



INTERN · FÜR ALLE BEI BENARO

Wie man bei Benaro erfolgreich wird

Meine ungefilterten Gedanken zu unserer Kultur, unserer Beratung, unserem Vertrieb und deiner Karriere.

Kapitel 1
Kultur

Kapitel 2
Beratung & Kunde

Kapitel 3
Vertrieb & Leads

Kapitel 4
Deine Karriere

Hi

Hey, ich bin Ben. Gründer von Benaro, dein Mentor, dein Sparringspartner und der Typ, der dir auf Instagram als der.finanzjurist ständig in die Timeline läuft.

Benaro wächst. Und je mehr Leute dazukommen, desto weniger schaffe ich es, mit jedem Einzelnen so viel Zeit zu verbringen, wie ich gerne würde. Die Ersten, die hier mit mir angefangen haben, konnten mich jeden Tag mit Fragen löchern. Sie haben live mitbekommen, wie ich denke, was ich will und was ich von ihnen erwarte. Diesen Luxus hast du nicht mehr. Also schreibe ich dir hier alles rein, was mir dazu durch den Kopf geht. Komplett ungefiltert.

Ich habe in den letzten Jahren verdammt viel Scheiße erlebt. Erst im Strukturvertrieb, dann beim Aufbau von Benaro. Die Wahrscheinlichkeit, dass ich die meisten Fragen und Probleme, die dir hier begegnen werden, schon selbst durchgekaut habe, ist extrem hoch. Wenn du dieses Büchlein AUFMERKSAM liest und das, was drinsteht, wirklich lebst, sparst du dir Jahre an Umwegen. Ich bin mir verdammt sicher, dass deine Chance, hier richtig erfolgreich zu werden, danach deutlich höher ist.

Vorab: Ich bin Unternehmer und kein Autor. Ich schreibe, wie ich rede. Direkt, manchmal vulgär, immer ehrlich. Wenn dich das stört, hast du schon die erste Lektion gelernt: Bei uns wird nicht drumherum geredet.

Warum es Benaro gibt

Ich war drei Jahre bei tecis. Dort habe ich das Handwerk gelernt: die Grundstruktur des Vertriebs, mein Finanzwissen, wie man ein Kundengespräch führt. Dafür bin ich dankbar. Aber ich habe dort auch gesehen, wie dreckig dieser Markt sein kann.

Ich habe gesehen, wie intransparent Führungskräfte und Partner miteinander umgehen. Niemand wusste, was oben eigentlich in den Vertrieb reinkommt. Alles wurde in Promille umgerechnet statt in Prozent, damit bloß keiner nachrechnen kann. Sobald jemand das Wort „Maklerschaft“ in den Mund genommen hat, ging sofort der Alarm los. Wir wurden bewusst dumm gehalten. Wir wurden darauf getrimmt, Altersvorsorge und BU abzuschließen, weil es da am meisten Geld gab. Ein Depot galt als „Stornoprävention“. Nicht als essenzieller Baustein für die Zukunft des Kunden, sondern als Pflaster, damit der Vertrag nicht wieder rausfliegt.

Die Kunden wurden beraten. Die Produkte waren nicht mal schlecht. Aber die Kunden wurden nie wirklich komplett abgeholt. Der Fokus lag immer auf Geld machen. Nicht darauf, Menschen wirklich zu helfen. Und erst recht nicht darauf, transparent ein Business aufzubauen, das für Kunden UND Partner funktioniert. Es war immer alles ein bisschen shady.

Genau das will ich anders machen. Glasklar. 100 % Transparenz. Für Kunden und für Partner. Und ich will nicht nur ein bisschen anders sein als die anderen. Ich will, dass wir mit diesem Modell Marktführer werden und den ganzen verdammten Markt verändern.

Benaro gibt es, weil Finanzberatung ehrlich sein kann und trotzdem extrem profitabel. Wir beweisen das jeden Tag.

Das hier ist kein Gesetzbuch

Gleich zu Beginn: Das hier ist keine Liste von Regeln, die du blind befolgen sollst. Was wir tun, ist komplex und ändert sich mit jeder Situation. Nimm nicht alles 100 % wörtlich. Benutz deinen Kopf, prüf es selbst, sieh es im richtigen Kontext. Dieses Dokument wird ständig weiterentwickelt und soll dich dazu bringen, Fragen zu stellen und zu mir zu kommen, um mehr zu lernen.

Noch was: Ich könnte ein eigenes Buch für die Beratung schreiben, eins für den Vertrieb, eins für die Setter, eins für die Führungskräfte. Aber ehrlich gesagt wäre das dumm. Alles hier hängt zusammen. Der Setter, der einen Termin legt, entscheidet mit, ob der Partner abschließt. Der Partner, der sauber berät, entscheidet mit, ob der Kunde uns weiterempfiehlt. Je besser du verstehst, was die anderen tun und was sie erreichen wollen, desto erfolgreicher wirst du.

Deshalb lies dieses Büchlein von Anfang bis Ende. Die Dinge, die hier stehen, musst du besser kennen als deine eigene Hosentasche. Wenn du das schaffst, löst du Probleme in einer Stunde, für die andere eine Woche brauchen. Fangen wir mit den Grundlagen an. Unserer Kultur.

KAPITEL 1

Kultur

Wer wir sind, wie wir miteinander umgehen und wen wir hier haben wollen.

Regel Nummer 1: Hör nie auf zu lernen. Und such das Unbequeme.

Kommen wir direkt zu Regel Nummer 1. Sie hat zwei Teile, und beide gehören zusammen.

Teil 1: Student Mentality

Ich glaube fest daran, dass wir Menschen nicht mit denselben Startbedingungen ins Leben gehen, aber alle dieselbe Chance haben, nach ganz oben zu kommen. Erfolg ist kein Zufall. Erfolg ist das logische Ergebnis von Handlungen, die du immer wieder machst. Und deine Handlungen hängen davon ab, welche Informationen du zu dem Zeitpunkt hattest, an dem du dich entschieden hast.

