

INTERVIEW-REIHE ZUR HONORARBERATUNG

„Fehler der vermeintlichen Kostenlosigkeit sehe ich auch in der Versicherungsbranche“

Von Redaktion 26.01.2023 01:23, aktualisiert am 26.01.2023 01:26

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

Bei Versicherungen denke ich oft an den Vergleich mit Arzneimitteln und Nahrungsergänzungsmitteln. Es gibt wichtige, weniger wichtige, unwichtige und solche, die individuell nutzlos bis schädlich sein können. Es sind immer Beipackzettel mit dabei. Sie sind wichtig, aber oft schwer zu verstehen und werden oft erst dann gelesen, wenn es zu spät ist. Die Dosierung sollte nicht zu niedrig, aber auch nicht zu hoch sein; ohne Beratung sollte man davon Abstand nehmen.

Das Thema Honorarberatung wird nun seit über zehn Jahren in der Fachpresse als „DIE Chance für Vermittlerinnen und Vermittler“ kommuniziert. Warum wird die Honorarberatung von Vermittelnden aus deiner Sicht noch nicht aktiv angepackt?

Über das Provisionsmodell haben die Unternehmen nicht nur suggeriert, sondern offen damit geworben, Vermittlung und Beratung wären „kostenlos“. Deshalb wird es für unabhängige Vermittler und Berater schwierig sein, dieses seit vielen Jahren bestehende Modell der vermeintlichen Kostenfreiheit aus eigener Kraft zu ändern und in ein anderes Modell zu überführen. Hier müssen sich auch die Rahmenbedingungen ändern, was letzten Endes an den Versicherern und auch dem Gesetzgeber liegt.

Mal provokant gefragt: Nutzt die Personengruppe mit geringem Einkommen aktuell das Angebot der klassischen Vermittler?

Ein Beispiel, wo der Markt seit langen Jahren eingefroren ist, ist die Abdeckung mit BU-Verträgen. Wenn drei Viertel der Berufstätigen keinen BU-Schutz haben und der Mittelwert der geleisteten BU-Renten knapp über 1.000 Euro liegt, dann sehe ich hier keine soziale Ausgewogenheit. Und mir sind auch keine Zahlen bekannt, die das belegen – auch für den Kundenbestand bei Maklern nicht. Sicherlich kommen hier mehrere Problemstellungen zusammen, nur sehe ich ein maßgebliches auf der Produktseite und weniger beim Vergütungsthema. „Unterhalb“ der BU passiert recht wenig – die Grundfähigkeitsversicherung nähert sich immer mehr der BU an und wird entsprechend teurer. Die Erwerbsunfähigkeitsversicherung wurde einerseits kaputt geredet und andererseits wurde die EU-Tafel seit etwa 25 Jahren nicht mehr erneuert. Insofern sind wir hier beim Henne-Ei-Problem.

Etwas besser sieht es bei der Privathaftpflichtversicherung (PHV) aus – nach GDV-Zahlen haben über 80 Prozent der Haushalte einen PHV-Schutz. Bei Gering- und Niedrigverdienern ist aber auch hier noch viel Luft nach oben: in den untersten Einkommensgruppen hat lediglich jeder zweite Haushalt einen PHV-Schutz. Dass sich diese Zahlen über höhere Provisionen steigern lassen – gegebenenfalls in anderen Sparten und/oder für die gutverdienenden Kunden, sofern man eine „Umverteilung“ in den Vermittlerbeständen annimmt –, dazu sind mir keine Rechnungen bekannt.

