

Wie aufwendig „eine Stunde Beratung“ tatsächlich ist

11.4.2013 – Ein dreistelliger Betrag für „eine Stunde Beratung“ ist nur vermeintlich hoch: Tatsächlich steckt dahinter mehr Arbeit, als für den Kunden „an der Oberfläche“ sichtbar ist. Laut Afpa-Marktanalyse löst eine einzelne Versicherungsberatung einen Zeitaufwand von durchschnittlich etwa achteinhalb Stunden aus. Bei jährlich 1.200 Stunden Beratungsarbeit und einem Umsatzerfordernis von 35.000 Euro ergäben sich Kosten von rund 30 Euro pro Stunde, für den Kunden also eine Belastung von durchschnittlich rund 250 bis 340 Euro, rechnet die Afpa vor – und hält dieses Modell für in der Realität schwerlich umsetzbar.

Eine Stunde Versicherungs- oder Finanzberatung und dafür 200 oder 300 Euro hinblättern? „Den Stundenlohn hätte ich auch gerne ...“

Was sich für Kundenohren nach einem mehr als üppigen Stundensatz anhört, relativiert sich, wenn man sich ansieht, wie viel an Einkommen pro Stunde tatsächlich übrig bleibt. Und das nicht nur wegen des Abzugs eines erklecklichen Betrags an Steuern und Sozialversicherung.

Marktanalyse

In ihrer nun abgeschlossenen Marktanalyse hat die [Austrian Financial & Insurance Professionals Association](#) (Afpa) nämlich unter anderem erforscht, wie viel Arbeitszeit eines Versicherungsmaklers, -agenten bzw. Vermögensberaters die Beratung eines Kunden tatsächlich in Anspruch nimmt.

[SDI-Research, Dr. Villani & Partner KG](#) hat dazu im Auftrag der Afpa folgende Fragestellung untersucht: Wie groß ist der Zeitaufwand ab dem Zeitpunkt der Reaktion auf die Anfrage eines (potenziellen) Kunden bis hin zum Abschluss oder der definitiven Ablehnung des Geschäfts durch den Kunden?

Die Analyse gliedert das Ergebnis für Sparprodukt-, Versicherungs- und Kreditangebote jeweils in Beratungs- und Back-Office-Aufwand.

Mehr als ein Tag Arbeit

Bei Sparprodukten fallen demnach durchschnittlich 5,6 Stunden für die Beratung an. Im Back-Office-Bereich kommen noch einmal 2,8 Stunden dazu. Macht in Summe acht Stunden und 24 Minuten – also mehr als einen ganzen Arbeitstag.

Versicherungsberatungen sind laut der Studie noch eine Spur zeitintensiver: Der Beratungsaufwand steigt hier auf 6,5 Stunden, die Back-Office-Zeit liegt bei 2,1 Stunden. Insgesamt sind das im Schnitt 8 Stunden und 36 Minuten.

Die meiste Zeit erfordern Kreditangebote. 6,3 Stunden Beratung plus fünf Stunden Back Office ergeben eine Gesamtdauer von 11 Stunden und 18 Minuten.

Des Weiteren hält die Studie fest: „Die laufende Betreuung des bestehenden Kundenstammes (Kundenbetreuung, Administration) erfordert zwischen 1,4 und 1,8 Stunden pro Kunden und Jahr.“

Zeitaufwand bei „Financial Hubs“

Unter die Lupe genommen wurde auch der Zeitaufwand, der bei „Produktgebern und Dienstleistern“ – wie Versicherungen, Wertpapierfirmen oder Serviceanbietern – bei einer Kundenberatung anfällt. Im Schnitt liegt der Wert bei diesen so genannten „Financial Hubs“ mit 4 Stunden und 42 Minuten niedriger als bei selbstständigen Beratern.

Die Studie führt dies auf unterschiedliche Strukturen zurück. So seien Financial Hubs „zentraler und arbeitsteiliger“ organisiert, bei selbstständigen Beratern wiederum sei der Zeitaufwand für Kundenbesuche und Fahrten hoch.

Auf die Arbeitsstunde heruntergerechnet niedriges Honorar

Die Marktanalyse stellt die Ergebnisse auch in Relation zur Debatte um das Vergütungssystem und rechnet Folgendes vor: Bei jährlich 2.000 Beratungsstunden – also ohne Berücksichtigung erforderlicher administrativer Tätigkeiten – müsste für einen Jahresumsatz von 25.000 Euro eine Stunde mit 12,50 Euro in Rechnung gestellt werden.

Pro Beratung würde sich die Spanne des zu verrechnenden Honorars auf durchschnittlich 105 Euro Honorar bei Sparprodukten bis 141 Euro Honorar bei Krediten belaufen.

Unter „ebenfalls noch sehr knappen Rahmenbedingungen“ von 1.200 Stunden Beratungsarbeit und einem Umsatzerfordernis von 35.000 Euro ergäben sich Beratungskosten von rund 30 Euro pro Stunde, also 252 Euro bis 339 Euro pro Beratung.

Selbst dann lägen die Einkommen aber noch immer „deutlich unter jenen im Verkauf von Industrie und Gewerbe“, heißt es in der Studie.

Problem Zahlungsbereitschaft

Zudem sei „angesichts der Tatsache, dass rund 50 Prozent der Geschäftsfälle unterhalb von 1.000 Euro liegen“, nicht anzunehmen, dass der Konsument bereit ist, Honorarkosten zwischen rund 100 und 300 Euro, „zumal auch für den Nicht-Abschluss-Fall“, zu tragen.

Die Studie verweist in dem Zusammenhang auf eine Umfrage, die die [Makam Market Research GmbH](#) im August 2012 für das [Konsumentenschutz-Ministerium](#) durchgeführt hat: 68 Prozent gaben darin an, dass sie bereit wären, Honorar zu zahlen – allerdings mit einer wesentlichen Einschränkung: Ein Honorar würden sie nur dann zahlen, wenn sie auch tatsächlich eine Versicherung abschließen.

Die Afpa argumentiert, das Provisionssystem habe für Kunden den Vorteil, risikolose Produkte vergleichen zu können, also unabhängig davon, ob er letztlich kauft. Immerhin lassen sich Konsumenten laut Studie durchschnittlich 5,4 Versicherungsofferte legen.

[Emanuel Lampert](#)