

Was Markt-„Experten“ über Honorarberatung alles (nicht) wissen!

Das „Für und Wider“ zur Honorarberatung beschäftigt den Finanzmarkt. Nahezu jeder Marktteilnehmer hat dazu seine Meinung. Diese Meinungen fließen in den Markt, in die Politik und in die Medien. Verwunderlich ist, dass es plötzlich so viele Experten zu diesem Thema gibt. In der Praxis gibt es nur etwas mehr als eintausend Berater, die sich täglich ihren Lebensunterhalt ohne Provisionen und nur vom Mandanten bezahlt, verdienen. Es gibt zudem nur einen einzigen großen Dienstleister, der sich seit fast zehn Jahren ausnahmslos für die Interessen der Honorarberater einsetzt. Aber: Diese, in der Praxis erprobten echten Honorarberater und Dienstleister werden in der gesamten Diskussion übergangen. Niemand fragt bei diesen Beratungsprofis nach, wie das Geschäftsmodell Honorarberatung funktioniert. Die konkreten Erfahrungen im täglichen Umgang mit dem Verbraucher vor Ort sind nicht von Interesse.



Woher nehmen die Verbandsfunktionäre der 250.000 provisionsabhängigen Vertreter, Makler und Drückerkolonnen ihre Erfahrungswerte? Sie haben doch noch nie einen Mandanten gegen Honorar beraten. Es sind also null Kenntnisse darüber vorhanden, was der völlige Verzicht auf Vergütungen von Dritten für den Beratungsprozess bedeutet. Gesellschaften, die niemals auch nur den Versuch unternahmen, provisionsfreie echte Honorartarife zu konzipieren, schwätzen über das Thema aber hätten sie alle Erfahrung der Welt. Andere behaupten immer wieder, es gäbe ohnehin kaum Honorartarife im Markt. Auf Nachfrage wird dann gestanden, daß man es eigentlich garnicht so genau wisse. Und über die Gestaltung eines Honorartarifs weiß man dann auch nichts, rein garnichts.

Besonders abenteuerlich: Die Aussagen zur Vergütung von Honorarberatern. Eine Sammlung der Aussagen führender Marktteilnehmer zu diesem Aspekt dokumentiert: Hier wird einfach drauflos geredet. Hauptsache es ist negativ.

Die Provisionsindustrie verbreitet ihr angebliches Know-how zur Honorarberatung in den Medien und bei der Politik beharrlich und unbeirrt täglich weiter. Dieses „Know-how“ mündet in die immer wieder gleichen Argumente:

1. Kunden sind nicht bereit, Honorare zu akzeptieren
2. Honorare kann sich nicht jeder leisten
3. Es gibt zu wenig Produkte für Honorarberatung

Hat sich jemand dieser Damen und Herren schon einmal gefragt, ob der Beratung suchende Verbraucher in Deutschland wirklich nur ausschließlich daran interessiert ist, ein Produkt zu kaufen? Und wenn, ob diese Verbraucher tatsächlich bereit sind, in intransparente Lösungen zu investieren, die tausende von Euros an Provisionen gut zu tarnen verstehen? Ob wirklich alle Bürger aus freien Stücken auf erhebliche Renditen ihrer Altersvorsorge verzichten? Betrachten wir die Fakten!

■ Versicherungsverträge & Provision

Die Bundesbürger haben sich in knapp 440 Millionen Versicherungsverträgen gegen die Wechselfälle des Lebens abgesichert. Auf jeden Einwohner – vom Baby bis zum Greis – entfallen somit etwa sechs Policen. Die gesamten Beitragseinnahmen der 468 GDV-Mitgliedsunternehmen – sie repräsentieren über 95 Prozent des Marktes – liegen derzeit bei etwa 165 Milliarden Euro. Dem steht eine Summe von 131 Milliarden Euro

