



Davor Horvat hat sich auf die Honorarberatung von Zahnärzten spezialisiert und bietet diesen einen Mehrwert u.a. durch passive Anlagen.

Als Unternehmer frisch starten

Wie provisionsabhängige Vermittler mit passiven Geldanlagen ein unabhängiges Geschäftsmodell aufbauen können. Honorarberatung eröffnet die Chance und das Risiko, Unternehmer zu werden.

Text: Davor Horvat

Viele Finanzberater und Makler sind genervt wegen der immer wieder aufflammenden Diskussion um „passive oder aktiv gemanagte Investmentprodukte“ und „Provision versus Honorar“. Honorarberatung mit passiven Indexfonds wird mittlerweile ernstgenommen und bietet gute Berufschancen. Doch viele Vermittler, die den Schwenk zur Honorarberatung erwägen, scheuen die neue Rolle als unabhängiger Unternehmer. Aber der Weg dorthin ist nicht schwer. Er führt über drei Stationen: Wissen sammeln, sorgfältig planen, unternehmerisch denken.

Neue Geschäftsgrundlage

Die überwiegende Mehrheit aktiv gemanagter Fonds fällt langfristig hinter ihren Referenzindex zurück, wie die Analysen von S&P Dow Jones Indices Jahr für Jahr belegen. Dennoch vermitteln viele Finanzberater ihren Kunden mit Elan genau solche Fonds, allerdings mit rückläufigen Provisionen. Die Ausgabeaufschläge sinken, und die Betreuungsvergütung stagniert bei 0,5 Prozent. Dem stehen ein aufwendiger Beratungsprozess sowie Haftungsrisiken gegenüber, und wenn die Fonds enttäuschen, zieht der Kunde seinen Vermittler zur Rechenschaft.

Eine einfachere und effizientere Lösung besteht darin, dem Kunden die Renditen der Kapitalmärkte über eine passive Anlagestrategie mit ETFs zu liefern. Natürlich schützen Indexfonds Anleger nicht vor Verlusten. Erklärt man dem Anleger aber die Funktionsweise der Kapitalmärkte und wie Risiko und Rendite zusammenhängen, kann dieser seine Sichtweise verändern. Dann verbindet er Verlustphasen nicht mehr mit schlechten Geldanlagen. Basis dieses Geschäftsmodells ist eine fundierte Risikoanalyse der Kunden im Vorfeld. Werden wir also zum persönlichen „Financial Advisor“ unserer Kunden und nehmen die Betreuung seines Vermögens selbst in die Hand!

Wandel durch Wissen

Zunächst muss ein Finanzberater aber selbst umdenken und seine Einstellung ändern. Inspirationen geben gute Bücher, zum Beispiel Gerd Kommer's „Souverän in-

vestieren mit Indexfonds und ETFs“ oder Martin Webers „Genial einfach investieren“. Gespräche mit Beratern, die den Weg schon gegangen sind und sich etabliert haben, helfen bei der Neupositionierung enorm. Außerdem gibt es ETF-Lehrgänge und Zertifizierungen für ETF-Berater. Wenn der Finanzberater versteht, dass sich mit einer passiven Anlagestrategie ein Mehrwert erzielen lässt, hat er einen großen Schritt hin zum neuen Geschäftsmodell getan.

Die eigene Investmentphilosophie

Der Investmentprozess beginnt mit der Definition der Investmentphilosophie. Statt wie bisher die Philosophie eines Fondsmanagers zu verkaufen, stellt der Berater sein Konzept auf eigene Füße. Dieses soll vor allem dem Kunden dienen. Anders als bei aktiven Fonds basiert das Konzept nicht auf Performancezahlen, Prognosen und Meinungen. Basis der neuen Philosophie sind vielmehr die Erkenntnisse der Kapitalmarktforschung.

Was sind die Erkenntnisse der Kapitalmarktforschung?

- Die Finanzmärkte funktionieren und sind effizient.
- Risiko und Rendite sind untrennbar miteinander verbunden.
- Diversifikation mindert das Risiko.
- Die Anlageklassen bestimmen die Rendite.

Die Investmentphilosophie sollte in einem umfassenden, aber klaren Dokument niedergeschrieben werden, das der Berater Interessenten, Kunden, Multiplikatoren und Mitarbeitern überreichen kann. Für die erste Kundenpräsentation genügt auch eine Kurzfassung.

Ein Portfolio bauen

Auf der Basis dieses Konzepts konstruiert der Berater Modellportfolios für unterschiedliche Risikoklassen. In der Regel genügen fünf Risikostufen mit Aktienquoten zwischen 30 und 70 Prozent. Der Rest fließt in risikoarme Anleihen. Wichtig ist die globale Ausrichtung. Direkte Positionen im Heimatmarkt Deutschland sollten aus Diversifikationsgründen vermieden werden. Das Modellportfolio sollte die globalen Weltmärkte komplett abdecken. Dazu gehören u.a. Large-Cap-Unternehmen sowie Mid- und Small-Caps.

