Serie: Erfolgreich als Honorarberater – Teil 3 von 3

Warum Honorare eine Herausforderung sind

Geld kann die Kundenbeziehung vertiefen / Die Weichen müssen aber richtig gestellt werden

© Monika Müller

Auch Honorarberater können mit Geld Schwierigkeiten haben – wenn es um ihr Honorar geht.

Wer als Finanzberater in seiner Berufsbezeichnung mit „Honorar“ wirbt und damit explizit ein Unterscheidungsmerkmal zu anderen Beratern setzt, sollte in Bezug auf die Bedeutung von Geld besonders achtsam sein. Kunden von Banken und Versicherungen, die bisher dachten, Beratung sei kostenlos, werden nun mit der Entscheidung konfrontiert, ob sie einer bestimmten Person ein Honorar zahlen wollen. Sie sollen diese Person für eine Dienstleistung mit Geld „honorieren“ – ein schöner Akt, wenn er von beiden Seiten bewusst und mit Freude getragen wird. Doch für viele Kunden und für viele Finanzberater ist eben dies schwierig.

Besondere Anerkennung durch Geld

Was ist eigentlich ein Honorar? Das Wort stammt vom lateinischen „honorarium“ (Ehrengeschenk). Im alten Rom erhielten Rechtsberater keinen Lohn; denn Rechtsrat wurde von angesehenen und wohlhabenden Männern zumeist senatorischen Rangs erteilt, die Lohnarbeit als standeswidrig ansahen. Vielmehr erhoffte sich der Rechtsberater von seiner Tätigkeit eine Steigerung seiner sozialen Geltung und damit eine erfolgreiche politische Laufbahn. Allerdings war es mit ihrem Stand durchaus vereinbar, ein Honorarium, d.h. eine Ehrengabe, als Geschenk anzunehmen.

Ob im alten Rom alle Rechtsberater diesem Ideal folgten, wissen wir nicht. Doch Honorarberatung in diesem Sinne meint: Derjenige, der einen Rat anbietet, hat „Ansehen“ und „Wohlhaben“, noch bevor er seinem Kunden seine Kompetenz zeigt. So betrachtet, setzt ein Honorar einen besonderen Stand oder eine besondere Persönlichkeit des Beraters und eine bewusste Beziehung zwischen den Beteiligten voraus.

Im schlimmsten Fall schickt der Kunde die Honorarrechnung wieder zurück.

Ein Berater, der das Geld des Kunden als Honorar erhalten will – also eine „Ehrung“ durch den Kunden erfahren möchte, kann dies besser meistern, wenn er sich mit der Tradition und Kultur des Honorars auseinandersetzt. Im besten Fall entwickelt er eine eigene Haltung dazu.

Auch Kunden spüren, dass hier etwas Besonderes geschieht. Es ist für sie ungewohnt und verlangt von ihnen eine neue Haltung zu Geld, die sie – genau wie der Berater – erst lernen müssen.

Roter Faden für die Honorarberatung

Was verbinden Sie mit dem Wort „Honor“ bzw. Ehre? Der Duden nennt als Synonyme: Achtung, Anerkennung, Ansehen, Autorität, guter Ruf, Image, Respekt, Würde; gehobene Wertschätzung; Reputation, Ruhm, Anstand, Selbstachtung, Stolz, Wertgefühl. Welche dieser Begriffe passen für Sie? Welcher ist Ihnen – gefühlsmäßig – eher fern? Worin liegt Ihr Entwicklungspotential?

Mit Ihren Antworten auf diese Fragen halten Sie einen roten Faden auf dem Weg zum erfolgreichen Honorarberater in der Hand. Sprechen Sie auch mit Kollegen, Familie und neutralen Dritten darüber, denn Ihr Selbstbild und das Fremdbild müssen nicht übereinstimmen. Die Lücke zwischen beiden ist ihr persönlicher Entwicklungsraum, den Sie mit etwas Anstrengung – auch durch Seminare oder Coaching – erobern können.