gegenüber, die von den Versicherern an die Kunden direkt ausgezahlt bzw. für entstandene Schäden aufgewendet werden. Die gesamten Beitragseinnahmen der Versicherer in Relation zum deutschen Bruttoinlandsprodukt machen 6,7 Prozent aus. Legt man die Prämien auf die Zahl der Einwohner um, entfallen auf jeden Einzelnen rund 2000 Euro. Betrachtet man nur die Aufwendungen für den privaten Risikoschutz (ohne Gewerbe und Industrie), so lässt sich jeder Einwohner seinen Risikoschutz durch Versicherungen 1780 Euro kosten, bringt jeder Privathaushalt 3680 Euro für den Versicherungsschutz auf. Prozentual betrachtet bedeutet dies etwa 7% des verfügbaren Haushaltseinkommens.

„Jeder Verbraucher, der Versicherungen oder Kapitalanlagen besitzt, kann sich auch Honorare leisten! Er bezahlt heute bereits deutlich mehr an Provisionen in Form von erhöhten Beiträgen oder Ausgabeaufschlägen und Verwaltungskosten.“

In diesem Heft finden Sie zum Beispiel auf Seite 36 und Seite 52 Beiträge, die dokumentieren, wie gravierend sich durch den völligen Verzicht auf Provisionen die Leistungen des Versicherungsvertrages verändern. Qualität und Rendite der Altersvorsorge werden auf ganz neue Füße gestellt. Berechnungen des Verbunds Deutscher Honorarberater (VDH) für die „GDV-Musterfamilie“ haben gezeigt, dass der Aufwand eines Durchschnittshaushaltes von 7% auf etwa 4-5% gesenkt werden kann.

■ **Das Potenzial der „GDV-Musterfamilie“**

Wie viel (Honorar-)Beratung kann sich die „GDV-Musterfamilie“ leisten? Diese Frage ist selbst für Honorarberatungsgegner eine einfache zu lösende Rechenaufgabe.

- a) Der deutsche Haushalt gibt 7% seines frei verfügbaren Einkommens für Versicherungsverträge aus.
- b) Mit dem völligen Verzicht auf Provisionen können hier durchschnittlich 2% in Honorar-Beratung investiert werden.
- c) Betrachtet man nur den Versicherungsbereich, kommt man relativ einfach auf die möglichen Beratungsstunden, die ohne Mehraufwand für den Mandanten finanzierbar sind. 30.000 Euro Familieneinkommen bedeuten 600,00 Euro pro Jahr an bezahlbarem Honorar, 40.000 Euro bedeuten 800 Euro, 60.000 Euro bedeuten 1.200 Euro. Dieser Honorarwert wird jeweils dividiert durch den Stundensatz des Beraters. Bei zum Beispiel 150,00

Euro Stundensatz kann der 60.000 Euro-Haushalt sich 8 Beratungsstunden pro Jahr leisten.

Und nun: Hand aufs Herz! Welcher Makler kann es sich leisten, jeden seiner Mandanten 8 Stunden jährlich zu beraten? Und welcher Makler tut dies tatsächlich? Dank Honorarberatung kann er dies und verdient das, was er wirklich verdient, nämlich mehr. Der Verbraucher profitiert von einer konkret besseren, wirklich unabhängigen und zudem nachhaltigeren Betreuungsleistung. Dank dem Einsatz von Honorar-Tarifen, sofern überhaupt ein Produkt ins Spiel kommt, ist der Verbraucher gegenüber allen anderen Versicherungs-Angeboten des Marktes weit im Vorteil.

Unter volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten ist hier die Honorarberatung nahezu als eine „Pflichtveranstaltung“ zu betrachten.