Ich bereue keine meiner früheren Fehlentscheidungen. Ich wusste es damals einfach nicht besser. Ich habe nie bewusst eine schlechte Entscheidung getroffen. Du auch nicht. Aber genau deshalb ist Lernen alles. Die richtige Information zum richtigen Zeitpunkt katapultiert dich meilenweit nach vorne.

Ich habe die Grundstruktur des Vertriebs und mein Finanzwissen bei tecis gelernt. Alles andere habe ich mir selbst beigebracht. Seminare, Workshops, Videos, Bücher und vor allem extrem viel Learning by Doing. Niemand hat mir gezeigt, wie man ein eigenes Unternehmen aufbaut, wie man Leads über Instagram generiert oder wie man Partner rekrutiert. Ich habe es gemacht, bin auf die Fresse gefallen, habe gelernt und es besser gemacht.

Und das erwarte ich auch von dir. Ich werde dir niemals hundert Bücher und Kurse in die Hand drücken, nur damit du Wissen in dich reinpumpst. Expertise kommt vom MACHEN, nicht vom Kurse schauen. ABER: Wenn ich dir eine Lektion aus der Academy schicke, ein Video, ein Skript oder einen Fragenkatalog, dann ist das sehr bewusst gewählt. Nimm es verdammt nochmal ernst. Studier es. Setz es um. Noch am selben Tag.

Es gibt für mich keine größere Form von Respektlosigkeit, als wenn ich dir Wissen gebe, im 1:1, im Jour fixe oder zwischen Tür und Angel, und du ignorierst es. Fängst halbherzig an, schaut es dir nicht zu Ende an, setzt es nicht um. Damit zeigst du mir, dass dir dein eigener Erfolg egal ist.

Höre nie auf zu lernen und dich zu entwickeln. Behandle jede Information, die dich weiterbringt, wie Gold.

Teil 2: Seek Discomfort

Seek Discomfort ist mein Lebensmotto. Und es ist der Grund, warum es Benaro überhaupt gibt.

Als ich noch ziemlich jung war, habe ich den YouTube-Kanal „Yes Theory“ entdeckt. Die Jungs haben zu allem Ja gesagt, was ihnen Angst gemacht hat. Und ich konnte live dabei zusehen, wie ein einziges „Ja“ zum Leben deine ganze Welt verändern kann. Seitdem habe ich jede

Gelegenheit genutzt, die sich mir geboten hat. Und ich habe drauf geschissen, was andere von mir denken, solange ich vorankomme und weder mir noch anderen schade.

Die meisten Menschen wissen ganz genau, was sie tun müssten, um ihr Ziel zu erreichen. Sie tun es nur nicht, weil es unangenehm sein könnte. Weil sie Angst vor einem Nein haben. Vor Ablehnung. Davor, sich zu blamieren. Und genau diese Angst ist das Einzige, was zwischen ihnen und ihrem Ziel steht.

Was das bei Benaro konkret heißt:

- Du greifst zum Hörer, auch wenn du keinen Bock hast.
- Du nimmst ein Nein nicht persönlich. Ein Nein ist ein Nein zu diesem Moment, nicht zu dir als Mensch.
- Du sprichst den Einwand an, vor dem du Angst hast, statt ihn wegzulächeln.
- Du fragst nach der Empfehlung, auch wenn es sich komisch anfühlt.
- Du sprichst das Problem mit deinem Kollegen oder mit mir direkt an, statt es runterzuschlucken.

Merk dir diesen Satz: **Wenn sich etwas unangenehm anfühlt und dich genau dieses Gefühl davon abhält, es zu tun, dann ist es exakt das, was du als Nächstes tun solltest.** Das Wachstum liegt immer auf der anderen Seite des Unwohlseins.

Das ist Regel Nummer 1.

Was ist dein Ziel hier?

Unser Ziel ist es, die transparenteste, fairste und marktveränderndste Finanzberatung Deutschlands aufzubauen. Das ist das oberste Ziel dieses Unternehmens.

Nicht die Finanzberatung mit den meisten Verträgen.

Nicht die mit dem schönsten Büro.

Nicht die mit den kompliziertesten Produkten.

Nicht die, die am lautesten schreit.

Sondern die Beratung, bei der Kunden zum ersten Mal in ihrem Leben verstehen, was sie da eigentlich unterschreiben. Und die Firma, in der Partner zum ersten Mal sehen, was wirklich reinkommt und was davon bei ihnen landet.

Alles andere, was wir uns wünschen, also Umsatz, Reichweite, Marktführerschaft, ergibt sich von selbst, wenn wir konsequent danach streben. Das klingt offensichtlich. Aber nach sechs Monaten im Alltag vergessen viele, worum es hier eigentlich geht. Dann geht es plötzlich nur noch um die nächste Provi. Dann bist du wieder bei tecis. Lass das nicht passieren.

A-Player

Wir wollen nur A-Player.

Ich weiß, Menschen in drei Kategorien einzuteilen, klingt hart. Aber genau so sehe ich es, und genau so läuft es hier.

Es gibt A-Player, B-Player und C-Player. Und bei Benaro ist nur Platz für A-Player.

A-Player sind besessen. Sie lernen aus Fehlern. Sie sind coachable, schlau, machen keine Ausreden, glauben an das, was wir hier aufbauen, und wollen zu den Besten gehören, die es in dieser Branche gibt.

B-Player sind neu. Sie sind auf dem Weg, A-Player zu werden, wenn sie sich reinknien, lernen und liefern. Jeder fängt hier als B-Player an. Das ist völlig okay.

C-Player sind die, die sich nicht an Absprachen halten. Die maximal das Mindeste leisten. Die nur mitlaufen. Die nicht zu Terminen erscheinen. Die sich benehmen, als wäre unsere Zeit wertlos und als würden wir ihnen nicht gerade die krasseste Karrierechance ihres Lebens bieten.