Wenn Sie mit Ihren Kunden über ein Honorar sprechen, sollten Sie diese Fragen geklärt und reflektiert haben. Wer das versäumt, den werden seine Kunden daran „erinnern“. Entweder dadurch, dass sie noch nicht bereit sind, ein angemessenes Honorar zu zahlen, oder indem sie trotz Ihrer nachweislich fachlich guten Leistung, lieber dort hingehen, wo keiner vorgibt, „honorig“ zu sein. Im schlimmsten Fall schickt Ihnen der Kunde die Rechnung einfach zurück. Dann beginnt die spannende Suche nach eigenen und fremden blinden Flecken – eine anspruchsvolle Reise zu sich selbst.

Die aktuelle Diskussion reduziert das Konzept Honorar auf Zahlen, Daten und Fakten. Oder sie teilt die Welt in Gute und Böse. Beides erfüllt den Anspruch – der Mensch im Mittelpunkt – noch nicht.

Demgegenüber bietet die Sehnsucht der Kunden nach angesehenen, sich selbst achtenden, würdevollen

Sie wollen als Honorarberater arbeiten? Dann stellen Sie sich diese Fragen:

- Gebührt mir ein Honorar – so, wie ich bin und mit dem, was ich anbiete?
- Kann ich es verstehen und handhaben, wenn ein Kunde mich nicht honoriert?

Impressum

Herausgeber und Verlag:
FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH
Der F.A.Z.-Fachverlag
Frankenallee 68–72, 60327 Frankfurt am Main
E-Mail: verlag@frankfurt-bm.com
HRB Nr. 53454, Amtsgericht Frankfurt am Main

Geschäftsführer:
Dr. André Hülsbömer, Jürgen Kiehl
Vorsitzender der Geschäftsleitung: Bastian Frien
Redaktion: Eric Czotscher (ecz),
verantwortlicher Redakteur, Dr. Guido Birkner (GB)
Telefon: (069) 75 91-32 75
Telefax: (069) 75 91-80 32 75
E-Mail: eric.czotscher@frankfurt-bm.com

Verantwortlich für Anzeigen:
Dorothee Groove, Objektleitung Sales
Telefon: (069) 75 91-32 17
Telefax: (069) 75 91-32 24
E-Mail: dorothee.groove@frankfurt-bm.com

Jahresabonnement: kostenlos
Erscheinungsweise: zehnmal im Jahr

Layout: Daniela Seidel

© Alle Rechte vorbehalten.
FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH, 2015.
Die Inhalte dieser Zeitschrift werden in gedruckter und digitaler Form vertrieben und sind aus Datenbanken abrufbar. Eine Verwertung der urheberrechtlich geschützten Inhalte ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar, sofern sich aus dem Urheberrechtsgesetz nichts anderes ergibt. Es ist nicht gestattet, die Inhalte zu vervielfältigen, zu ändern, zu verbreiten, dauerhaft zu speichern oder nachzudrucken. Insbesondere dürfen die Inhalte nicht zum Aufbau einer Datenbank verwendet oder an Dritte weitergegeben werden. Vervielfältigungs- und Nutzungsrechte können Sie beim F.A.Z.-Archiv unter nutzungsrechte@faz.de oder Telefon: (069) 75 91-29 86 erwerben. Nähere Informationen erhalten Sie hier: www.faz-archiv.de/nutzungsrechte.

Haftungsausschluss: Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts von „Der Honorarberater“ übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und unverlangt zugestellte Fotografien oder Grafiken wird keine Haftung übernommen.

Negativpropaganda führt selten zum Erfolg

Abwertung ist wie ein Bumerang: Wer sich als Berater selbst abwertet, riskiert die Beziehung zum Kunden. Menschen wollen sich identifizieren. Die meisten tun das auch mit ihrem Bankberater; selbst wenn sie durch ihn Geld verlieren. Abwertende Schlagzeilen über Banken geben diesen Kunden ein unangenehmes Gefühl, denn sie fühlen sich für ihre Entscheidung kritisiert. Die Bankenkritik steht der Honorarberatung deshalb eher im Weg. Stellen Sie sich vor: Sie suchen nach einer neuen Partnerin. Sie schalten folgende Anzeige: „Dein aktueller Partner ist doof. Er leistet nicht, was ein guter Partner leisten soll. Stattdessen nimmt er dich aus wie eine Weihnachtsgans. Deshalb nimm lieber mich ...“ Mal ehrlich, wer würde auf so eine Anzeige reagieren?

und respektvollen Beratern genügend Grund für ein Honorar. Honorarberater, die diesem Anspruch genügen, erfahren eine größere Tiefe in der Beziehung zum Kunden.

