

# In der Grauzone

Neue Formen des Angriffs auf den Kunden mittels irreführender Nutzung des Begriffs Honorarberatung sind eine Herausforderung für alle Finanzdienstleister! Ein Lehr-Beispiel.

Honorarberater werden ist nicht schwer – es zu bleiben aber sehr. In den letzten acht Jahren haben sich hunderte Beratungsunternehmen für den Weg der honorarbasierenden Finanzberatung entschieden. Viele sind gescheitert. Diesen Unternehmen war eines gemein: Fehlender Unternehmergeist, nicht vorhandenes Geschäftskonzept und billiger Produktverkauf gegen Honorar. Auffallend ist, dass etwa 90% dieser Unternehmen aus dem Versicherungssegment kommen. Die weiteren sind Discounter mit angeschlossener Beratungscrew oder sonstige Gelegenheitsberater.

Sie definieren sich über den Preis und fast ausnahmslos über Produkte. Die Schlagworte lauten: „Sie erhalten sehr preisgünstige Produkte“ oder „Sie bezahlen keine Provisionen für unsere Nettoprodukte“ und „100% Rabatt auf den Ausgabeschlag“.

Gleichzeitig sollen aber hier etwaige Ersparnisse für das Honorar verwendet werden, wie es beispielsweise auch von selbsternannten „Verrechnern“ propagiert wird.

„Verrechner“ werben parallel mit den Themen Provision und Honorar. Gewinnmaximierung für den Vermittler und den Honorar-Verrechner stehen bei diesem Modell im Mittelpunkt. Die Politik dieser Anbieter vermittelt den Eindruck: „vorne billig – hinten teuer“; nur merken soll es keiner. Wenn das Honorar mangels Beratungsmehrwert und fehlenden kaufmännischen

Grundlagen nicht in Rechnung gestellt werden kann, beruhigt man, so scheint es, sein Gewissen und legitimiert das Honorar mittels eines Inkassoanbieters, der das Honorar „sicher auf das Konto bringt“. Je mehr Honorare abgerechnet werden können, desto mehr Einnahmen für den Inkasso-Betreiber und dessen Treuhänder. Letztere sind in Personalunion des öfteren auch im Aufsichtsrat derartiger Geschäftsmodelle anzutreffen.

Derartige Geschäftsbesorgungskrücken für Dritte haben mit dem Anspruch der Honorar-Beratung sicher nichts gemein. Wer

baut schon ein Geschäft auf, dessen Gelingen auf dem Einsatz von Inkassoleistungen basiert? Folglich ein Konzept für schwache Vermittler, die nicht in der Lage sind, eine echte Beratungskompetenz aufzubauen und beim Kunden umzusetzen.

### ■ Image-Diebe

Generell gilt natürlich: Es gibt DEN Honorarberater nicht. Die Begrifflichkeit ist eine eingebürgerte Bezeichnung für eine Finanzdienstleistung gegen Honorar. Den-

### Profitmaximierung statt echter Honorartarife

	Courtagetarif	Honorartarif	Vor-/Nachteil	%-Anteil Honorar
Eingezahlte Beiträge	54.000	54.000	-	-
Ablaufleistung inklusive Überschuss	88.849,48	100.966,58	+12.117,10 Euro zukünftiger Wert	-
angebliches Honorar (30% der Mehrleistung)	-	3.635,13	- 3.635,13 Euro	30% heutiger Wert
tatsächliches Honorar (30% der Mehrleistung nach Inflation) (Stat. Bundesamt)	-	-	- 9.265,53 Euro	ca. 76%
			- 11.790,17 Euro	ca. 97%
			- 15.710,82 Euro	ca. 130%
Effektive Rendite nach Honorar	3,14%	3,30%*	+ 0,16%	

\* ein echter Honorartarif des Verbundes Deutscher Honorarberater weist hier beispielsweise 4,5% p.a. Rendite auf/nach Honorar 4,39%  
Quelle: Anbieter-Vorschlag DVVF AG „Ihr Partner für Honorarmodelle“

sergio limo - fotolia

noch gibt es Attribute, die auf seriöse Honorarberater zutreffen und solche, die „Image-Diebe“ kennzeichnen.

Echte Honorarberater erbringen ihre Leistung mittels der Grundsätze der Honorarberatung in Deutschland. Ihre Dienstleistung ist neutral und unabhängig von Produktlösungen und lehnt jegliche Vergütung durch Dritte ab. Zudem wird eine dauerhafte und nachhaltige Betreuung gewährleistet. Darüber hinaus basiert die Arbeit auf den Grundlagen ordnungsgemäßer Finanzplanung. Bei unter dem Deckmantel der Honorarberatung segelnden „Image-Dieben“ ist eines stets erkennbar: Die Vergütung hebt auf die Vermittlung von Produkten ab. Wenn das Produkt aber über die Höhe der Vergütung entscheidet, auch wenn es sich dabei um ein Honorar handelt, ist eine glaubwürdige und neutrale Beratungsleistung nicht garantiert.