■ **Gegen-Argumente ohne Substanz**

Jetzt kommt ein beliebtes Gegen-Argument ins Spiel: Was ist mit den Versicherungsnehmern, die nur eine Privathaftpflicht abschließen möchten? Sind diese Mandanten bereit, eine Stunde Beratung zu 150,00 Euro zu bezahlen, wenn der Beitrag für dieses Produkt gerade mal 60 oder 70 Euro pro Jahr beträgt? Hier ist diese Gegenfrage erlaubt: „Kann sich ein Makler eine Stunde Beratung leisten, wenn er z.B. 20% Courtage aus 60 Euro, also 12 Euro Courtage pro Jahr erhält? Nein! Und was ist, wenn dieser Verbraucher auch noch einen Schaden meldet? Dieses Beispiel zeigt, wie betriebswirtschaftlich unsinnig die Vergütung auf Provisionsbasis, sowohl für Verbraucher, als auch für den Berater, schon immer war und weiterhin ist. Diese Art von Geschäftsmodell führt dazu, dass der Vermittler zur PHV fast immer weitere Verträge, auch unsinnige Verträge, platzieren muss. Wie der Einzelhändler, der fragt: Darf`s noch etwas mehr sein? Die Zahlen des GDV belegen diese, zumindest für Vermittler und Verbraucher, unsinnige Vertriebspolitik.

„Folgen einer Absatzpolitik auf Teufel komm raus: Auf jeden Einwohner – vom Baby bis zum Greis – entfallen in Deutschland etwa sechs Policen.“

Der Verband Deutscher Versicherungsmakler spricht von einer „Ausgleichsfunktion“ der Courtagen. Produkte, wie z.B. Lebensversicherungen, für die überproportional hohe Provisionen bezahlt werden, gleichen die Beratungskosten für gering vergütete

Produktkategorien aus. Also diese Logik: Fiat baut den 500er für die „kleinen Leute“ (Haftpflchtkunde), und zahlt hier drauf. Ferrari, ebenfalls Fiat-Konzern gleicht diese Verluste durch den Ferrari-F50 (Lebensversicherungskunde), wieder aus. Bereits ein Blick auf die Durchschnittseinkommen im Vermittlermarkt genügt, um die Absurdität der Argumentation mit der „Ausgleichsfunktion“ zu erkennen.

Es ist wohl kaum vorstellbar, dass ein Verbraucher ein Leben lang nur eine Privathaftpflicht besitzt, sondern vielmehr gerade in den Bereichen Risiko- und Altersvorsorge investiert. Spätestens dann profitiert dieser Verbraucher ganz außerordentlich von einer transparenten und fairen Beratung (siehe Beispiele in diesem Magazin). Verbraucher verstehen durchaus, dass Leistung ihren Preis hat.

■ **Die andere „Ausgleichsfunktion“**

Lässt sich ein Kunde im Bereich der Altersvorsorge beraten und schließt einen Vertrag in Höhe von 100 Euro monatlich für 30 Jahre ab, zahlt er ca. 2000 Euro an Provisionen. Beim Honorarberater zahlt der Versicherungsnehmer nur den Aufwand – z.B. 150 Euro die Stunde. Warum soll die vom Verband der Versicherungsmakler ins Feld geführte „Ausgleichsfunktion der Courtage“ auf Kosten des Beraters oder des Mandanten gehen? Eine Stunde Beratung für eine PHV zählt wie eine Stunde Beratung für eine Altersvorsorge. Mandanten, die hohe Aufwände verursachen, zahlen mehr, weniger beratungsintensive Kunden weniger. Wer eine PHV mit Fachwissen berät und dann im Markt die Angebote selektiert kann durchaus lange damit befasst sein.

„Grundsätzlich geht es bei der Honorarberatung nicht um Produkte! Die Beratung erfolgt ergebnisoffen und nicht produktorientiert. Sollte eine Lösung erforderlich werden, verfolgt der Honorarberater das Ziel das kostengünstigste und beste Produkt zu empfehlen.“

Und diese Beratung hat entscheidende Bedeutung für den Ernstfall und eventuelle Berater-Haftung. Ist dieses Wissen weniger wert als ein Wissen in der Sparte Personenversicherungen? Erst „versaut“ man sich den Markt und dann werden über die Höhe der Provision die Kunden bestraft, die eine sinnvolle Alterssicherung in entsprechender Höhe abschließen. Je höher Du abschließt, desto mehr verdiene ich. Was hat das mit Beratung zu tun? Das ist die Kompensation eines „von der Hand in den Mund“-Geschäftsmodells.