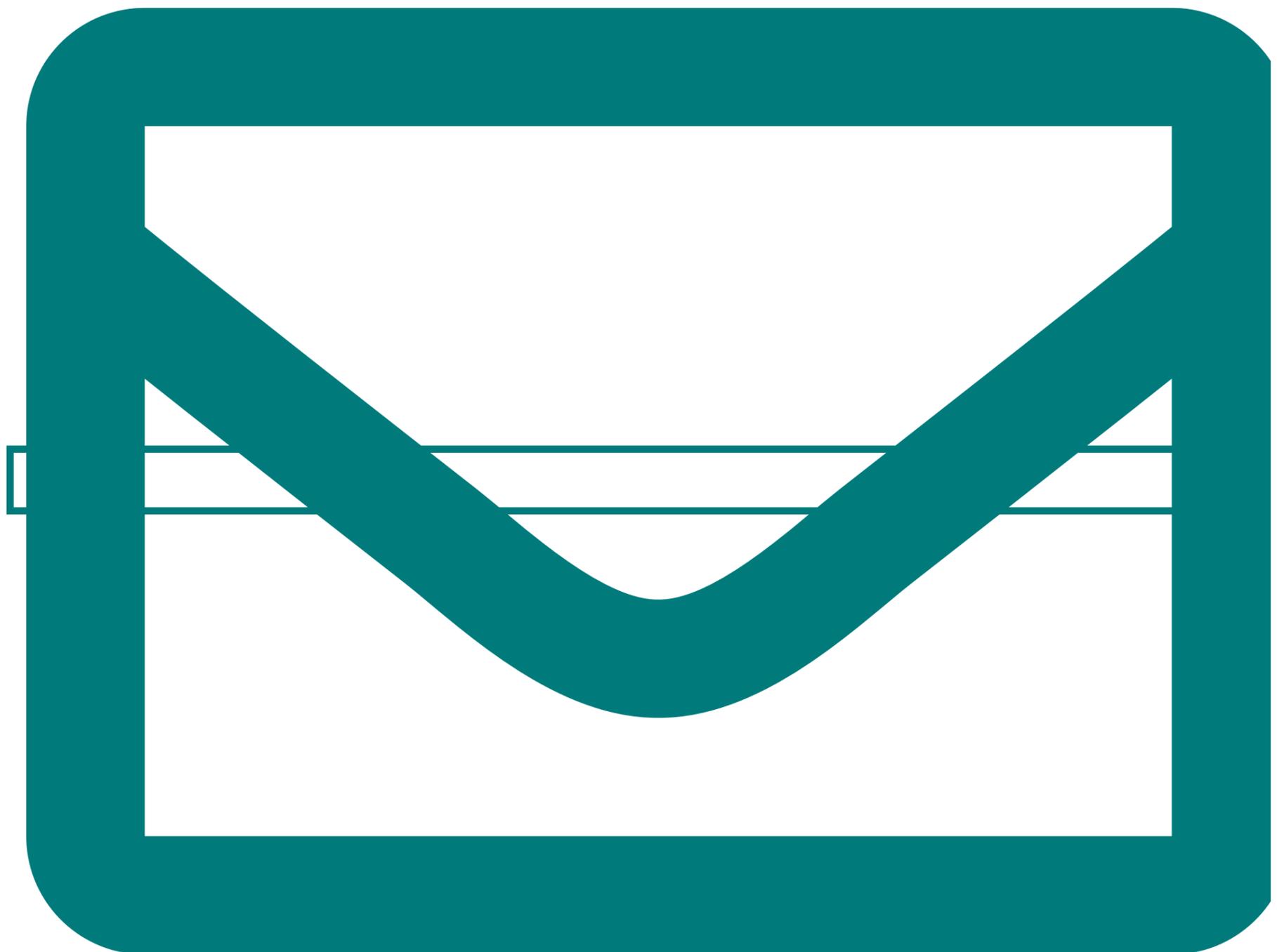
» *Diesen Fehler der vermeintlichen Kostenlosigkeit sehe ich auch in der Versicherungsbranche*

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

Ich mache es mal an einem Beispiel aus einem anderen Wirtschaftsbereich fest: PR-Arbeit und Journalismus. Viele Jahre lang haben Presseverlage Online-Inhalte nur begleitend zu ihren Druckerzeugnissen betrieben. Aber mit der Zeit haben sich immer mehr Kunden gefragt, weshalb es nötig ist, mit viel Aufwand – vor allem materiellem Ressourcenaufwand – Printmedien zu drucken und zu transportieren, nur damit die Leser dann in den Zeitungen und Magazinen lesen können, was bereits vor zwei Tagen im Internet stand.

Konsequenter- und richtigerweise haben Verlage daher ihre Online-Medien gestärkt. Nur hat ein Großteil des Marktes sich zunächst gescheut, dafür – anders als bei ihren Print-Medien – von den Kunden offen Geld zu verlangen. Dadurch hat sich der Eindruck verfestigt, diese Angebote und dahinterstehende Leistungen wären kostenfrei. Das hat wiederum den Kostendruck auf die journalistische Arbeit erhöht. Die Presseverlage und -portale mussten entsprechend ihren Kurs ändern und bieten jetzt kostenpflichtige Online-Abos an.

