



# „Dürfte ich mir aus Sicht der Honorarberatung einen idealen Mitbewerber wünschen, ich würde die Provisionsvermittlung erfinden.“



Interview mit Dieter Rauch, Geschäftsführer der VDH GnbH  
Verbund Deutscher Honorarberater, über sein soeben im  
Finanzbuchverlag erschienenes Buch „Honorar statt Provision“

**Honorarberatung:** Sie haben ein Buch über Honorarberatung geschrieben, das der Verlag als Standardwerk der Honorarberatung ankündigt. Für wen ist das Buch geschrieben?

**Dieter Rauch:** Das ehrt mich und trifft den gewünschten Anspruch, aber über die Wirkung entscheiden natürlich der Markt und die Leser. Richtig ist allerdings dabei, dass das Buch seit Jahren erstmals den Versuch unternimmt, einen Gesamtüberblick zur Honorarberatung zu geben. Damit ist schon eine Aussage über Inhalt und Zielgruppe verbunden. Es geht mir mit dem Buch in erster Linie darum, Basisinformationen für jedermann zu vermitteln. Privatleute genauso wie beispielsweise Finanzvermittler, die eventuell umsteigen wollen und noch zögern. Und nicht zuletzt versuche ich für Politiker überzeugende Argumente zu liefern, damit diese Honorarberatung in Zukunft zumindest nicht mehr strukturell benachteiligen, sondern möglichst fördern.

**Honorarberatung:** Welche Inhalte findet der Leser in dem Buch?

**Dieter Rauch:** Der Stoff ist in fünf Kapitel eingeteilt. Ich beginne mit dem Status quo.

Dabei habe ich beispielsweise einige aktuellen Studienergebnisse kommentiert und kategorisiert – natürlich nicht wissenschaftlich, sondern argumentativ und situationsbedingt. Die Studien zur Honorarberatung sind fast sämtlich von der Provisionslobby in Auftrag gegeben und sollen nachweisen, dass Honorarberatung in Deutschland nicht gefragt ist. Der Trick dabei ist recht einfach durchschaubar: Wenn ich die Honorarberatung nicht vernünftig erkläre und Kunden im Glauben lasse, sie würden von ihrem Vermittler kostenlos beraten, dann ist die Zustimmung natürlich nicht sehr groß. Durch solche fragwürdigen „Studien“ sollen Umsteigewillige unter den Vermittlern beeinflusst werden.

Erklärt man jedoch schrittweise das Konzept der Honorarberatung und die versteckten Kosten, wie ich es im Buch ausführlich versucht habe, dann ist die Honorarberatung alternativlos, um ein aktuelles Modewort der Politik zu verwenden.

Der Leser findet ferner eine Reihe von Daten und Rechenbeispielen, die ich für das Buch einmal zusammen getragen habe. Ich selbst war ein wenig überrascht: Die geballten Argumente sind derart erdrückend, das kaum ein Leser dieses Buches auf Honorarberatung jemals wieder ver-

zichten wird. Ich habe dabei nicht nur den klassischen Bereich Kapitalanlage oder Altersvorsorge mit Beispielen unterfüttert, sondern auch andere Bereiche der Finanzberatung angesprochen.

**Honorarberatung:** Sie definieren Honorarberatung sehr genau und sprechen von der „reinen“ Lehre. Was verbirgt sich dahinter?

**Dieter Rauch:** Wichtig ist mir zunächst, dass es mir hierbei nicht um eine pseudo-religiöse Frage oder ein Gut gegen Böse geht. Ich setze mich seit fast 20 Jahren für die Honorarberatung ein und kenne eine Reihe von gescheiterten Geschäftsmodellen: Wer beispielsweise nur auf den Kostenaspekt bei seiner Argumentation setzt, wird scheitern – es gab Versuche im Internet, die Modelle der Preisagenturen zu kopieren: Du sagst mir, was Deine Finanzierung kostet, ich unterbiete und wir teilen die Ersparnis. Solche Modelle scheitern regelmäßig. Und zwar liegt das auch daran, dass Beratung eben mehr ist, als nur die kostengünstige Beschaffung von finanziellen Lösungen. Die „reine“ Lehre ist so verstanden ein umfassender Geschäftsprozess, den Honorarberater anbieten und der durchgängig und für alle Teilprozesse hohe



eigene Anforderungen an Qualität und Transparenz formuliert.

