

Teil 1: Finanzberatung

Finanzplanung ist Lebensplanung

| Antje Isbaner

Zahnärzte arbeiten viel und hart für ihr Geld. In Zeiten großer demografischer Veränderungen und wirtschaftlicher Verwerfungen machen sich viele Zahnärzte Gedanken über ihre Altersversorgung und ihr erarbeitetes Kapital. Dabei sind die Ziele durchaus unterschiedlich. Junge Zahnärzte wollen keine Risiken beim Vermögensaufbau eingehen; etablierte Zahnärzte, die Vermögenswerte geschaffen haben, möchten diese abgesichert wissen. Dabei ist der Markt für Finanzprodukte groß und unübersichtlich und das Vertrauen in Banken und Berater geschwächt. Was ist also zu tun? Oder anders ausgedrückt: Ist guter Rat wirklich teuer?

Diesen Fragenstellungen soll in einer neuen Artikelserie nachgegangen werden. Im ersten Teil erläutert Torsten Klappdor, unabhängiger Honorarberater und Finanzplaner für Zahnärzte, was aus seiner Sicht eine

gute Beratung ausmacht und was selbst getan werden kann, um gewollte Ergebnisse zu erreichen. In weiteren Teilen der Serie werden verschiedene Finanzprodukte beleuchtet und „die Wissenschaft des Investierens“ dargelegt.

sind. Dabei ist für die meisten meiner Kunden persönliche und wirtschaftliche Unabhängigkeit ein starker Antrieb – egal, in welcher Lebensphase sie sich befinden. Die Aufgabe an mich ist es, in der Regel, ein Konzept zu erstellen, um z.B. möglichst früh wirtschaftliche Unabhängigkeit zu erreichen. Nicht mehr arbeiten zu „müssen“, sondern zu „dürfen“ – das treibt viele meiner Kunden an. Ich soll sie dabei unterstützen und ihnen helfen, dieses Ziel zu erreichen. Meine Kunden arbeiten hart für ihr Geld, haben aber oft wenig Zeit und Lust, sich mit Themen wie Geldanlage, Altersvorsorge und Finanzen zu beschäftigen. Was sie alle jedoch beschäftigt, ist ihre Lebensplanung, die Ziele, die sie erreichen wollen, und die Träume, die sie sich irgendwann einmal erfüllen möchten.

Was treibt Sie als Honorarberater an?

Unabhängigkeit in allen Lebensbereichen ist mein Motor. Finanzplanung ist Lebensplanung. Mit Menschen über Ziele zu sprechen und diese dann gemeinsam zu erreichen, ist ein sehr schönes, erfüllendes Gefühl. Mich motiviert sicherlich auch die Anerkennung meiner Kunden, wenn unsere gemeinsamen Pläne funktionieren. Und genauso wie für meine Kunden ist meine Unabhängigkeit, die es mir ermöglicht, eine professionelle und



Herr Klappdor, was sind die Ziele und Motive Ihrer Kunden, wenn sie das erste Mal zu Ihnen kommen?

In der Beratungspraxis stelle ich immer wieder fest, dass die Ziele und Wertvorstellungen meiner Kunden doch sehr ähnlich

kundenorientierte Beratungsleistung anzubieten, ein wichtiger Punkt.

Können Sie uns beschreiben, wie eine optimale Finanzplanung abläuft?

Alles beginnt damit, dass Menschen sich – und zwar bevor sie zu einem Beratungsgespräch gehen – über ihre Ziele im Klaren sein sollten. Ich rate dazu, in vier Themenfeldern zu denken: Die Familie, die eigene Immobilie, Beruf und Praxis und Vermögen sind hierbei sehr schöne Zielthemen. Fragen sollte man sich, was man erreichen will und vor allem, warum man dies erreichen möchte. Das „Warum“ sollte wirklich klar sein. Gehirnforscher gehen davon aus, dass über 90 Prozent der Entscheidungen unbewusst und nicht rational getroffen werden. Ohne eine ausreichende Klärung von dem „Was“ und dem „Warum“ sind Menschen sehr schnell Opfer von sogenannten Impulskäufen. Das gilt übrigens nicht nur für Finanzprodukte. Das klingt sehr einfach, ist aber ein Prozess, den wir mit unseren Kunden sehr sorgsam durchdenken. Oftmals bitten wir Kunden, ihre Ziele und das Warum selber aufzuschreiben, denn es besteht ein direkter Zusammenhang zwischen dem Aufschreiben der Ziele und der Wahrscheinlichkeit, dass diese auch erreicht werden. Erst, wenn die Kunden das „Was“ und „Warum“ für sich geklärt haben, sollten sie sich einen Berater suchen. In Deutschland steigt die Zahl unabhängiger Berater stetig, wobei sich eine kleine Anzahl von Honorarberatern ganz auf die Bedürfnisse von Zahnärzten spezialisiert hat. Bei der Suche nach einem Berater können die Verbraucherschutzzentralen eine erste Anlaufstelle sein.