Indexfonds sind ideal, da man mit ihnen breit diversifiziert in die globalen Märkte investieren und darüber hinaus auch Faktorprämien (Small-Caps oder Value-Unternehmen) berücksichtigen kann. Wer es sich einfacher machen will, empfiehlt seinen Kunden vorgefertigte Anlagekonzepte. Der US-Anbieter Dimensional Fund Advisors bietet Werkzeuge zur Portfoliogestaltung mit Assetklassenfonds. Eine Alternative sind Anlagekonzepte wie Arero von Deutsche Asset Management in Kooperation mit Martin Weber, der „Portfolio ETF“ von db x-trackers oder

vorgefertigte Portfolios von easyfolio. Allerdings muss bei diesen Anlagekonzepten klar sein, dass der Kunde die Honorierung seines Beraters in Frage stellen könnte, falls der Berater keinen Mehrwert zum fertigen Anlagekonzept bietet.

Nun fehlt noch ein professionelles Kundenreporting. Sowohl Depotbanken als auch Depotplattformanbieter liefern dazu gute Lösungen.

Risikoprofil als Messlatte

Zu den Aufgaben eines Finanzberaters gehört es, auszurechnen, welche durchschnittliche Rendite der Kunde erzielen muss, um seine finanziellen Ziele zu erreichen. Dazu gehört ein Finanzplan, der die Risikotoleranz des Kunden in Betracht zieht. Die Erstellung eines Risikoprofils des Kunden ist von entscheidender Bedeutung. Die Ausarbeitung erfolgt klassisch in einem persönlichen Termin mit dem Kunden. Ein Zeitrahmen von ein bis zwei Stunden sollte für dieses Gespräch veranschlagt werden. Für diese Leistung wird ein Honorar berechnet.

Alternativ kann man den Kunden mit empirisch überprüften Fragebögen interviewen. Anbieter wie FinaMetrica stellen dem Berater eine onlinebasierte Risikoprofilierung auf wissenschaftlicher Basis zur Verfügung.

Der Berater sollte den Finanzplan seines Kunden jederzeit an Lebensänderungen anpassen können und ihm über einen aussagekräftigen Fortschrittsbericht zeigen, ob er mit seinen Zielen in der Planung liegt. Es lohnt sich, dafür eine gute Finanzplanungssoftware anzuschaffen.

Loyale Kunden aus einer Zielgruppe

Kunden mit einer neuen Investmentphilosophie zu gewinnen ist eine Sache. Sie langfristig an das Unternehmen zu binden ist eine noch größere Herausforderung. Wer im Vorfeld definiert, welche Kundenzielgruppe er beraten und betreuen will, stellt die Weichen für den langfristigen Erfolg. In seiner Zielgruppe kann sich der Finanzberater dann zunehmend als Experte positionieren.

Vermögende Kunden haben oft klare Vorstellungen von ihrer Vermögensplanung. Sie wünschen sich beispielsweise einen Vermögenserhalt für die Erben, oder sie wollen, dass ihr Vermögen geringen steuerlichen Belastungen ausgesetzt ist. Die Aufgabe des Beraters ist es, seine Kunden dabei zu unterstützen, ihre Ziele zu erreichen, ohne sich mit Investmentdetails beschäftigen zu müssen. Für eine dauerhafte Kundenbindung benötigt der Berater einen replizierbaren und strukturierten Betreuungsplan.

Eine weitere wichtige Aufgabe des Beraters ist die psychologische Unterstützung des Kunden während der Anlagezeit. An den Märkten werden Verlustphasen entstehen, und das passive Kundenportfolio wird diese nachvollziehen. Je nach Risikoprofil des Kunden werden die Verluste höher oder niedriger ausfallen. Gleichzeitig wird der Anleger durch negative Botschaften in den Medien beeinflusst. Erhält er in dieser Zeit keine psychologische Unterstützung und nicht die richtigen Informationen von seinem Berater, besteht die Gefahr der Abwanderung.

Kunden trennen sich dann, wenn das Beziehungsmanagement nicht mehr funktioniert!