C-Player sind Gift für ein High-Performance-Team. Nicht weil sie katastrophal sind, sondern weil sie den Standard für alle runterziehen. Wenn einer zu spät zum Jour fixe kommt und keiner was sagt, kommen nächste Woche drei zu spät. Deshalb: Wer nicht mitzieht, wird nicht bestraft. Aber er hat hier keinen Platz. Dann helfen wir beim Übergang, und jeder geht seinen Weg.

Ich habe das teuer gelernt. Wir hatten Phasen, in denen schlechtes Scouting, schlechtes Onboarding und eine schlechte Einarbeitung dazu geführt haben, dass Leute bei uns gelandet sind, die einfach nicht mitgearbeitet haben. Die sich hier ausgeruht haben. Das hat Zeit gekostet, Geld gekostet und Energie gekostet, die ich lieber in die Leute gesteckt hätte, die brennen. Das passiert nicht noch mal.

Und um es ganz klar zu sagen: Benaro ist kein Wellbeing-Programm. Wir sind keine Firma, in der man sich wohlfühlen und ein bisschen nebenher Verträge machen kann. Wir bauen eine Zukunft auf, die auf Ruhm und Reichtum beruht. Für dich, für mich und für jeden, der mitzieht.

Der wichtigste Satz für dein Leben: Verhalte dich wie die A-Player-Version von dir, und du wirst zu ihr. Auch wenn du diese Person noch nicht bist.

Nicht nur im Job. Im Leben. Definiere, was die Version von dir macht, die 110 % ihres Potenzials ausschöpft. Als Berater, als Vertriebler, als Partner, als Freund, im Sport. Was macht diese Person täglich? Wie sehen ihre Zahlen aus? Ihre Gewohnheiten? Ihr Mindset? Schreib es auf. Präzise. In Zahlen. Wenn du es nicht weißt, frag jemanden, der genau dieses Potenzial schon ausschöpft. Und dann lebe es.

Die Kernkompetenzen eines A-Players bei Benaro

Damit du es greifen kannst, hier die Eigenschaften, nach denen ich selbst jeden Tag zu leben versuche:

1. **Verantwortung:** Der wichtigste Punkt. Mehr dazu gleich.
2. **Ehrlichkeit und Integrität:** Handelt korrekt, ohne Abkürzungen. Sagt dem Kunden auch dann die Wahrheit, wenn sie Provision kostet. Spricht offen und direkt.
3. **Verlässlichkeit:** Hält sich an mündliche und schriftliche Zusagen, auch wenn es persönlich schwer ist. Ist pünktlich. Immer.
4. **Speed:** Ruft Leads sofort zurück, setzt Feedback am selben Tag um, lässt nichts liegen.
5. **Lernhunger:** Lernt schnell, versteht neue Produkte und Prozesse rasch, fragt nach, wenn etwas unklar ist, und denkt dabei selbst mit.
6. **Überzeugung:** Glaubt an Benaro, an unsere Produkte und an das, was wir aufbauen. Und überträgt das auf jeden Kunden.
7. **Beharrlichkeit:** Hört beim ersten Nein nicht auf. Zieht Aufgaben konsequent bis zum Ende durch.
8. **Eigeninitiative:** Handelt, ohne dass man ihm sagen muss, was zu tun ist. Bringt eigene Ideen in die Firma ein.
9. **Sorgfalt:** Achtet auf die Details, die zählen. Ein falsches Geburtsdatum im Antrag, eine vergessene Unterschrift, eine falsche Steuer-ID kosten uns Kunden.

10. **Organisation:** Plant seine Woche, seine Anwahlen und seine Termine. Weiß jederzeit, was seine Prioritäten sind.
11. **Auftreten:** Ist vorbereitet, wach und präsent. Im Termin, im Call, im Jour fixe.
12. **Offenheit für Kritik:** Holt sich aktiv Feedback und geht ruhig und konstruktiv damit um.
13. **Kommunikation:** Spricht und schreibt klar, präzise und ohne Umwege. Auch mit dem Kunden.
14. **Teamgeist:** Zieht mit allen an einem Strang. Feiert die Erfolge der anderen mit.
15. **Hohe Ansprüche:** Erwartet Bestleistung von sich selbst und von seinem Team. Nicht weniger.

Für alle, die ein Team führen oder führen wollen, kommen drei dazu:

16. **A-Player gewinnen:** Erkennt, überzeugt und holt die richtigen Leute zu Benaro. Und lässt die falschen draußen.
17. **Leute entwickeln:** Bringt seine Partner aktiv weiter und macht sie bereit für die nächste Stufe.
18. **Vorleben:** Macht selbst vor, was er vom Team erwartet. Jeden Tag.

Trust through Transparency

Transparenz ist das Fundament von allem, was wir tun. Und zwar in zwei Richtungen: zum Kunden und zum Partner.

Ich habe dir erzählt, wie es bei tecis lief. Promille statt Prozent. Niemand wusste, was oben reinkommt. Alarm beim Wort Maklerschaft. Das System hat nur funktioniert, weil die Leute unten nicht verstanden haben, wie es funktioniert. Das ist kein Geschäftsmodell. Das ist Betrug am eigenen Team.

Bei uns läuft es andersrum. Alles, was für Kunden und Partner relevant ist, liegt offen. Die einzige Grenze ist die Privatsphäre.

WIE DER MARKT ES MACHT

Provision in Einheiten und Promille, damit keiner nachrechnet.

Karrierestufen, deren Bedingungen sich jedes Jahr ändern.

Kosten im Vertrag, die man erst auf Seite 14 findet.

Partner, die nicht wissen dürfen, dass es auch andere Gesellschaften gibt.

WIE WIR ES MACHEN

Deine Provision in Euro und Prozent. Auf den Cent.

Eine Beförderungstabelle, die für alle gleich ist und die jeder kennt.