### Beispiel:

#### Profitmaximierung statt Honorar

Aus den Unterlagen eines Anbieters ist das nebenstehende Beispiel für die Honorarberechnung ersichtlich. Es entspricht nach menschlichem Ermessen nicht der Begrifflichkeit von ehrlicher Honorarberatung, die ein Kunde nach dem heute publizierten Informationsstand des Marktes erwartet.

Der Kunde investiert hier in eine kapitalbildende Rentenversicherung 150,00 Euro monatlich über 30 Jahre. Gegenübergestellt werden hier die jeweiligen garantierten Leistungen sowie Ablaufleistungen der Alten Leipziger Lebensversicherung im Courtagetarif und dem so genannten Honorartarif. Auf einer vorliegenden Seite dieser Anbietervorlage wird dem Vermittler empfohlen, mit dem Kunden ein Honorar in Höhe von 30% der Differenz des Mehrertrages zwischen Courtagetarif und Honorartarif zu vereinbaren.

Dieser Mehrertrag würde bei der Ablaufleistung inkl. Überschussanteile einen nicht garantierten Wert in Höhe von 12.117,10 Euro betragen – davon 30%, sind 3.635,13 Euro Honorar. Werfen wir dazu einen Blick auf die wirtschaftliche Bilanz dieser Art von Produktvermittlung auf Honorarbasis (siehe Tabelle, weißes Feld).

Was ist hier geschehen? Die Empfehlung des Anbieters lautet, eine Kapitallebensversicherung abzuschließen. An dieser Stelle würde ein kompetenter Berater, gleich ob Provisionsberater oder Honorarberater, die Frage stellen, ob eine nicht garantierte Ren-

dite von 3,30% nach Kosten und Honorar die richtige Strategie für 30 Jahre Vorsorgeaufwendungen ist.

Dazu muss der Fragesteller natürlich in der Lage sein, einfache mathematische Aufgaben zu lösen. In den Vordergrund werden in diesem Beispiel die vermeintlichen, zukünftigen Vorteile von 12.117,10 Euro (Barwert heute bei 4% Inflation 3.735,99 Euro) gestellt.

Nicht aufgezeigt wird, dass der Abschluss je nach Inflation zwischen 9.200 Euro und fast 16.000 Euro kostet. Das Geschäftsmodell scheint hier also auch auf den zweiten Blick in der Maximierung der Beratererlöse zu liegen.

### ■ Etikettenschwindel

Die Nutzung des Begriffs Honorarberatung erscheint in diesem mathematischen Umfeld zweifelhaft. Der mit hoher Kompetenz ausgestattete Aufsichtsrat wie auch der wissenschaftliche Beirat dieses Anbieters müssen sich fragen lassen, ob sie mit derartigen Papieren nicht ihre Reputation gefährden.

Bei einem provisionsgebundenen Makler wüsste der Kunde, spätestens nach dem 01.07.2008 mit Inkrafttreten der Informationspflichtenverordnung, dass Beratung einen Preis hat. Die reine Produktberatung bzw. den standardisierten Produktverkauf erhält der Kunde überall – dazu benötigt er keine Honorarvereinbarung, die ihm etwaige Vorteile aus Honorarprodukten sogar zerstört.

Ein Honorarberater lässt sich ausschließlich Zeit und Know-how vergüten.

Die Betreuungsleistung steht im Mittelpunkt der dauerhaften Finanzbegleitung. Die einmalige produktabhängige Vergütung, sprich der unter dem Deckmantel der Honorarberatung stattfindende Verkauf von Versicherungen, ist wohl nur sehr selten eine neutrale und ehrliche Beratung!

Das Interesse des Vermittlers bei diesem und anderen Modellen liegt mit hoher Wahrscheinlichkeit darin, ein Produkt zu verkaufen. Neu ist also nur die Vergütungsgestaltung. Mit einem daran angehängten Factoring wird der Kunde in die Ecke gestellt.

Sind die ersten Fälle, bei denen der Kunde hier Widerstand leistet, im Markt, ist neues Potenzial für Misstrauen gegenüber jeglicher Couleur von Finanzberatern gegeben. VVR, VVG, MiFID und Co. wurden doch eingeführt, um auf dieser Ebene ein neues Klima zu schaffen oder befindet sich der Autor mit dieser Annahme im Irrtum?.

Informieren  
Investieren  
Verdienen

# FONDS Katalog 2009

ab November 2008  
im Handel