Honorarberater begleiten ihre Mandanten durch den Finanzdschungel und bieten ihm dafür ihr Wissen und Know-how an. Das ist eine sehr qualifizierte Dienstleistung. Daher sollten Honorarberater übrigens nicht nur über Kosten, sondern vor allem über die Qualität ihrer eigenen Leistung sprechen.

**Honorarberatung:** Ein Dorn im Auge sind Ihnen „Pseudo-Honorarberater“. Wen meinen Sie damit?

**Dieter Rauch:** Leider gibt es keine legale Definition der Honorarberatung oder verbindliche Regeln in allen Bereichen. Manchmal sorgt der Gesetzgeber sogar für Lücken, indem er beispielsweise Mischmodelle zulässt. In solchen Nischen tummeln sich dann, wie ich sie nenne, Pseudo-Honorarberater. Diese nutzen das positive Image der Honorarberatung als Trittbrett für den Verkauf von zu oft fragwürdigen Finanzkonstruktionen. Ich habe mich im Buch bemüht, einige dieser Praktiken – Stand heute – aufzuzeigen. Meine Erfahrung sagt mir, dass dieser Teil des Buches zuerst veraltet, denn nirgendwo ist die Kreativität so groß wie bei solchen abzockenden Geschäftsmodellen. Der Kunde bleibt dabei auf der Strecke. Daher lege ich großen Wert auf Abgrenzungsfragen und Definitionen. Echte Honorarberater setzen sich für Verbraucherschutz ein und leisten durch ihr Geschäftsmodell etwas dafür.

**Honorarberatung:** In einem Kapitel erklären Sie warum der VDH kein Verband ist. Was genau macht der VDH?

**Dieter Rauch:** Richtig. Der VDH Verbund Deutscher Honorarberater ist ein Service- und Solutionsprovider in der Rechtsform einer GmbH. Wir bieten selbst gar keine Finanzberatung an, sondern wir offerieren Honorarberatern die notwendige Infrastruktur für ihre Tätigkeit. Vor zehn Jahren begannen einige andere Träumer zusammen mit mir Finanzdienstleistungen neu zu denken: Wie könnte eine bessere Zukunft im Finanzsektor aussehen? Welche Leistungen benötigen Honorarberater, um sich am Markt durchzusetzen? Zum Glück haben wir früh erkannt, dass man eine ordentliche Kapitalbasis braucht und dem entspricht eine Kapitalgesellschaft eher als ein Verein. An dieser Fehleinschätzung sind nach meiner Beobachtung andere gut gemeinte Initiativen für die Honorarberatung gescheitert.

**Honorarberatung:** Der VDH sieht als Teil der Honorarberatung auch die Lösungsbe-

schaffung und grenzt sich damit von manchen Honorarberatern ab. Warum?

**Dieter Rauch:** Natürlich wollen wir niemandem sein Geschäftsmodell vorschreiben. Dem VDH sind Unternehmen und Berater mit völlig unterschiedlichen Geschäftsmodellen und Zielgruppen angeschlossen und willkommen. Die Frage, ob wir neben dem Rat noch Lösungen anbieten, beantworten unsere Partner in der Tat anders als andere Marktteilnehmer.

**Honorarberatung:** Was bedeutet das genau?

**Dieter Rauch:** Für uns ist die Beratungsleistung die Kernleistung. Das Beschaffen von geeigneten Lösungen ist die Nebenleistung. Übrigens gerade hier können viele erfahrene Honorarberater ihren Kunden einen echten Mehrwert und eine wichtige Dienstleistung bieten. Denn machen wir uns nichts vor: Es genügt nicht, einfach nur einen guten Rat zu erteilen. Der Mandant steht in vielen Fällen Hunderten von Produkten und Alternativen gegenüber. Aus meiner Sicht wollen sich hier einige Berater einen schlanken Fuß machen und Erlaubnispflichten und Auflagen umgehen. Das ist schade und nicht empfehlenswert: Wer auf die kostengünstige Lösungsbeschaffung für seinen Mandanten verzichtet, der betreut diesen letztlich nicht optimal und beschränkt seine eigene Wettbewerbsposition.