Jede Kostenposition liegt vor dem Kunden auf dem Tisch.

Wir arbeiten als Makler mit dem ganzen Markt und suchen das beste Angebot.

Und nach innen gilt: **Alle sehen alle Zahlen.** Umsätze, Anwahlen, Termine, Abschlüsse, Ziele. Nicht um jemanden bloßzustellen, sondern weil Zahlen nicht lügen. Wer seine Zahlen kennt, weiß, wo er steht. Wer die Zahlen der anderen kennt, weiß, was möglich ist.

Transparenz heißt übrigens auch: Du kannst dich nicht verstecken. Wenn du eine Woche lang 20 Anwahlen machst statt 100, sieht das jeder. Wenn dich das nervös macht, gut. Dann weißt du, was du zu tun hast.

Verantwortung

Verantwortung ist für mich die Nummer-1-Eigenschaft eines A-Players. Und weil das Wort so oft benutzt wird, dass es fast nichts mehr bedeutet, definiere ich es hier einmal ganz genau. Damit es keine Missverständnisse gibt.

Echte Verantwortung kann man niemandem aufzwingen. Du musst dich selbst dafür entscheiden. Und Verantwortung kann nicht ohne Wissen existieren. Du kannst nur für etwas verantwortlich sein, das du wirklich verstehst und unter Kontrolle halten kannst.

Verantwortung heißt:

- **Proaktiv sein.** Ein Verantwortlicher wartet nicht auf Anweisungen. Er sieht, was zu tun ist, und tut es.
- **Sich selbst als Ursache sehen.** Keine Rechtfertigungen, keine Schuldzuweisungen. Wenn der Kunde abspringt, fragst du zuerst, was DU hättest anders machen können.
- **Etwas zu deinem Baby machen.** Dein Kunde ist nicht irgendein Kunde. Es ist DEIN Kunde. Sein Konzept, sein Antrag, seine Zukunft.
- **Für andere einstehen.** Wenn du ein Team führst, stehst du auch für die Fehler deiner Partner gerade. Das setzt voraus, dass du weißt, wie man führt, ausbildet und korrigiert.
- **Die Benchmarks kennen.** Du kannst nur dafür sorgen, dass Dinge laufen, wie sie laufen sollen, wenn du weißt, wie „gut“ aussieht. Kenn die Zahlen.
- **Rechenschaft ablegen.** Rede und Antwort stehen für das, was du getan hast und was du nicht getan hast.
- **Deinen eigenen Scheiß aufräumen.** „Ja, das war ich, und das war nicht gut. So mache ich es wieder gut.“
- **Konsequenzen vorhersehen.** Wer weiß, wie die Dinge zusammenhängen, sieht Probleme kommen, bevor sie da sind.
- **Ziele gegen alle Widerstände durchsetzen.** Mit Drive, mit Sicherheit und mit den richtigen Werkzeugen.

Wer Verantwortung trägt, genießt Privilegien. Mehr Geld, mehr Freiheit, mehr Ansehen. Aber er muss eben auch die Kotze wegwischen, wenn es mal schiefgeht.

Ich sehe es jeden Tag: Bei uns passiert beides. Leute, die einen Lead an Lena abgeben und vergessen. Leute, die ein Konzept in Takt anlegen und nie wieder draufschauen. Und Leute, die ihren Kunden vom ersten Anruf bis zur Police begleiten, jeden Schritt kontrollieren und am Ende eine Empfehlung mitnehmen. Und ich sehe ganz klar: **Es funktioniert genau da, wo Ownership passiert.** Überall sonst nicht.

Jetzt sollte klar sein, was Verantwortung bedeutet. Ab jetzt keine Ausreden mehr.

Radikale Ehrlichkeit

Ehrlichkeit geht bei uns vor Loyalität. Immer. Und Loyalität entsteht überhaupt erst durch Ehrlichkeit.

Ich erzähle dir eine Geschichte, auf die ich nicht stolz bin. Ich hatte einen potenziellen Partner, der richtig gut gepasst hätte. Und ich habe ihm die Provisionsstufen nicht klar kommuniziert. Nicht gelogen, aber auch nicht glasklar gesagt, wie es läuft. Ich dachte, das klären wir später. Später kam nie. Er hat gemerkt, dass da etwas nicht eindeutig war, das Vertrauen war weg, und er war weg. Komplett meine Schuld.

Ausgerechnet ich, der Typ, der Benaro gegründet hat, weil es bei tecis an Transparenz gefehlt hat. Das hat mir gezeigt: Unklarheit ist auch eine Form von Unehrlichkeit. Und sie kostet immer mehr, als ein unangenehmes Gespräch gekostet hätte.

Die meisten Beziehungen, Partnerschaften und Teams scheitern nicht an großen Krisen. Sie scheitern daran, dass keiner die unangenehmen Gespräche führt. Einer zieht mehr als der andere, einer hält Absprachen nicht ein, einer kommt ständig zu spät. Und statt es anzusprechen, schluckt man es runter. „Ich will ja keine Spannungen.“ Monatelang. Die Emotionen stauen sich. Man fängt an, hinter dem Rücken über die Person zu reden. Ihr selbst lächelt man ins Gesicht. Und irgendwann explodiert die Bombe, und dann bleibt von der Harmonie nichts mehr übrig.

Harmoniebedürftigkeit ist kein Zeichen von Stärke. Es ist Schwäche und Egoismus. Es ist ein echter Akt von Respekt, Probleme direkt anzusprechen. Wirklich direkt. Nicht bei jemand anderem. Nicht in Nebensätzen. Nicht durch die Blume. Nicht durch schlechte Laune, in der Hoffnung, dass der andere schon merkt, was los ist. Direkt. Präzise. Mit klarer Erwartung. Immer respektvoll, aber direkt.

Radikale Ehrlichkeit ist besser als falsche Harmonie. Gegenüber jedem im Team, gegenüber deinen Kunden und gegenüber mir.