■ Wertpapiere & Provision

Auch bei Wertpapieren zeigt sich, welche verbraucherunfreundlichen Auswirkungen das Provisionssystem hat. Die Vergütungen erfolgen durch den Ausgabeaufschlag, der meist vollständig an den Vertrieb geht, sowie einen Anteil, meist mehr als 50%, aus den Verwaltungsvergütungen des Fonds. Dies führt dazu, dass provisionsfreie und wirklich verbraucherfreundliche Produkte, wie beispielsweise ETF, von Provisionsvertretern fast nie empfohlen werden.

Gemäß einer Studie des Hamburger Analysehauses CapQM sind in Deutschland die Kosten bei Wertpapierdepots sehr hoch. Die Umschlagshäufigkeit von Investmentfonds beträgt durchschnittlich, je nach Anlageform (Geldmarktfonds, Rentenfonds, Aktienfonds) zwischen 40 und 60% p.a.

Beispiel: Nehmen wir die Umschlagshäufigkeit eines Fondsdepots von nur 40% p.a. an. Den Ausgabeaufschlag veranschlagen wir mit durchschnittlich 3%, die Verwaltungskosten mit 1,2% p.a. – also sehr günstige Annahmen.

Bei einer Depotgröße von nur 30 Tausend Euro fallen bei der Erstberatung etwa 900 Euro Provision aus dem Ausgabeaufschlag, sowie jährlich (ohne Wertsteigerung) 180 Euro Bestandspflegeprovision aus den Verwaltungskosten an. Gesamt also 1080 Euro im ersten Jahr. Durch den Verzicht auf den Ausgabeaufschlag (Provision) kann ein Honorarberater hierfür bei 150 Euro Stundensatz 7 Stunden Beratungsleistung erbringen. Für die Erstberatung stehen also ohne Mehrkosten 7 Stunden Beratung auf Honorarbasis zur Verfügung.

„Die Angebote von 30 Versicherungsgesellschaften stehen über den Verbund Deutscher Honorarberater zur Verfügung. Vorwiegend alle wichtigen Maklerversicherer, die beste Ratings und Kennzahlen aufweisen.“

Auch in den Folgejahren profitieren Verbraucher von diesem Honorarmodell. Aufgrund der hohen Umschlagshäufigkeit von durch Provisionsvermittlern verkauften Wertpapierdepots entstehen dem Verbraucher hohe Kosten. Bei den bereits genannten 40% bedeutet dies etwa in unserem Beispiel ca. 360 Euro jährlich an Ausgabeaufschlägen (3% Ausgabeaufschlag aus 12.000 Euro / Umschichtung von 40% des Depotwertes p.a.). Hinzu kommen ca. 180 Euro Bestandsprovisionen. Für 540 Euro kann ein Honorarberater mit 150 Euro Stundensatz 3,5 Stunden beraten. Je höher das

Depotvolumen, desto mehr an Beratung ist möglich. Wichtig ist hierbei, dass niemand in der Wertschöpfungskette Anteile an Provisionen einbehält, wie dies beim Nettoprinzip®, Seite 52, sichergestellt wird.

■ Nicht jeder Verbraucher kann sich Honorare leisten?

Eine Familie mit 30.000 Euro verfügbarem Haushaltseinkommen kann sich alleine im Versicherungssegment jährlich mindestens 4 Stunden Beratung leisten. Besitzt diese Familie Investmentfonds, wie in unserem Beispiel in Höhe von 30.000 Euro, kommen nochmals etwa 3,5 Stunden Beratung hinzu. Ohne einen Cent Mehraufwand ist diese Familie in der Lage mindestens 7,5 Stunden Beratung pro Jahr zu finanzieren.

Jeder Verbraucher, der Versicherungen oder Kapitalanlagen besitzt, kann sich auch Honorare leisten! Er bezahlt heute bereits deutlich mehr an Provisionen in Form von erhöhten Beiträgen oder Ausgabeaufschlägen und Verwaltungskosten.

