlagebetrag vergüten und dann sprechen wir von der Honorarvermittlung. Und selbst wenn

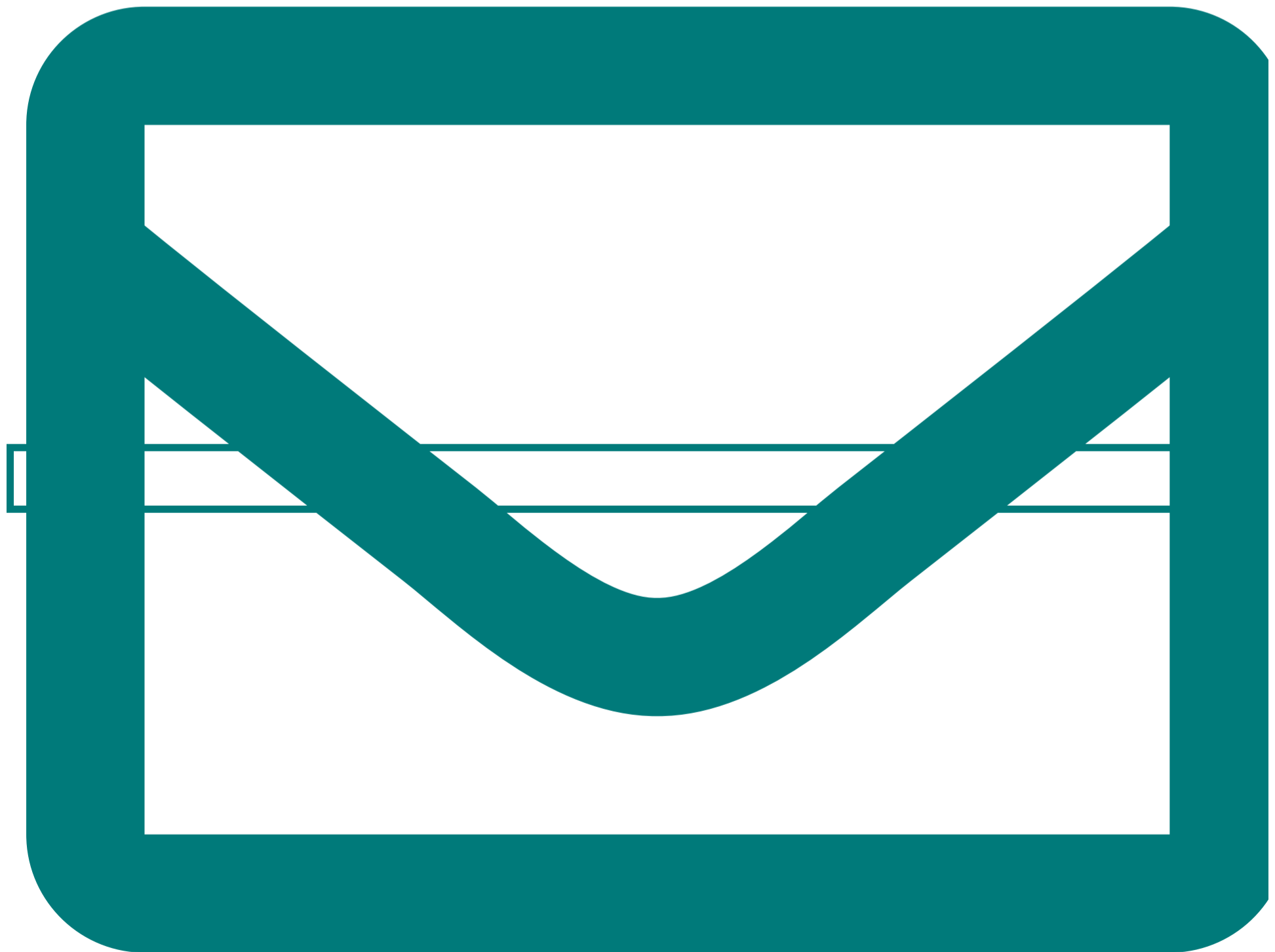
man von einer Beratung mit Stundenhonorar ausgeht, ist die Honorarberatung oder -vermittlung dennoch für den Kunden meist günstiger als das Provisionsgeschäft. Natürlich sollte immer zuerst die Verhältnismäßigkeit der Gebührenhöhe und des Antrags abgewogen werden.

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?