Und deshalb gilt bei uns ein klares Verbot: **Kein Lästern. Kein Gossip.** Wenn du ein Problem mit jemandem hast, sagst du es der Person. Nicht dem Kollegen in der Mittagspause, nicht in einer WhatsApp-Gruppe, nicht hinter vorgehaltener Hand. Lästern ist Loser-Mentalität. Das sind wir nicht.

Fokus

Am Anfang habe ich einen Fehler gemacht, den ich dir ersparen will. Ich wollte Kunden und Partner gewinnen, weil sie Geld bringen. Auch wenn es eigentlich kein Match war. Auch wenn

sie überhaupt nicht zu unserer Kultur gepasst hätten. Ein Kunde, der Umsatz bringt, aber nicht wirklich zu uns passt. Ein Partner, der Erfahrung hat, aber im Kopf noch im alten System steckt.

Weißt du, was passiert? Diese Leute kosten dich mehr Energie, als sie dir bringen. Der falsche Kunde storniert, beschwert sich oder empfiehlt dich nie weiter. Der falsche Partner zieht das Team runter, hält sich nicht an Absprachen und geht nach drei Monaten wieder. Und du hast in der Zwischenzeit nicht an den Dingen gearbeitet, die dich wirklich weiterbringen.

Stell dir vor, jedes Ziel ist ein Punkt auf einem Blatt Papier, und du versuchst, ihn mit einer Lupe und Sonnenlicht durchzubrennen. Die meisten halten über zwanzig Punkte je eine Lupe. Alles wird warm, aber nichts brennt durch. Leg alle Lupen übereinander auf EINEN Punkt, und das Blatt brennt in Sekunden.

Unser Fokus ist glasklar:

TRANSPARENZ und MARKTFÜHRERSCHAFT.

Alles, was darauf einzahlt, machen wir mit voller Kraft. Alles, was nicht darauf einzahlt, ist Lärm.

Für dich persönlich heißt das: Sortiere jede Woche deine Aufgaben. Was ist wichtig und dringend? Das sind deine High-Leverage-Aufgaben: Leads anrufen, Termine führen, Konzepte fertig machen, Abschlüsse holen. Dahin gehen alle deine Lupen. Der Rest ist das Zeug, mit dem man sich „busy“ fühlt, um sein Gewissen zu beruhigen. Eine neue Excel-Liste. Das fünfte Mal den Kalender umsortieren. Das ist nicht Arbeit. Das ist Prokrastination mit gutem Gewissen.

Speed & Momentum

Erfolg und Geld lieben Speed. Das ist ein Naturgesetz.

Nicht die besten Ideen gewinnen. Sondern die Ideen, die am schnellsten umgesetzt wurden, schnell gescheitert sind, dabei Daten gesammelt haben, verbessert wurden und das so lange wiederholt haben, bis sie funktionieren. Und zwar lange bevor die „perfekte“ Idee überhaupt das erste Mal umgesetzt wurde.

Ich hatte keine Ahnung, wie man ein Unternehmen gründet, als ich Benaro gegründet habe. Ich hatte keine Ahnung, wie man Reels macht, als ich mein erstes Video als der.finanzzurist hochgeladen habe. Ich hatte keine Ahnung, wie man Partner rekrutiert, als ich meinen ersten Partner an Bord geholt habe. Ich hatte keine Ahnung, wie man ein Intranet baut, als wir angefangen haben, unsere eigenen Systeme zu bauen. Ich habe es einfach gemacht. Merkst du was? Perfektionismus ist Bullshit. Speed gewinnt immer.

Wo wir heute Geld verlieren, ist kein Geheimnis. Es sind zwei Dinge:

1. **Speed to Lead.** Jede Minute, die zwischen Eintragung und Rückruf vergeht, kostet uns Termine. Mehr dazu in Kapitel 3.
2. **Zeit zwischen den Terminen.** Jeder Tag, der zwischen Erstgespräch und Folgetermin liegt, kühlt den Kunden ab. Das Feuer, das du im ersten Gespräch entfacht hast, ist nach zwei Wochen nur noch Glut.

Und das gilt für alles hier. Die besten Vertriebler sind nicht die, die am meisten nachdenken. Es sind die, die den Hörer in die Hand nehmen und stumpf die Nummern wählen. Ein Kunde mit einer Situation, die du noch nie hattest? „Lass mich erst mal alles dazu lernen, bevor ich den Termin mache“ ist Bullshit. Nimm den Termin. Stell Fragen. Frag mich. Recherchier. Du lernst zehnmal schneller, als wenn du dich erst drei Wochen vorbereitest.

Eine Ausnahme gibt es, und die ist wichtig: **Bei der Ausarbeitung des Konzepts geht Qualität vor Tempo.** Speed heißt nicht schlampig. Ein falsch gerechnetes Konzept, ein vergessener Baustein, ein Antrag mit Fehlern zerstört das Vertrauen, das du dir aufgebaut hast. Sei schnell beim Anrufen, schnell beim Terminieren, schnell beim Nachfassen. Und gründlich da, wo es um die Zukunft des Kunden geht.

Um skalierbare Prozesse zu bauen, musst du erst das Unskalierbare tun. Sonst bleiben deine Prozesse Theorie. Und Theorie ist langsam. Money loves Speed.

Wie viele Stunden du arbeitest, ist scheißegal

Bevor du jetzt die Augen verdrehst, sei ehrlich zu dir selbst. Du kennst diese Tage, an denen du im Tunnel bist. Die Stunden verfliegen wie Minuten, du hast fünf Termine gelegt, zwei Abschlüsse gemacht und drei Konzepte fertig. Du fühlst dich danach wie Herkules. Und jetzt sei ehrlich: Wie oft hattest du solche Tage diese Woche? Diesen Monat?

Genau da passiert die Magie. Nicht in der Zahl der Stunden, sondern in der Wirkung pro Stunde. Wir sind kein „Zeit absitzen“-Unternehmen. Wir sind ein Ergebnis-Unternehmen. Du bist selbständig. Niemand zählt deine Stunden. Aber jeder sieht deine Zahlen.