Stellt sich die Frage, warum sich die Behauptung „Verbraucher akzeptieren keine Honorare“ in der Diskussion wie fest zementiert hält. Diese Frage ist mit der Unwissenheit der Verbraucher und leider auch mit mangelndem Wissen der Honorargegner zu erklären. Mit zunehmender Aufklärung und der Darstellung der Vorteile beim Verbraucher steigt die Akzeptanz. Auch viele Studienergebnisse sind völlig ungeeignet, die Akzeptanz beim Verbraucher festzustellen. Denn dazu müssten die Marktforscher dem Verbraucher auch erklären, was unter einer honorarbasierter Beratung zu verstehen ist. Praxisrelevante Ergebnisse liefern also nur die Erfahrungswerte von langjährig tätigen Honorarberatern, wie Sie fast ausschließlich im Verbund Deutscher Honorarberater anzutreffen sind.

■ Produkte?

Gibt es überhaupt ausreichend Möglichkeiten und Lösungen, sprich Produkte, um Honorarberatung umzusetzen? Auch diese Frage spiegelt die gezielte Fehlinformation des Marktes zum Modell der Honorarberatung. Grundsätzlich geht es bei der (Honorar)Beratung nicht um Produkte! Die Beratung erfolgt ergebnisoffen und nicht produktorientiert. Sollte eine Lösung erforderlich werden, dann verfolgt der Honorarberater das Ziel das kostengünstigste und beste Produkt zu empfehlen. Im Wertpapiersegment stehen hierzu über 20.000 Lösungen bereit. Der Verzicht auf den Ausgabeaufschlag stellt in 99,9% der Lösungen kein Problem dar. Auch die Erstattung der Kickbacks ist heute kein großes Problem mehr.

Beim Nettoprinzip® erfolgt diese sogar ohne Abzüge der Bank oder etwaiger Vertriebsstellen. Im Versicherungssegment gibt es zwischenzeitlich ebenfalls ausreichend Lösungen. Über 30 Versicherungsgesellschaften stehen über den Verbund Deutscher Honorarberater zur Verfügung. Vorwiegend alle wichtigen Maklerversicherer, die beste Ratings und Kennzahlen aufweisen. In der Sparte Personenversicherungen belegen diese Angebote bei den bekannten Softwarevergleichsanbietern ausnahmslos die ersten Plätze. Bei den klassischen Rentenversicherungen finden sich auf den Plätzen 1 bis 6 nur Honorartarife des VDH, gefolgt von Direktanbietern. Wozu braucht der Vertrieb 100 Versicherungsgesellschaften, wenn man schon mit 25-30 Anbietern die Konkurrenz weit hinter sich lassen kann? Das Produkt ist für den Honorarberater nur das Tüpfelchen auf dem i, allerdings mit dickem Punkt und Ausrufezeichen.

Zusammenfassung

1. Die so genannten Experten besitzen oft keine Expertise im Bereich der echten Honorarberatung. Sie vertreten entweder die Produkthanbieter-Lobby, welche mittels Provisionen ihren Produktabsatz steuert oder große Vertriebsorganisationen und Beteiligungsanbieter, die bestens vom Provisionsvertrieb leben. Deren Geschäftsmodell und Produktabsatz beruht im hohen Maße auf Vertriebsanreizen durch Provisionen.
2. Honorare kann sich jeder Verbraucher, der Versicherungen oder Kapitalanlagen hat oder benötigt leisten. Sie sind deutlich preiswerter und auch für den Berater wesentlich effizienter, als die intransparenten, in den Produkten einkalkulierten Provisionen.
3. Honorarberatung erweitert die Produktauswahl des Beraters deutlich. Sie schränkt sie nicht ein! Das gesamte Angebot des Marktes wird durch provisionsfreie Lösungen, sowie speziell für Honorarberater konzipierte Lösungen, erweitert. Wer Honorarberatung durch gezielte Fehlinformationen und grobe Unwissenheit diskreditiert, war und ist an verbraucherfreundlichen Beratungssystemen generell nicht interessiert.

Autor: Dieter Rauch