Neustart als Unternehmer

Vor dem Beginn mit dem neuen Geschäftsmodell sollte sich der Berater ehrlich die Frage beantworten: Liegt mir das Unternehmertum überhaupt? Habe ich das Zeug dazu, im hart umkämpften Finanzmarkt ein eigenes Unternehmen zu führen? Eine GmbH ist schnell registriert, doch sie am Markt zu etablieren und damit ein angemessenes Einkommen zu verdienen ist schwierig. Viele Berater sind exzellente Verkäufer, doch liegt ihnen auch das Unternehmerische? Berater sind es gewohnt, sich auf ihre Kundengespräche und den Verkauf zu konzentrieren. Jetzt müssen sie zusätzlich Strukturen und Abläufe planen und umsetzen.

Selbst die besten Geschäftsmodelle funktionieren nur, wenn der Berater Struktur in sein Unternehmen bringt. Nur wenn alle Abläufe definiert sind, können auch neue Mitarbeiter schnell eingearbeitet werden. Ein Unternehmen sollte dabei weitgehend unabhängig von einzelnen Mitarbeitern sein und bei Administration, Terminplanung und Kundenservice auf Standardprozesse setzen – mit festen Aufgabenverteilungen und Verantwortlichkeiten. Dann kann sich der Unternehmer auf seine Stärken konzentrieren, zum Beispiel Strategieentwicklung, Kundengespräche und Auftragsgewinnung.

Berater, die im Geschäftsalltag Unterstützung benötigen und bei ihren Prozessen lieber vorgefertigte Strukturen verwenden wollen, können sich Firmen anschließen, die auf Honorarberatung spezialisiert sind. Auch hier können sie unternehmerisch arbeiten.

Wachstum von Anfang an

Der Aufbau von Kontakten sowie von Kooperationen mit Experten wie Rechtsanwälten, Steuerberatern oder Versicherungsberatern, die dieselbe Zielgruppe haben, legt die Basis für künftiges Wachstum. Dazu gehört auch die Mitgliedschaft in Vereinigungen und Interessenver-

tretungen der jeweiligen Zielgruppe, die den Weg zu Fachvorträgen für potenzielle Kunden eröffnen. Hilfreich sind Kontakte zur Presse. Das Marketing sollte auf Empfehlungsgeschäft fokussieren – der nachhaltigsten Form von Akquisition. Bisher haben nur wenige Anleger vom passiven Investieren gehört. Deshalb kann der Berater seinen Informationsvorteil ausschöpfen und sich als Experte positionieren.

Honorar nicht vergessen

Entscheidend ist die Frage, wie sich das passive Geschäftsmodell finanziert, wenn es anders als bei aktiven Fonds keine Ausgabeaufschläge und Kickbacks gibt. Ein Honorarberaterunternehmer lässt sich allein vom Kunden vergüten. Für die fundierte Risikoprofilierung und Finanzberatung und die Gestaltung eines Indexportfolios sind Kunden erfahrungsgemäß bereit, vierstellige Beträge zu zahlen, wenn über die Jahre eine Kostenersparnis von mehreren zehntausend Euro herauskommt.

Ein Kunde zahlt auch eine Servicegebühr von durchschnittlich 1 Prozent für Dienstleistungen wie das Risikomanagement des Portfolios, ein persönliches Jahresgespräch und ein ausführliches Reporting. Welche Dienstleistungen ein individuelles Servicepaket umfasst, sollte der Berater auf Basis des Anlagevolumens entscheiden. In der Summe kann der Berater durch Honorare und Gebühren mehr verdienen als im bisherigen Provisionsmodell. Er muss aber im Gegenzug seine Leistung gegenüber dem Kunden immer wieder neu rechtfertigen, denn der Kunde weiß genau, wie viel er zahlt.

Was ein Kundenbetreuungsplan enthalten sollte

- ein klar definiertes und dokumentiertes Wertversprechen
- einen Zeitplan für Kundengespräche
- einen definierten Beratungsprozess
- ein Informations- und Kontaktmanagement
- zusätzliche Servicedienstleistungen

Beim passiven Investieren befinden sich Berater und Kunden in einer Win-win-Situation und machen eine Anlageerfahrung, die auch Spaß macht. Unterstützung bei der Umsetzung des Geschäftsmodells können sich Berater bei einem spezialisierten Unternehmensberater holen oder über Dienstleister wie HonorarKonzept, Verbund Deutscher Honorarberater VDH und con.fee einkaufen. Diese unterstützen Honorarberater in der IT, bei der Produktbeschaffung und bieten Coachings an. Wer ein Haftungsdach sucht, an das er sich als Berater oder Partner anschließen kann, wird im Honoraranlageberater-Register der BaFin fündig. Am Ende hängt der Erfolg nur noch an drei Buchstaben: t, u, n. ■

Gastbeitrag von Davor Horvat, Vorstand von Honorarfinanz.



© psp photograph / iStock / Thinkstock / Getty Images

An der Seite des Kunden: bei der Finanzplanung und in Krisen.