Klar, wir lieben Hustler, die sich reinhängen und brennen. Aber am Ende zählt nicht, wie lange du am Schreibtisch sitzt, sondern was du jede Stunde ablieferst. Also: Mach die Scheiße fertig. Beweg was. Und wenn du dein Ziel erreicht hast, schieb die Messlatte verdammt nochmal weiter nach oben.

Und fordere das von jedem, mit dem du zusammenarbeitest. Toleriere keine unterdurchschnittliche Leistung und keine Bequemlichkeit, denn sie schadet ALLEN.

Erwarte nichts. Owne alles.

Wenn was schief läuft, ist es deine verdammte Schuld. Punkt.

Ich weiß, ich habe es schon gesagt. Aber wenn du nur eine Sache aus diesem Text mitnimmst, dann diese: **Du kannst Verantwortung nicht abgeben und vergessen.**

Ich kriege die Krise, wenn jemand einen Antrag einreicht und sich dann wundert, dass er drei Wochen später immer noch nicht policiert ist. Wenn jemand ein Konzept beauftragt und erst am Tag vor dem Termin merkt, dass ein Angebot fehlt. Wenn jemand einen Lead an Lena gibt und nie wieder nachschaut, was aus ihm geworden ist. Das ist nicht die Schuld der Gesellschaft, nicht die Schuld des Pools und nicht die Schuld von Lena. Das ist deine Schuld.

So sieht Ownership aus:

- Du reichst einen Antrag ein und schaust jeden Tag nach, wo er steht, bis die Police da ist.
- Du hast in drei Tagen den Zweittermin und prüfst heute, ob alle Angebote da sind. Nicht morgen. Heute.
- Dein Kunde wartet auf einen Rückruf von der Gesellschaft? Du rufst die Gesellschaft an. Zweimal am Tag, wenn es sein muss. Scheißegal, wie unangenehm es ist.
- Etwas ist kritisch? Dann hast du einen Plan B, bevor Plan A scheitert.

Wenn du dabei bist, etwas in den Sand zu setzen, will ich das Wochen vorher wissen. Nicht einen Tag davor.

Und ganz wichtig: Nenn mir keine Ziele und verhalte dich dann wie jemand, der sie nie erreichen wird. Worte sind für mich wie Luft. Sorge dafür, dass du dein Wort hältst. Und Sorge dafür, dass andere ihr Wort dir gegenüber halten.

Check. Jeden. Tag. Lass. Keinen. Raum. Für. Fehler. Mach deinen Erfolg niemals von anderen abhängig.

Ich habe nicht immer recht

Schockierend, ich weiß. Ich bin der Erste, der zugibt, dass er nicht perfekt ist. Die beste Idee gewinnt, egal von wem sie kommt.

Und eins verspreche ich dir: Niemand auf diesem Planeten will mehr, dass du und Benaro erfolgreich seid, als ich. Egal wie hart du arbeitest, du wirst nie so viel Zeit, Energie und Gedanken in diese Firma stecken wie ich. Aber ich werde nicht immer recht haben. Was du tun kannst? Mach es mir leichter, öfter recht zu haben. Und dafür musst du verstehen, in welcher Welt ich mich bewege.

Ich bin das Gesicht von Benaro. Ich mache den Content als der.financejurist, der jeden Tag die Leads reinholt, von denen wir alle leben. Ich berate selbst Kunden. Ich rekrutiere und entwickle Partner. Ich baue mit unseren Systemen, dem Intranet, den Anruflisten und den Automationen, die ganze Maschine, auf der wir arbeiten. Ich kümmere mich um den Pool, die Verträge, das Marketing, die Finanzen. Und ich studiere nebenbei noch. Das sind mehrere Vollzeitjobs gleichzeitig.

Wenn du also etwas von mir brauchst, versteh bitte: Ich habe nicht jedes Detail deines Kunden im Kopf. Alles, was du mir nicht sagst, weiß ich nicht. Wenn du mir eine Entscheidung vorlegst, mach deine Hausaufgaben. Komm mit Kontext, Daten und Optionen.

NICHT SO

„Hey Ben, ich hab morgen den Zweittermin mit Herrn Müller. Brutto oder Netto, was meinst du?“

SONDERN SO

„Hey Ben, morgen 18 Uhr Zweittermin mit Herrn Müller, 31, Ingenieur, 3.400 netto, will 250 € im Monat für die Rente. Ich habe Brutto bei der Nürnberger und Netto bei der Alten Leipziger gerechnet, der Vergleich liegt in Takt. Netto liegt nach 30 Jahren deutlich vorne. Er hat im Erstgespräch gesagt, dass ihn Kosten am meisten nerven, deshalb würde ich Netto empfehlen. Die BU läuft parallel über fb>xpert, das Angebot ist da. Passt das für dich, oder soll ich beide Varianten zeigen?“

Wenn du wirken willst wie jemand, der halt seinen Job macht und dem das Ergebnis egal ist, frag wie links. Wenn du wirken willst wie jemand, der Verantwortung übernimmt und echte Ergebnisse will, frag wie rechts. Und das gilt nicht nur bei mir, sondern bei jedem, von dem du eine Entscheidung brauchst.

Kommunikation

Bei uns wird kommuniziert: 100 % offen und ehrlich. Aber mit Respekt und immer konstruktiv.

Die meisten checken nicht, wie wichtig Kommunikation auf dem richtigen Level ist. Das Schlimmste, was du tun kannst, wenn du etwas wirklich Wichtiges brauchst: eine WhatsApp schreiben und hoffen. Das Beste: anrufen oder persönlich reden. Je „niedriger“ die Kommunikationsform, desto höher die Chance, dass es schiefgeht. Während du das hier liest, weißt du nicht, ob ich gerade lache, sauer bin oder dich abfeiere. Text hat keine Stimme, keine Mimik, keine Gestik.

