

Provisionsverbot ‚abgewählt‘

Noch ist das geplante Provisionsverbot für Makler nicht durch. Und laut einer Kurzbefragung glaubt auch nur ein Drittel der Versicherungsexperten, dass es dazu überhaupt kommt. Aber Entwarnung gibt es keine, denn ‚weitermachen wie bisher‘ wird so oder so nicht mehr funktionieren.

Immer wieder wird auf europäischer und nationaler Ebene über die Provisionen von unabhängigen Finanzberatern diskutiert: Beispiele aus UK und den Niederlanden zeigen, dass die Vergütung auch direkt vom Kunden erfolgen kann. Ob das auch bessere – und fairere – Ergebnisse bringt, sei dahingestellt. Die Stimmung unter deutschen Branchenexperten ist jedenfalls abwartend. Laut einer Kurzumfrage der globalen Marketing- und Vertriebsberatung Simon-Kucher & Partners erwarten zwei Drittel in naher Zukunft kein Verbot. Und 40 Prozent gehen davon aus, dass darüber in frühestens drei Jahren final entschieden wird. Sollte das Verbot kommen, glauben 29 Prozent, dass es erst 2018 oder später eingeführt wird. Das Provisionsverbot im unabhängigen Vertrieb scheint in Deutschland noch weit entfernt.

Also kein Thema, um das sich Versicherer akut kümmern müssten? „Im Grunde geht es bei dieser ganzen Diskussion nicht um die Frage der Provision an sich. Es geht um die Qualität der Beratung und darum, systematische Fehler, die bei einer Provisionsvergütung auftauchen, grundsätzlich zu verhindern“, erklärt Dr. Dirk Schmidt-Gallas, Member of the Board bei Simon-Kucher.

Digitalisierung mischt Makler-Markt neu

Denn nicht alle sind der Meinung, dass durch Honorarberatung auch die Beratungsqualität steigt – vor allem nicht die niedrigen Einkommensegmente. Und genau aus dieser Richtung kommt auch Schützenhilfe für die Kunden. Besonders kleine, digitale Start-ups bieten perspektivisch echte unabhängige Beratung, die im Gegensatz zu heutigen Online-Auftritten der traditionellen Versicherer und Makler für den Kunden transparent und verständlich wirkt. „Die Versicherer sollten gerüstet sein und jetzt an ihren Makler-Strategien arbeiten“, so Studienleiter Stefan Schmid, Manager bei Simon-Kucher. Das heißt, sich auf die Zeit vorbereiten, wenn – begünstigt durch Schnittstellen wie die des Brancheninstitut Prozessoptimierung (BiPRO) – schonungslos verglichen wird. Ziel muss es sein, auch weiterhin so viele Teile der Wertschöpfungskette wie möglich im eigenen Haus zu bedienen. „Das bedeutet auch, den Maklern beispielsweise günstige Einstiegsprodukte an die Hand zu geben, die dann im eigenen Haus auf eigenen Systemen in ein gezieltes Up-Selling münden“, sagt Schmid.

Ob es ein Provisionsverbot nun geben wird oder nicht, die Versicherer werden sich auf Veränderungen einstellen, den Markt exakt beobachten und vor allem digital am Ball bleiben müssen.