

KOLUMNE

Marcus Renziehausen

ist Betriebswirt und Unternehmer, Autor und Speaker. Seit 2002 ist er als Vorstandsvorsitzender bei der The Engineers of Finance AG tätig.



Mehr Mut für höhere Preise

Viele Finanzexperten trauen sich nicht, für ihre Arbeit angemessene Preise zu verlangen. Doch wer seine Wertschöpfungskette im Griff hat, sollte seine Leistung auch selbstbewusst bepreisen. Nicht wenige verkaufen sich unter Wert, weil sie glauben, die Fähigkeit bestimme die Gebühr. Damit sind sie extrem auf dem Holzweg. Wäre Sachverstand ausschlaggebend, müssten Berater nur so viel wie möglich pauken, ihr Wissen aufstocken und Kunden würden automatisch tiefer in die Tasche greifen. So funktioniert das nicht. Die Wahrheit ist: Fähigkeiten und Preis hängen in keiner Weise zusammen.

Das beweisen auch Dienstleister, denen es an Tiefe fehlt: Ohne Plan und Know-how rufen sie Kosten auf, die sich gewaschen haben. Trotzdem finden sich Kunden, die unterschreiben. Auf der anderen Seite wimmelt es nur so von Finanzprofis mit Megaexpertise und ungeheurer Sachkunde, die ihre Topleistung viel zu günstig anbieten. Trotz Expertentum kalkulieren sie für ihr Know-how und ihre Zeit viel zu schwache Angebote. Manche haben Angst, überhaupt Geld zu fordern und verteilen Tipps zum Nulltarif. Das kommt nicht von ungefähr: Jahrzehntlang proklamierte die Branche, „unsere Beratung ist kostenlos“.

Dass Berater niedrige oder gar keine Preise ansetzen, basiert auf mehreren Denkfehlern. Wer seine Einstellung zu bestimmten Themen ändert, kann sein Geschäft rundum profitabler aufstellen. Folgende Glaubenssätze gehören in den Giftschränk:

1. „Der Kunde wird das nicht bezahlen“

„Wenn ich für das Konzept 3.000 Euro verlange, springt der Kunde ab.“ Diese Denke ist tief verankert. Doch Anbieter sollten sich nicht den Kopf des Käufers zerbrechen. Die Menschen entscheiden selbst, in was sie investieren. Sie kaufen teure Autos, extravagante Elektrogeräte, kostspielige Urlaube – eben das, was sie brauchen oder Spaß bringt. Wenn der Finanzprofi etwas in petto hat, was Kunden begeistert, kaufen sie das auch – für 3.000, 5.000 oder 10.000 Euro.

2. „Ich bin nicht lange genug im Job für teure Angebote“

Ganz ehrlich: Preis und Erfahrung haben nichts miteinander zu tun. Menschen zahlen nur für eine einzige Sache: für Ergebnisse. Wenn Profis 10.000 Euro erwirtschaften, werden Klienten dafür eine bestimmte Summe in Kauf nehmen. Die Ausgaben wachsen mit dem Nutzen. Wie viel zahlt der Kunde wohl für 100.000 Euro oder eine Million? Je besser das Ergebnis, umso leichter fließt das Geld.

3. „Die Summe errechnet sich durch den Aufwand“

„Je mehr Stunden ich investiere, desto mehr Geld kann ich verlangen.“ Manche gehen in diesem Glaubenssatz sogar so weit, dass sie das Angebot von der Anzahl der ausgedruckten Seiten abhängig machen. Das ist totaler Irrsinn und aktiviert ein Hamsterrad der Überstunden. Weder die Zeit noch die Dicke des Konzepts gestalten die Summe – sondern nur der Output. Wenn jemand die Lottozahlen von nächster Woche weitergeben könnte, dauerte das nur wenige Sekunden. Genauso schnell geht es, seinen Kunden vor einer Fehlinvestition zu warnen. Trotzdem wäre jeder bereit, für diese Tipps viel Geld auszugeben.

4. „Ich fange erst mal klein an und arbeite mich dann hoch“

Manche Vermittler starten ihre Erfolgsreise in winzig kleinen Schritten. Sie kaufen zum Beispiel erst mal Kfz-Leads, um langsam zum großen Umsatz zu kommen. Andere machen zunächst ein Depot auf, „wenn ich das habe, kann ich meine Finanzplanung ins Spiel bringen.“ Meine Meinung: Topkräfte arbeiten sich nicht von unten hoch. Sie trumpfen gleich mit dem Premiumprodukt auf und verlangen von Anfang an hohe Preise.

5. „Das habe ich schon immer so kalkuliert“

Viele Berater arbeiten seit eh und je mit den gleichen Gebühren, die jetzt nicht mehr zeitgemäß sind. Nun wissen sie nicht, wie sie damit umgehen. Mein Rat: Word-Dokument öffnen, alte Zahl löschen, neue Ziffer reinschreiben. Das war's. Soll heißen, wer Ausgaben anpassen will, muss nicht zögern. Die Summe lässt sich jederzeit ändern. Berater sollten sich von dem Gedanken befreien, dass Honorare ewig währen.

Ergebnisse machen sich bezahlt

Wer seine Arbeit gut kalkulieren will, setzt auf ein strategisches Fundament: mit Kernkunden, für die er als Experte Nutzen liefert, und mit einem einzigartigen Beratungskonzept. Dann kann jeder bei der Konzepterstellung, Umsetzung und im Service selbstbewusst auftreten. Normalerweise brauchen Vermittler eine Unterschrift, bis sie Geld verdienen – ohne Zusage verliert der Berater nur Zeit. Profis verlangen daher für Konzepte immer ein Honorar. Sie verpulvern keine Energie, wenn sie nicht bezahlt werden. Wenn Interessenten abspringen, sind es die falschen. Nun lassen sich Theorie und Umsetzung getrennt abrechnen. Und die Sache funktioniert: 90 Prozent gehen in die Umsetzung, weil sie ihr Gegenüber als Experten wahrnehmen.

Auch nach der heißen Phase möchten Kunde langfristig von ihrem Ansprechpartner betreut werden, der sie kennt, dem sie vertrauen. Diesen Service sollten Makler, Vermittler und Berater sich ebenfalls bezahlen lassen. Schließlich liefern sie das ganze Jahr über jede Menge Nutzen: Sie sprechen mit dem Klienten, behalten Marktlage und Kundensituation im Blick, liefern Know-how und Inspiration. All das lässt sich bepreisen. Im Investmentbereich machen das schon viele, jetzt können andere Bereiche nachziehen. Ich verspreche Ihnen: Wer all diese Aspekte strategisch klug aufsetzt, wird als Experte wahrgenommen, als Profi bezahlt und zukünftig nie wieder unter Preis agieren.