- Kurze Info, kein Druck? Schreib eine Nachricht. Passt.
- Kunde springt kurz vor dem Abschluss ab und du weißt nicht, warum? Ruf an. Sofort.
- Ein Problem mit einem Kollegen oder mit mir? Persönlich oder per Call. Nie per Text.

Je komplexer das Thema, desto höher muss die Form der Kommunikation sein. Ruf zuerst an. Wenn keiner rangeht, schreib. Wenn keiner antwortet: höfliche Hartnäckigkeit.

Und merk dir: **Geschriebene Kommunikation ist erst dann Kommunikation, wenn der andere bestätigt hat, dass er sie gelesen hat.** Wenn du eine Nachricht schickst und keine Antwort bekommst, hast du nicht kommuniziert. Du hast nur dein Gewissen beruhigt, damit du später sagen kannst: „Ich hab doch geschrieben.“ Wir schauen nicht auf Taten, wir schauen auf Ergebnisse.

Keine Beschwerdekultur

Eine Art von Kommunikation ist bei uns komplett verboten: Probleme als Beschwerde zu verpacken. Wir haben keinen Platz für Energiesauger. Jeder hat seine Probleme, beruflich und privat. Aber wer seinen Frust beim Kaffee, im Call oder in der Gruppe auskotzt, nur um sich selbst besser zu fühlen, überträgt seine negative Energie auf alle anderen. Und die müssen dann den Rest der Woche damit klarkommen. Toll. Reingeschissen. Das kenne ich aus dem Strukturvertrieb zur Genüge. Das gibt es bei uns nicht.

Nicht falsch verstehen: Probleme MÜSSEN angesprochen werden. Mit Kunden, mit Kollegen und auch mit mir. Aber radikal ehrlich, direkt und vor allem **lösungsorientiert**. Komm nicht mit „das läuft alles scheiße“. Komm mit „das läuft nicht, ich glaube, es liegt daran, und ich würde es so lösen“.

Erfolge werden gefeiert

Good News werden verbreitet. Abschlüsse werden gefeiert. Beförderungen werden gefeiert. Und zwar von allen. Neid gibt es bei uns nicht. Wenn du innerlich Neid spürst, wenn ein anderer einen Erfolg feiert, dann ist exakt das der Grund, warum du diesen Erfolg noch nicht feierst. Freu dich für ihn, frag ihn, wie er es gemacht hat, und mach es nach.

Und vergiss niemals: Respekt. Vor der Kultur. Vor deinen Kollegen. Vor unseren Kunden. Immer.

Owne deine Fehler

Ich hasse Ausreden. Und ich verachte es, wenn Leute lieber ihr Ego retten, als aus ihren Fehlern zu lernen.

Fehler sind okay. Wirklich. Ich erwarte sogar, dass du welche machst. Ich habe selbst genug gemacht, ein paar davon kennst du jetzt. Fehler sind eine Investition in dich, in dein Denken und in dein Wachstum. Solange du daraus lernst, hat es sich gelohnt.

Wenn ein A-Player scheitert, speichert sein Gehirn das Muster ab, und beim nächsten Mal macht er es besser. Ein C-Player macht denselben Fehler noch mal und bremst alle anderen aus. Ich will keine perfekten Menschen. Ich will Menschen, die lernen. Mach Fehler. Lern daraus. Wiederhol sie nicht. Das ist der Deal.

Wenn dir ein Fehler passiert: Komm auf mich zu. Sofort. Dann setzen wir uns hin, analysieren es, fixen es und machen weiter. Kein Drama.

Aber eins musst du wissen, und hier gibt es null Spielraum: **Wer einen gravierenden Fehler vorsätzlich vertuscht, fliegt. Sofort.** Kein Gespräch, keine zweite Chance. Nicht wegen des Fehlers, sondern wegen der Lüge. Ein vertuschter Fehler bei einem Kunden kann seine finanzielle Zukunft kosten. Und er zerstört das, worauf Benaro gebaut ist: absolute Ehrlichkeit und Respekt zueinander.

Ich habe noch nie jemanden rausgeschmissen, weil er Mist gebaut hat. Aber ich werde jeden rausschmeißen, der so tut, als hätte er keinen gebaut.

KAPITEL 2

Beratung & Kunde

Ja, auch wenn du Setter bist oder nicht selbst berätst, musst du das lesen. Hier steht, was wir verkaufen und warum.

Was eine Benaro-Beratung ist

Lass uns über das reden, was wir eigentlich tun. Ich rede hier nicht über Rechner, Tarife und Prozesse, die ändern sich sowieso ständig. Ich rede über Haltung und Anspruch.

Eine Benaro-Beratung steht auf drei Säulen. Wenn eine davon fehlt, ist es keine Benaro-Beratung:

1. **Transparenz.** Der Kunde weiß am Ende genau, was er kauft, was es kostet und was wir daran verdienen. Jede Kostenposition liegt auf dem Tisch. Wenn er etwas nicht versteht, haben wir es nicht gut genug erklärt.
2. **Das beste Angebot am Markt.** Wir sind Makler, nicht Vertreter einer Gesellschaft. Wir suchen für jeden Kunden das Angebot, das für ihn das beste ist. Nicht das, das uns am besten passt.
3. **Konzepte statt Einproduktverkauf.** Wir verkaufen keine Rentenversicherung. Wir verkaufen keine BU. Wir bauen ein Konzept für das ganze Leben des Kunden: Absicherung, Vorsorge, Vermögensaufbau, Sachversicherungen. Alles passt zusammen, alles hat einen Grund.

Und das heißt konkret: Bei uns gibt es nicht nur Altersvorsorge und BU, weil da die meiste Provi drin ist. Das Depot ist bei uns kein „Stornoschutz“, sondern ein Kernbaustein für den Vermögensaufbau. Wir zeigen dem Kunden Brutto und Netto im Vergleich, und wenn Netto für ihn besser ist, empfehlen wir Netto. Auch wenn wir daran anders verdienen.