Den Berater habe ich – wie geht es dann weiter?

Jetzt fängt die eigentliche Arbeit an. Auf jeden Fall gehören nun die angestrebten Kundenziele auf den Tisch. Diese sind die Grundlage für die gemeinsame Finanzplanung, die Berater und Kunde erstellen. Die Finanzplanung sollte auf jeden Fall auch Meilensteine enthalten und beiderseitig als ein Prozess verstanden werden; deshalb ist es für mich als Berater wichtig, die Umsetzung langfristig zu begleiten und, wie bei einem Recall, diese Umsetzung zu überprüfen. Von Kundenseite her sollte auch darauf geachtet werden, dass günstige Finanzprodukte ohne Vertriebsprovision oder mit nur geringen Kosten zum Angebot stehen. Hier gilt oft der Grundsatz: Was wenig kostet, ist trotzdem etwas.

Apropos günstige Produkte, was kosten Altersvorsorge- und Geldanlageprodukte?

(Lacht). Das lässt sich nicht in einigen Sätzen beantworten. Deshalb widmen wir diesem Thema ja auch eine Serie von Artikeln. Ich möchte, dass man zumindest eine Idee davon bekommt, was sich hinter diesen Produkten verbirgt. Wie funktionieren sie, welche Argumente werden im Verkaufsprozess immer wieder vorgebracht, welche Kosten verursachen sie. Diese Bewertung soll einen ersten Anhaltspunkt liefern.

Weihnachtliche VORFREUDE

KW49

KW50

KW51

KW52



Freuen Sie sich gemeinsam mit uns auf Weihnachten und profitieren Sie jeden Tag im Advent von unseren steigenden Rabatt-Highlights!

Gültig nur am jeweiligen Tag im Dezember 2013, es gilt das Auftragsdatum der Praxis. Das Angebot bezieht sich auf die aktuelle dentaltrade Preisliste für Zahnärzte (Stand 08/2013) sowie ausschließlich auf die Leistung von festsitzendem Zahnersatz. Alle Arten von kombiniertem Zahnersatz sind hiervon ausdrücklich ausgenommen. Die Rabattaktion kann nicht mit anderen Angebotspreisen von dentaltrade kombiniert werden, und richtet sich an alle in Deutschland niedergelassenen Zahnärzte.



dentaltrade®
...faire Leistung, faire Preise

[HOCHWERTIGER ZAHNERSATZ ZU GÜNSTIGEN PREISEN]



FRECALL: (0800) 247 147-1
WWW.DENTALTRADE-ZAHNERSATZ.DE



Welche Produkte werden Sie in der Artikelserie genauer unter die Lupe nehmen?

Wir werden uns im Verlauf dieser Serie mit den „Klassikern“ beschäftigen. Im nächsten Teil betrachten wir Rürup-Verträge und werfen einen Blick auf die Angebote der Versorgungswerke, danach Fonds und Depots und schließlich auch die klassische und die fondsgebundene Lebensversicherung. Im letzten Teil dieser Serie geht es um die „Wissenschaft des Investierens“.

Welche Erfahrungen haben Ihre Kunden mit Banken und Anlageberatern gemacht? Was hören Sie in Ihrer täglichen Arbeit?

Viele meiner Kunden haben mit Banken und Anlageberatern nicht nur gute Erfahrungen gemacht. Oft mangelt es an den richtigen Konzepten z.B. bei der Geldanlage, vor allem, weil falsch beraten wurde. Teilweise sind sowohl die den Kunden bekannten als auch die nicht bekannten Kosten exorbitant hoch. Vor allem bei schlecht laufenden Lebensversicherungen und sog. Fondspolice stellen wir Kostenbelastungen von 50 Prozent und mehr auf die eingezahlten Beiträge fest.

Wie erklären Sie sich die Unzufriedenheit?

Wie „Die Welt“ im Mai 2012 berichtete, gingen im Jahr 2011 mehr als 13.500 Kundenbeschwerden bei den Schlichtungsstellen von Sparkassen, Genossenschaftsbanken und privaten Banken ein. Dies überrascht kaum, wenn man weiß, dass Kundenberatung bei Banken und Versicherungen oftmals von Produktverkäufen bestimmt ist. Bei manchen Banken hängt die Frage, was verkauft wird, übrigens vom Wochentag ab. Montags gibt es Fonds A, dienstags ist Versicherungstag und freitags werden alle Kunden gefragt, ob sie eine Filmfondsbeteiligung möchten. Mit kundenorientierter Beratung hat dies nichts zu tun.