Ein Honorarberater, der seinem Mandanten zusätzlich eine Finanzlösung ohne Bestandsprovisionen bieten kann – und über den VDH kann er es in ganz vielen Fällen – hat eine noch einfachere Vorteilsgargumentation. Um ein Beispiel zu nennen: Partner des VDH sind nicht auf ETFs beschränkt, sondern sie können auch aktiv gemanagte Fonds zu attraktiven Konditionen und ohne Bestandsprovisionen anbieten.

**Honorarberatung:** Wie sieht es mit der Akzeptanz der Honorarberatung durch Produktanbieter aus?

**Dieter Rauch:** Aus meiner Erfahrung kann ich sagen: Heute bekomme ich bei vielen Anbietern Termine, die früher nur verschlossene Türen für mich hatten. Die Anbieter von Finanzprodukten sind heutzutage in einer Dilemma-Situation. Honorarberatung ist noch nicht flächendeckend vorhanden und damit ist der Absatz der Produkte aus Sicht eines Produktgebers schwieriger. Zudem haben viele Unternehmen eine gewachsene Vertriebsorientierung und diese Organisationen haben eine Hausmacht besonders im Versicherungssektor. Ein anderer Aspekt ist dieser: Als VDH kann und will

ich keinem Partner Absatzgarantien geben, wenn ich mit ihm eine spezielle VDH-Anlageklasse vereinbare. Darüber entscheiden einzig und allein der Bedarf und die Qualität der angebotenen Lösung. Das ist bei Vertriebsorganisationen ganz anders. Dort entscheidet der Vertriebschef global, welche Produkte für die Kunden seiner Vermittler flächendeckend geeignet sind.

**Wie schwierig ist es als Vermittler in die Honorarberatung umzusteigen? Finden sich dazu auch Hinweise in Ihrem Buch?**

Der Weg ist nicht einfach, denn man muss eine Reihe von alten Fragen neu beantworten und Gewohnheiten über Bord werfen. Ein erfolgreiches Gespräch mit dem Mandanten endet beispielsweise nicht mit dem Abschluss eines Vertrags oder einem Produktverkauf. Das ursprüngliche Verkaufsgespräch verändert sich also radikal. Zwei Honorarberater beschreiben in Gastbeiträgen für das Buch sehr gut, wie durch die neue Rolle des Beraters, der kein Verkäufer mehr ist und sein will, psychologische Hemmnisse entstehen. Aus unserer täglichen Praxis heraus kann ich sagen, dass sich die Umstellung lohnt und die Zufriedenheit mit der eigenen Tätigkeit dramatisch zunimmt. Auch ist das Geschäftsmodell eines Honorarberaters dauerhaft betriebswirtschaftlich vorteilhafter als das Leben von der Hand in den Mund.

**Honorarberatung:** Welche wirtschaftlichen Perspektiven sehen Sie für Honorarberater im Wettbewerb?

**Dieter Rauch:** Die Aussichten sind bestens. Die Landkarte mit Honorarberatern ist noch in vielen Gegenden sprichwörtlich ein weißer Fleck. Gleichzeitig steigt die Nachfrage ständig. Der VDH hat beispielsweise im Monat über 1.000 Anfragen von Interessenten, die wir an unsere Partner weiterleiten. Die Wettbewerbssituation mit Provisionsvermittlern ist komfortabel, da es aus Kundensicht kein einziges stichhaltiges Argument für die Vermittlung gegen Provision gibt. Dürfte ich mir als Honorarberater einen idealen Mitbewerber wünschen, ich würde die Provisionsvermittlung erfinden.

*Rauch, Dieter*

**Honorar statt Provision – Warum sich Vertrauen in Honorarberater auszahlt**

250 Seiten · 29,95 Euro  
Finanzbuchverlag · Oktober 2010  
ISBN 978-3-89879-606-4