

# Vergütung - alles reine Kopfsache?

Der Wert der Beratungsleistung misst sich nicht an der Art der Vergütung

Vor kurzem fand in Leipzig eine kleine Versammlung statt. Der zuständige Regionaldirektor einer großen deutschen Versicherung hatte die Spitzenkräfte seiner Ausschließlichkeitsorganisation zu einem Arbeitsfrühstück in ein sehr ordentliches Hotel im Stadtzentrum geladen. Mit dabei war ein junger Mann, Mitte 30, der sich ganz normal in den Kreis der Kollegen und Kolleginnen einreichte, ohne optisch oder durch sein Verhalten besonders aufzufallen. In der Nachbesprechung des Frühstücks kamen der Direktor und ich natürlich auch auf vertriebliche Messgrößen zu sprechen und damit auch auf Fragen des Einkommens.

**Direktor:** „Ich habe den jungen Mann damals als Azubi eingestellt. Inzwischen hat er eine Agentur mit drei Außendienstlern und zwei Innendienstkräften und macht nachhaltig rund 800.000 Euro Provisionseinnahme.“



**Direktor:** „Ja, regelmäßig. Und bevor ich 2018 in Rente gehe, heben wir ihn über die Million!“



**E**in Ausschließlichkeitsvertreter eines Versicherungskonzerns, der über ganz normale Produkte verfügt, die weder besonders günstig noch besonders innovativ sind und der im Osten der Republik solche Einnahmen regelmäßig erzielt, provoziert die Frage, ob Vergütung vielleicht Kopfsache ist?

Die Rahmenbedingungen, an denen die Branche so schwer zu tragen hat, gelten auch für den jungen Mann. Als AO'ler kann er zusätzlich noch nicht mal das neueste Wunderprodukt aus dem Hut ziehen oder auf billiger ausweichen. Er ist auch nicht der Sachwalter der Kundeninteressen geschweige denn unabhängig. Honorare und Servicegebühren lässt sein Konzern wie üblich nicht zu und Vergleichsrechner auf der Homepage können es in diesem Fall auch nicht sein. Aus meiner Sicht entscheidet sich die Höhe des eigenen Einkommens ganz maßgeblich durch die Antwort auf die Frage „was bin ich wert, was ist meine Dienstleistung wert?“ Der junge Mann hat diese Frage offensichtlich im Sinne von „meine Dienstleistung ist wertvoll und mein eigener Wert der Höhe nach unbegrenzt“ beantwortet. Anschließend hat er sich konsequent mit klaren unternehmerischen Konzepten ans Werk gemacht. Fleiß gehört eben überraschenderweise mit dazu. Sein Direktor sagt „er arbeitet wie ein Tier, rund um die Uhr, ich frage mich, wann der mal schläft.“

Haben Sie sich und /oder Ihrer Mannschaft die Frage nach dem Wert schon einmal ernsthaft gestellt? Und wenn ja, woher kamen die Antworten? Rational aus dem Kopf oder emotional aus dem Herzen? Ich will Sie hier nicht mit Psychoquatsche langweilen, doch vergessen Sie in diesem Zusammenhang Antworten aus dem Kopf. Wenn Sie Ihre Antwort nicht fühlen, ist sie nichts wert. Ihre persönlichen Glaubenssätze sind mächtiger als Ihre Lippenbekenntnisse. Was Sie über sich selbst denken, strahlen Sie aus und was Sie ausstrahlen, ziehen Sie an. Des Volkes spitze Zunge sagt in diesem Falle „jeder hat die Kunden, die er verdient.“ Die Klarheit in dieser Frage bringt Sie weiter als jedes neue Vergütungsmodell.

Wenn wir schon mal über Vergütung reden: ich bin ein entschiedener Fan und Verteidiger der diskontierten Abschlussprovision! Lassen Sie sich von den Theoretikern, die uns als unseriöse, provisionsgeile Kunden-über-den-Tisch-Zieher verunglimpfen, nicht ins Bockshorn jagen. Die AP ist der Motor, durch den wirksame Altersvorsorge überhaupt ins nur Volk transportiert werden kann! Seitdem Ernst-Wilhelm Arnoldi im Jahre 1827 die moderne Form der Lebensversicherung auf den Markt gebracht, ist die Versorgung der Kunden mit Altersvorsorge verkäuferisch die größte Herausforderung für den Berater. Wenn Sie wissen wollen warum, lesen Sie einfach den ersten Absatz meines Artikels aus der Mai-Ausgabe noch mal. Dazu kommt die im Vergleich überschaubare Höhe der Vergütung. Vier Prozent AP und ein Prozent Bestandspflege bilden in Summe fünf Prozent planmäßige Vergütung. Die Abschmelzungen im Jahre 2015 verdrängen wir an dieser Stelle bewusst, um die Diskussion nicht zusätzlich anzuheizen. Versuchen Sie als Produktgeber mal, ein beliebiges Sachprodukt mit fünf Prozent laufender Vergütung in den Markt zu bringen. Wenn's geklappt hat, rufen Sie mich bitte unbedingt an, ich lerne gern. Der einzige Grund, sich als Vermittler der mühseligen Altersvorsorgeberatung zu widmen, ist die Abschlussprovision. Wenn es einfaches Geschäft sein soll, konzentriere ich mich auf Kfz. Vollkasko will der Neuwagenkunde unbedingt.