Wie sieht denn ein gutes Konzept aus? Was sind wichtige Komponenten?

Egal, welche Sparverträge, Geldanlagen oder Versicherungsverträge bespart werden, letztlich ist es Vermögensaufbau. Gut ist, wenn der Vermögensaufbau stetig verläuft. Die wichtigsten Komponenten sind Zeit und geringe Kosten. Da-

durch kann der Vermögensaufbau ohne unnötige Risiken stattfinden. Die Kosten sollten nicht mehr als ein bis anderthalb Prozent p.a. betragen. In vielen Verträgen lauern jedoch jährliche Kosten von dreieinhalb Prozent oder noch mehr. Diese werden dem Kunden allerdings nicht immer offengelegt. Es besteht ein direkter Zusammenhang zwischen Kosten und Risiken. Je teurer ein Produkt, desto mehr muss am Ertrag gearbeitet werden. Das Ziel muss es sein, den Kunden möglichst nah an die Marktrenditen zu bringen und das vor allem mit den vom Kunden definierten Sicherheitsaspekten.

Die Finanzmarktkrise ist in aller Munde. Welche Auswirkungen hat sie auf Versicherer, Banken und Altersvorsorgeprodukte?

Versicherungen und Banken sind ebenso wie die Versorgungswerke betroffen. Gerade das dauerhaft niedrige Zinsniveau trifft hier alle Systeme und Anbieter gleichermaßen. Gerade in schwierigen Zeiten wird daher Beratung immer wichtiger – das liegt auf der Hand.

Worauf kommt es bei den Finanzdienstleistungsprodukten an?

Nehmen wir eine einfache Geldanlage. Hier werden nicht selten vier bis fünf Prozent jährliche Kosten produziert, teilweise ohne dass der Kunde davon weiß. Durch Umstellung der bestehenden Verträge kann oft schon mit dem halben Aufwand das gleiche Ergebnis erzielt werden. Ein guter Berater wird das überprüfen und entsprechend beraten.

Wirken sich denn zwei Prozentpunkte Kostenbelastung mehr oder weniger für den Zahnarzt aus?

Zunächst mal scheinen zwei Prozentpunkte nicht besonders viel. Das ist von den Produkthanbietern auch so gewollt. Aber zwei Prozent Kostenunterschied heute bedeuten ggf. 2.000 Euro mehr oder weniger Rente – und das jeden Monat! In unseren Berechnungen kommen wir immer wieder auf folgendes Ergebnis: Damit beim Kunden drei bis vier Prozent Kundenrendite ankommen, muss die Anlage neun Prozent mit den entsprechenden Risiken erwirtschaften. Der Rest sind Kosten.

Wenn der Markt neun Prozent Rendite erwirtschaftet, reduziert sich diese

„Marktrendite“ um die Kosten des Produktes zur „Produktrendite“ auf ca. fünf Prozent, abzüglich Inflation und Steuer bleiben dann schnell nur noch zwei bis zweieinhalb Prozent Kundenrendite. Und in heutiger Zeit neun Prozent Marktrendite zu erwirtschaften bedeutet, relativ hohe Risiken eingehen zu müssen.

Inwieweit sind schon getroffene Entscheidungen revidierbar?

Es ist nie zu spät, Entscheidungen zu hinterfragen. Viel teurer kann es werden, nicht zu handeln! Den Kopf in den Sand zu stecken, ist kein guter Rat. Grundsätzlich sollten alle Verträge mit einem unabhängigen Fachmann oder den Verbraucherzentralen hinterfragt werden. Wir erstellen mit einem staatlich geprüften Versicherungsaktuar finanzmathematische Gutachten. Wenn alle Kosten auf dem Tisch liegen, kann fundiert bewertet und beraten werden.

Haben Sie noch einen letzten Tipp?

Man sollte immer Finanzierungsangebote hinterfragen und genau abwägen, welches Konzept langfristig Vorteile bürgt und die aufgestellten Ziele auch wirklich einlösen kann. Eine auf den ersten Blick kostengünstige Beratung und ein entsprechendes Angebot könnte sich im Nachhinein als kostenintensiver herausstellen. Es gilt daher, sich nicht nur über die eigenen Wünsche klar zu sein, diese informiert und konsequent zu verfolgen, sondern auch immer die Motive der beratenden Stelle im Blick zu behalten.



Antje Isbaner
Infos zur Autorin

kontakt.

Medidentas GmbH

Torsten Klapdor

Emmastraße 38

45130 Essen

Tel.: 0201 95974884

E-Mail: klapdor@medidentas.de

www.medidentas.de