Schuld oder Quasi-Geschenk

Auch in Rom haben sich die Gewohnheiten mit der Zeit geändert: Das Honorar wurde so üblich, dass es als geschuldete Gegenleistung eingeklagt werden konnte. Plötzlich klingt Honorar nicht nach Geschenk, sondern nach Schuld. Honorarberater nutzen oft Vergleiche, um zu zeigen: Sie zahlen bei mir weniger als in der Provisionsberatung. Damit wird aus dem – günstigeren – Honorar quasi ein Geschenk des Beraters an den Kunden. Ob das Ihre Kunden auch so sehen? Und was ist die Konsequenz?

Wer als Honorarberater von etwas (Banken, Produktanbieter, Strukturvertriebe) weggegangen ist, unterschätzt, wie viel vom damaligen Umfeld auch lange nach seinem Abschied an ihm haften bleibt. Manche Berater werten sich selbst ab, sind vielleicht sogar traumatisiert. In den meisten Fällen haben sie eine unbewusst ambivalente Beziehung zu Geld. Dies steht einigen Honorarberatern beim Aufbau ihres Geschäfts im Weg.

Innerlich unabhängig vom Geld

Erfolgreich sind Honorarberater, bei denen sich die Wertschätzung der Kunden für ihre Dienstleistung im Geld wiederspiegelt. Das Honorar erfordert dafür vom Berater, mehr als jede andere Vergütungsform, die innere Unabhängigkeit vom Geld. Gleichzeitig braucht ein Honorarberater und Unternehmer eine gewisse Bereitschaft zur Abhängigkeit vom Kunden. Wie kann ein Berater das leisten?

Das Fundament bildet die eigene Persönlichkeit. Ein Berater, der sich selbst achtet, schätzt und liebt, der seine eigene Beziehung zu Geld versteht, ist ein Vorbild für seine Kunden. Wer seine Schattenseiten kennt und akzeptiert, kann auch Kunden helfen, ihre Ambivalenzen zu Geld und Honoraren zu überwinden.

Geld und Wertschätzung = Honorar

Wie motiviere ich Menschen dazu, mir ihre Fragen zu Geld anzuvertrauen und mir dafür ein Honorar zu zahlen? Geld bedeutet für sie ihr Leben, ihre Existenz, Sicherheit und Freiheit.

Wie eine Partnerschaftsanzeige müssen auch Informationen und Texte zu Ihrer Honorarberatung auf kleinem Raum positiv, anziehend und aussagefähig sein. Sie sollten idealerweise auch einen Blick auf Ihre Person gewähren.

Mein Tipp: Zeigen Sie potentiellen Kunden, dass Sie eine hohe Achtsamkeit und Wertschätzung für sich selbst und für ihr Gegenüber haben. Beziehen Sie Ihre Kunden als Menschen und Finanzentscheider aktiv in die Beratung ein. Selbst Kunden, die ihre Bedürfnisse nicht in Worte fassen können, werden Sie dann als Begleiter gerne kontaktieren. Sie spüren, dass Sie etwas anbieten, was ihnen hilft, sich weiterzuentwickeln, um selbst gute Finanzentscheidungen zu treffen. So werden Sie für Ihre Kunden fast unbezahlbar.

Monika Müller, FCM Finanz Coaching

Anzeige

3. März 2016
CONGRESS PARK HANAU

Save the Date

Der Honorarberater
KONGRESS
Die Leitveranstaltung für unabhängige Finanzberatung

Für mehr Qualität und nachhaltige Geschäftsmodelle in der Finanzberatung.

- Hochkarätige Expertenrunden
- Praxisvorträge für Honorarberater und andere Finanzberater
- Fachausstellung

www.honorarberaterkongress.de

Veranstalter
FRANKFURT BUSINESS MEDIA
DER F.A.Z.-FACHVERLAG
Der Honorarberater

Mitinitiator
VDH Verbund Deutscher Honorarberater