Absolut! Gute Beratung muss etwas kosten und je transparenter das dargestellt werden kann, desto mehr Unsicherheiten und Unwahrheiten können auch ausgemerzt werden. Die meisten von uns haben verinnerlicht, dass etwas, das nichts kostet, auch nichts wert ist. Gepaart mit dem allgemeinen Misstrauen gegenüber unserer Branche ist dies die denkbar schlechteste Mischung. Ich glaube, wenn wir alle viel offener mit dem Thema umgehen würden, wäre das Image der Versicherungsvermittler nicht so, wie es ist.

Warum arbeiten nahezu alle Gewerbe und Dienstleistungen auf Rechnung, nur die Versicherungsbranche nicht?

Ich würde das zum einen mit der Haftungsfrage der Vermittler und zum anderen mit den Wechseloptionen der Kunden beantworten. Viele Dienstleistungen, wie beispielsweise die Steuererklärung oder die Reparatur der Waschmaschine, werden beauftragt und können nach Abschluss des Auftrags in Rechnung gestellt werden. Für eine vermittelte BU haftet der Vermittler noch einige Jahre und ist dadurch nicht abgeschlossen. Zudem wäre es im schlecht digitalisierten Deutschland derzeit noch ein enormer Verwaltungsaufwand, den Provisionsvermittlern Rechnungen zu stellen.



Häufig liest man: „Die Akzeptanz der Honorarberatung hält sich in Deutschland bei Verbrauchern immer noch in Grenzen“. Was ist deiner Meinung nach der Grund, weshalb die Honorarberatung wenig Nachfrage erhält?

Weil man sich hier im Klaren darüber sein sollte, was man bei der Honorarberatung möchte und was das kosten wird. Es ist also ein weiterer Punkt, über den man sich Gedanken machen muss. Ich könnte mir vorstellen, dass dies einige abschreckt, gerade wenn man zum ersten Mal mit einem Honorarberater zusammenarbeitet und die Beratungsqualität noch nicht einschätzen kann. Trotzdem denke ich, dass die Nachfrage nach Honorarberatung und -vermittlung in Zukunft steigen wird.

» *Man muss an der richtigen Stelle in der Customer Journey ansetzen*

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

Das Image der Versicherungsbranche bleibt hartnäckig negativ, was meiner Ansicht nach auch viel mit fehlender Finanzbildung der jungen Generation zusammenhängt. Allerdings gehen junge Leute für ihre eigene Wissensbeschaffung unbefangen ins Internet und suchen sich die nötigen Informationen zusammen. Hier ist es entscheidend, an der richtigen Stelle in der Customer Journey anzusetzen. Der erste Schritt besteht darin, Wissen und einen Überblick zu bieten und so die Leads digital auf die nächsten Schritte vorzubereiten.

Wie sollten sich Vermittler und Berater digital bei Prozessen, Tools und bezüglich der Präsenz in sozialen Medien aufstellen?

Hier sehe ich extrem viele Chancen für die Branche. Bei der Präsenz in den sozialen Medien sollte man sich zunächst auf seinen wichtigsten Kanal konzentrieren, um die Kosten-Nutzen-Rechnung in Balance zu halten, und sich im Vorfeld über sein Wunschpublikum und die wichtigsten Themen Gedanken machen. Zu den Möglichkeiten, die sich der Branche in Bezug auf digitale Prozesse und Tools bieten, könnte ich ganze Seiten füllen. Nur so viel sei gesagt: Die meisten Versicherungsunternehmen haben hier noch viel Potenzial, wenn sie es schaffen, Customer Journeys neu zu denken.

Welche Ansätze und Lösungen siehst du, um die Akzeptanz für Honorarberatung in Deutschland zu steigern?

Mehr Transparenz und eindeutige Definitionen etablieren, ein größeres Produktangebot schaffen und durch Aufklärungsarbeit Vorurteile aus dem Weg räumen. Zudem muss es in allen Bereichen standardmäßig Nettopolicen geben. Hier fehlt in manchen Bereichen einfach noch das passende Produktangebot. Sobald das geregelt ist, kann das Geschäft mit Nettopolicen meiner Meinung nach an Fahrt aufnehmen.

Über den Interviewpartner

Felix Kugelmann ist im Vorstand der [iS2 Intelligent Solution Services AG](#) und immer auf der Suche nach innovativen und modernen Lösungen für den digitalen und persönlichen Versicherungsvertrieb.

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

[› VERGÜTUNG](#) [› VERTRIEB](#)

[› THEMENSPECIAL ASSEKURANZ DER ZUKUNFT](#)