Diesen Fehler der vermeintlichen Kostenlosigkeit sehe ich auch in der Versicherungsbranche. Nur mit einem entscheidenden Nachteil: Die Zeit der kostenlosen Online-Angebote war im Pressebereich eine vergleichsweise kurze Episode. In der Versicherungsbranche hat sich das provisionsbasierte System über viele Jahrzehnte verfestigt, was eine Richtungsänderung massiv erschwert.



[MEHR INFOS? JETZT KOSTENLOS UNSEREN NEWSLETTER ABONNIEREN!](#)

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

Mit bloßen Nettotarifen ist es nicht getan – zumal das Angebot sich immer noch sehr zögerlich entwickelt; im BU-Zweig ist das Angebot noch sehr überschaubar. Wie viele Versicherer sind euch bekannt, die in der KV-Sparte Nettotarife anbieten? Ganz abgesehen davon gibt es auch keine verbindlichen Standards, wann ein Tarif ein Netto- oder Honorar-Tarif ist. Auch Paragraph 48c VAG zum Durchleitungsgebot für Provisionen hilft nicht weiter, wenn Versicherer nicht bereit sind, diese Anträge anzunehmen.

Ich sehe das Problem eher darin, dass Gesetzgeber, Versicherer und Vermittler die beiden Elemente Beratung und Handel/Verkauf nicht mit der nötigen berufsrechtlichen Konsequenz geregelt haben. Für mich geht es hier um die Grundsatzfrage, ob die Versicherungsvermittlung als Ganzes ausschließlich eine gewerbliche Tätigkeit ist. Wenn man Versicherungsvermittlung vorrangig als Handelsberuf auffasst, ist das sicherlich zutreffend. Bei vielen Versicherungsmaklertätigkeiten und vor allem bei Versicherungsberatern sehe ich das anders. Diese Tätigkeiten sind für mich beratende Tätigkeiten, die für mich in die Freiberuflichkeit gehören – so wie Steuerberater oder Rechtsanwälte. Das bedeutet weitgehende Selbstverwaltung, verbindliche Gebührenordnungen, Möglichkeit zur Verkammerung und der Einrichtung von Versorgungswerken, etc.

Die Freiberuflichkeit könnte auch dazu beitragen, die Probleme beim Fachkräfte- und Nachwuchsbedarf besser zu regeln als es jetzt der Fall ist. Es wäre eine fachliche Aufwertung der beruflichen Tätigkeit und könnte dadurch auch für Frauen attraktiver werden.

» *Ich sehe die große Herausforderung vor dem Konkurrenzdruck, der durch (F)influencer entstehen kann*

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

Schauen wir uns als Beispiel die Influencerin Kim Kardashian an. Sie hat Investments in Kryptowährungen empfohlen und wurde dafür – im Zuge eines Vergleichs – von der amerikanischen Börsenaufsicht mit einem Strafgeld von über 1,2 Millionen Dollar belegt. Das beschreibt recht treffend, was Vermittler und Berater bei der sozialen Medienpräsenz beachten sollten: Es kann sich dort jeder als Experte präsentieren und Inhalte verbreiten. Zudem gibt es viele Geschäftsmodelle, die sich in einem Graubereich bewegen – und auch solche, die ganz einfach illegal sind (zum Beispiel Kryptowährungen, die es gar nicht gibt, gegen Vorkasse zum Kauf anzubieten). Niemand kann vorhersehen, wie der Gesetzgeber das Agieren in sozialen Medien zukünftig regulieren wird. Es ist also dringend anzuraten, sich von diesen pseudonymisierten Influencern deutlich abzugrenzen und sich online an die gleichen rechtlichen Standards zu halten wie offline. Das mag banal klingen, aber hier sehe ich die große Herausforderung vor dem Konkurrenzdruck, der durch (F)influencer entstehen kann.

Jede Generation 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 siehst du Handlungsbedarf?

Hier würde ich als These zwei Tendenzen benennen, die aktuell beispielhaft sind: Zum einen die Furcht vor Kontrollverlust und zum anderen die Motivation zur Optimierung. Beides Punkte, die man zur Kenntnis nehmen sollte, ohne sie moralisch wertend infrage zu stellen. Das äußert sich darin, so viele Bereiche des eigenen Lebens wie möglich über Informationen und Zahlen zu erfassen, daraus Rückschlüsse zu ziehen und – soweit es geht – fortlaufend zu optimieren: Das reicht von der täglichen App-gestützten Kontrolle des ETF-Depots über das Sammeln von Cashback-Punkten beim Konsum (vom Lebensmitteleinkauf bis zur Reisebuchung), bis hin zur Vereinbarung von Arztterminen über Terminbuchungs-Portale (die man auch schnell und einfach wieder stornieren kann, ohne während der Arbeitszeit dort anrufen zu müssen).