Wie wir alle wissen, ist die diskontierte Abschlussprovision an die Beitragszahlungsdauer gebunden. Nach wie vor gilt der Spruch „Geld braucht Zins und Zeit“ und so ergänzen sich der Zinseszinsseffekt und die Abschlussprovision auf kongeniale Weise. Konrad Adenauer sagte „wir müssen die Menschen nehmen wie sie sind, andere gibt's nicht.“ Wenn der Kunde sich ein für den Vermittler adäquates Honorar leisten kann und die theoretischen Vorteile eines solchen Vorgehens einsieht bzw. in praktisches Handeln um-



**Götz Wache**  
Mimikresonanz®-Trainer  
[www.goetzwache.de](http://www.goetzwache.de)

setzt, ist es für den wirksamen Aufbau einer Altersvorsorge, zumal im aktuellen Zinsumfeld, schlicht zu spät. Honorarberatung läuft dem praktischen Handeln von Menschen zuwider. Wenn Sie mit 50 Jahren bereit sind, einem Berater ein anständiges Honorar zu zahlen und Ernst machen wollen mit dem Thema Altersvorsorge, weil die Haare grau werden und sich die Fältchen nicht mehr leugnen lassen, werden Sie feststellen, dass Sie selbst bei sechs Prozent Wertentwicklung p.a. knapp die Hälfte Ihres Nettoeinkommens zum Schließen der Versorgungslücke aufwenden müssen. Der Aufwand wird nur dann erträglich, wenn Sie so lästige Randaspekte wie Inflation, Demografie, Steuern, Kranken- und Pflegeversicherung außer Acht lassen und den Erkenntnisschmerz der realen Existenz dieser Dinge auf den Zeitpunkt des Renteneintritts verschieben. Zehn Jahre vorher, also mit 40 Jahren, muss der Kunde immer noch rund 20 Prozent seines Nettoeinkommens aufwenden. Ja, diese einsichtigen Menschen gibt es, doch stellen sie nicht den Löwenanteil. In jüngeren Jahren halte ich flächendeckende Honorarberatung für eine Illusion. Der Kundschaft mangelt es an Einsicht und an den finanziellen Mitteln. Haushaltsgründung und Familiengründung gehen mit dem in jungen Jahren niedrigeren Einkommen einher. Machen Sie mal einer jungen, übernachtigten Mutter klar, dass der Familienurlaub auf Föhr oder Rügen in diesem Jahr um eine Woche gekürzt wird, damit der Finanzberater zu seinem Honorar kommt.

## Fazit

Es ist im Sinne des Kunden, so früh wie möglich mit der Altersvorsorge zu beginnen und durch die Konstruktion der Abschlussprovision hat der Vermittler ein hohes Interesse, Menschen in einer Lebensphase anzusprechen, in der das Ziel einer auskömmlichen Altersvorsorge mit erträglichen Anteilen des zur Verfügung stehenden Nettoeinkommens realisiert werden kann. So schließt sich der Kreis. Wenn Sie für sich vom Wert Ihrer Dienstleistung überzeugt sind, können Sie auch mit breiter Brust die neuen Kostenausweise in den Produktinformationsblättern argumentieren. Besprechen Sie mit dem Kunden in Ruhe die möglichen Alternativen. Sie werden sich wundern, wie einsichtig der Kunde mit seinem gesunden Menschenverstand ist.

Stichwort Wert der Dienstleistung: Nehmen Sie die leidigen Vergleichsrechner von Ihrer Homepage. Die Biester sind betriebswirtschaftlicher Selbstmord auf Raten. Warum fordern Sie den Kunden aktiv auf, Ihre Einnahmen zu drücken? Den Preiskampf gegen check24.de & Co. können Sie nicht gewinnen. Die großen Portale sind finanzkräftig genug, jede Rabattschlacht einen Monat länger durchzustehen, als Sie es je können. Zudem reduzieren Sie mit Vergleichsrechnern den Wert Ihrer Dienstleistung in Form von Analyse, Beratung und Service auf „Geiz ist geil“ und wenn ich Sie richtig einschätze, sind Sie damals mit anderen Ansprüchen angetreten, oder? ■