Solche Menschen sind einerseits vertrieblich schwer zu erreichen, weil sie sehr hybrid sind und so viel wie möglich selbst in die Hand nehmen möchten. Das bedeutet, dass sie die Zeit- und Geldersparnis, die sie an der einen Stelle realisieren, mit ihren Opportunitätskosten verrechnen, die sie aufwenden müssen, um sich möglichst viele Informationen selbst zu beschaffen – auch bei Finanz- und Versicherungsthemen.

Andererseits sind diese Menschen sehr offen dafür, sich die Kosten und den Wert einer Leistung aufzeigen zu lassen. Außerdem sind sie häufig bereit, dafür zu zahlen: sei es für Ernährungsberatung oder Fitness-Coaching. Hier sehe ich das Potenzial für Berater, die sie bei der Arbeitskraftsicherung mit Risikovorfragen unterstützen. Alternativ müssten sie sich selbst um die Antragstellung bemühen – mit dem Risiko, abgelehnt oder mit einem Risikozuschlag oder Leistungsausschluss belegt zu werden, was sie wiederum als vermeidbare Kosten empfinden.

Dies erklärt im Übrigen teilweise auch den Erfolg von Geschäftsmodellen wie Netflix oder anderen Streaming-Diensten. Obwohl sie ohnehin Rundfunkgebühren bezahlen müssen, sind sie zu Mehrausgaben bereit, weil sie kontrollieren möchten, was sie wann in welchem Umfang konsumieren können. Die Mehrkosten sind für sie vertretbar und akzeptabel. Denn die Alternative wäre, ihre zeitliche Planung an den Ausstrahlungen im linearen Fernsehen auszurichten, was wiederum an anderer Stelle für sie Aufwand und Kosten bedeutet.

In den Kompositsparten – mit Ausnahme der Rechtsschutzversicherung – haben das die Versicherer durchaus erkannt und sind dort auf dem richtigen Weg. In der LV-Sparte ist das aus vielerlei Gründen noch sehr zäh. Nehmen wir das Beispiel der BU. Der Versicherungsschutz ist sehr umfangreich und leistungsstark, aber der Versicherungsfall ist sehr erklärungsbedürftig: „Berufsunfähig ist, wer seinen zuletzt ausgeübten Beruf, wie er ohne gesundheitliche Beeinträchtigung ausgestaltet war, voraussichtlich für mindestens sechs Monate nicht zu mehr als 50 Prozent ausüben kann und keine andere Tätigkeit ausübt, die die vorherige Lebensstellung erreicht“. Bei der Grundfähigkeitsversicherung ist es noch sperriger, zumal dann noch eine zweistellige Zahl von

Grundfähigkeiten aufgezählt und beschrieben wird. Dieses Verständlichkeits-Defizit lässt aber wiederum Raum für eine anbieterunabhängige Beratung gegen Honorar, die allerdings auch bei der Leistungsbeantragung abrufbar sein sollte. Wer schon beim Verständnis des Versicherungsfalls überfordert ist, benötigt vor allem dann Beratungsunterstützung, wenn man die Leistung erhalten möchte.

Ein Argument für „hohe“ Courtagen lautet: Die Vermittlerschaft in der Masse benötigt die hohen Abschlusscourtagen, da sie im Schnitt im Verhältnis zum Aufwand und der Haftung wenig verdienen. Provokant gefragt: Wenn mein Einkommen nur an den Erfolg der Vermittlung geknüpft ist, beziehungsweise ich nur Geld erhalte, wenn ich vermittele und ich nicht für die Stunde Arbeit, in der ich Mehrwerte schaffe, vergütet werde, ist das Bezahlungssystem dann überhaupt das richtige?

Ich würde die Fragestellung erweitern: Es gibt Vergleichsportale und große Finanzvertriebe, die mit den Versicherern höhere Provisionssätze aushandeln als kleine und mittlere Vermittlerunternehmen. Und es gibt bei den Versicherern ebenfalls größere Unternehmen, die bei LV-Produkten ein größeres Rohüberschussvolumen haben als mittlere und kleinere Unternehmen.

Wenn ein kleiner oder mittelgroßer Vermittler Kunden umfänglich berät, dieser dann aber den Vertrag bei einem Vergleichsportal abschließt (möglicherweise, weil er dann den einen oder anderen Einkaufsgutschein oder andere Rabatte bekommt) und das Vergleichsportal dafür vergütet wird, ist dieses Vergütungssystem das richtige?

Oder wenn der Kunde einen Lebensversicherungsvertrag abschließt und das Unternehmen bestimmten Großvertrieben einen höheren Provisionssatz bezahlt, der zu Lasten aller Kunden geht (weil der Provisionsanteil, der über die einkalkulierten Vertriebskosten hinausgeht, aus dem Rohüberschuss des Unternehmens bedient wird), ist dieses Vergütungssystem dann das richtige?

Beides beantworte ich mit Nein.

☞ *Die entscheidende Voraussetzung ist Spezialisierung*

Der Megatrend Nachhaltigkeit ist nun auch in unserer Branche angekommen. Welche Synergien siehst du zwischen den Themen Nachhaltigkeit in allen Dimensionen (ESG) und der professionellen Honorarberatung?

Das Provisionssystem der Upfront-Provisionen – wie vor allem in der LV-Sparte – begünstigt große Unternehmen gegenüber kleinen und mittleren Unternehmen. Letztere mögen für sich selbst bewerten, ob das ihrem Nachhaltigkeitsverständnis entspricht. Ähnlich schwierig bewerte ich das Nachhaltigkeits-Thema, wenn es um ESG geht. Viele Unternehmen haben während des Pride-Monats ihre Logos in Regenbogenfarben dargestellt – in Amerika und Europa (nur außerhalb von Ungarn und Russland), aber nicht in den Ländern des Nahen Ostens (gegebenenfalls mit Ausnahme von Israel). Das ist für mich ein deutlicher Hinweis darauf, wie die ESG-Themen jenseits von Umwelt- und Naturschutz (also dem „E“) – nämlich Meinungs- und Pressefreiheit, Rechtsstaatlichkeit, LGBT-Rechte, etc. – nicht nur durch ein verbales „Haltung zeigen“, sondern durch konkretes Handeln platziert werden: wenig bis gar nicht.

Das bedeutet für mich aber durchaus, dass ich hier große Synergien zwischen den Nachhaltigkeits-Themen und der professionellen Honorarberatung sehe. Sind die Zielgruppe der Beratung solche Verbraucher, die eine ESG-orientierte Kapitalanlage als „Ablasshandel“ nutzen und sich damit begnügen, in einen ETF anzulegen, der mit einem Zusatz wie „ESG Screened“ oder „Low Carbon Select 5 % Issuer Capped“ versehen ist? Oder sind solche Verbraucher die Zielgruppe, die bereit sind, sich tiefergehend dazu beraten zu lassen und entsprechend der Komplexität auch dafür zu bezahlen? Bei beiden Gruppen sehe ich große Beratungsbedarfe und bei der letzteren auch die größten Potenziale für die erfolgsunabhängige Beratung gegen Honorar.

Welche persönlichen, unternehmerischen und fachlichen Voraussetzungen sollte ein Vermittler haben, um eine Honorarberatung anbieten zu dürfen?

Die für mich entscheidende Voraussetzung ist Spezialisierung. Das bedeutet: Spezialisten, die sich auf eine Sparte oder einen Zweig festgelegt haben und ihre Expertenkenntnisse gegenüber den Mitbewerbern hervorheben können, dürften die besten Potenziale haben. Wer zum Beispiel im Bereich der Arbeitskraftsicherung umfängliche Kenntnisse der Marktlage, der Rechtsprechung und der Bedarfsermittlung in Verbindung mit steuer- und sozialrechtlichen Grundlagen sowie eine effektive Risikovorabfrage durchführen kann, ist gegenüber dem Großteil der Vermittlerschaft im Vorteil.

Über den Interviewpartner

Constantin Papaspyratos ist Chefökonom und Leiter der Abteilung „Strategische Planung und interne Beratung“ beim gemeinnützigen Bund der Versicherten (BdV). Nach seinem Ökonomie-Studium und Tätigkeiten im parlamentarischen Bereich, hat er 2016 beim BdV angefangen. Neben kapitalbildenden Versicherungen liegen seine Schwerpunkte auf privaten

Personenversicherungen (v.a. Krankheitskosten-, Pflege- und Arbeitskraftabsicherung). Wenn Constantin Papaspyratos nicht gerade reist und Israel, Nordamerika oder Südostasien entdeckt, trifft man ihn auf Hardcore- und Punkrock-Konzerten.

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](#)