Genau das ist der Unterschied zu dem, was ich bei tecis erlebt habe. Dort wurde der Kunde mit einem Produkt ausgestattet. Bei uns bekommt er ein Konzept. Dort wurde er beraten. Bei uns wird er abgeholt.

Abgeholt oder nicht

Woran merkst du, ob du deinen Kunden wirklich abgeholt hast? Das steht in keinem Rechner. Das siehst du in seinen Augen und daran, wie er mit dir redet.

NICHT ABGEHOLT

Er ist zurückhaltend. Einsilbig. Ruhig. Nickt viel, fragt wenig. Sagt am Ende „Ich überleg mir das noch mal“.

ABGEHOLT

Er stellt Fragen. Er erzählt dir von sich aus von seinen Zielen und Ängsten. Er lacht. Er fragt, was seine Freundin machen sollte. Er will wissen, wann es losgeht.

Wenn du merkst, dass dein Kunde zumacht, dann liegt es nicht am Kunden. Es liegt an dir. Du hast zu viel geredet und zu wenig gefragt. Du hast über Produkte gesprochen statt über sein Leben. Du hast seinen echten Schmerz nicht gefunden. Hör auf zu präsentieren und fang an zu fragen. Was will er wirklich? Wovor hat er Angst? Was passiert, wenn er nichts tut?

Ein abgeholter Kunde unterschreibt nicht, weil du ihn überredet hast. Er unterschreibt, weil er verstanden hat, dass es für ihn das Richtige ist. Und er schickt dir danach seine Freunde.

Der Kunde gewinnt

Das ist keine schöne Theorie. Das passiert bei uns jeden einzelnen Tag.

Wir stehen ständig zwischen zwei Produkten. Das eine bringt uns deutlich mehr Provision. Es ist für den Kunden auch ein bisschen besser, sagen wir 1 %. Ein Unterschied, den er im echten Leben kaum spüren würde. Das andere bringt uns weniger und ist für den Kunden praktisch gleichwertig oder sogar besser.

Fast jeder im Markt nimmt in diesem Moment das Produkt mit der höheren Provi. Kann man ja begründen, ist ja „1 % besser“.

Wir nicht. In solchen Momenten entscheiden wir uns bewusst für den Kunden und gegen die Provi. Jedes Mal.

Wenn du zwischen dem Kunden und deiner Provision wählen musst, gewinnt der Kunde. Immer. Ohne Ausnahme.

Warum? Weil das genau der Moment ist, in dem sich entscheidet, ob wir anders sind oder nur so tun. Und weil sich das langfristig auszahlt. Ein Kunde, der merkt, dass du für ihn entscheidest und nicht für dich, bleibt dir ein Leben lang. Er schließt die nächsten Verträge bei dir ab. Und er empfiehlt dich an seine Freunde, seine Familie und seine Kollegen weiter. Die Provi, auf die du heute verzichtest, kommt vielfach zurück.

Du kannst nichts verkaufen, was du selbst nicht ownst

Menschen kaufen nur, wenn wir selbst gekauft haben, was wir verkaufen.

Stell dir vor, du sitzt einem Kunden gegenüber und erzählst ihm, wie wichtig eine private Altersvorsorge ist. Wie gefährlich es ist, ohne BU durchs Leben zu gehen. Dass jeder ein Depot braucht. Und dann fragt er dich: „Und was hast du selbst?“ Wenn du dann rumdruckst, hast du verloren. Er merkt es. Jeder Kunde merkt es.

Deshalb meine dringende Empfehlung an jeden bei Benaro: **Hab das, was du verkaufst.** Deine eigene Altersvorsorge, deine BU, dein Depot. Durchgerechnet als Konzept, so wie wir es für jeden Kunden machen. Nicht weil ich dich dazu zwingen, sondern weil du sonst nie mit voller Überzeugung beraten wirst. Und weil du dann jedem Kunden sagen kannst: „Ich habe genau das selbst. Und zwar aus diesem Grund.“

Überzeugung schlägt jedes Skript

Ich sehe es immer wieder: Partner, die fachlich gut sind, aber im Termin unsicher werden. Die beim ersten Einwand einknicken. Die den Preis nennen und sich dabei fast entschuldigen. Dieses fehlende Selbstbewusstsein kostet uns jede Woche Abschlüsse.

Woher kommt Selbstbewusstsein in der Beratung? Nicht aus auswendig gelernten Sprüchen. Es kommt in dieser Reihenfolge:

1. **Überzeugung.** Die absolute Sicherheit, dass wir die besten Produkte am Markt vermitteln und dass das, was du dem Kunden empfehlst, wirklich das Beste für ihn ist.
2. **Die Vision.** Das Wissen, dass du Teil von etwas Großartigem bist. Dass wir hier gerade die Finanzberatung in Deutschland verändern.
3. **Produktwissen.** Wenn du ein Produkt in- und auswendig kennst, kann dich kein Einwand mehr umhauen.

Wenn du das wirklich verinnerlicht hast, wird Verkaufen das Einfachste der Welt. Du musst niemanden überreden. Du zeigst ihm einfach, was das Beste für ihn ist, und erklärst ihm, warum.

Testimonials: der Beweis

Und woher kommt die Sicherheit, dass wir die Besten sind? Aus unseren Kunden. Deshalb nehmen wir Testimonials auf. Nicht als Marketing-Spielerei, sondern als Beweis. Für den nächsten Kunden, der zweifelt. Und für dich, wenn du zweifelst.

Jeder Kunde, der glücklich ist, ist ein potenzielles Testimonial. Frag ihn. Seek Discomfort. Ein kurzes Video, in dem ein Kunde erzählt, wie wir ihm geholfen haben, ist mehr wert als jede Präsentation, die wir je bauen werden.

Sorgfalt im Konzept

Ich habe es im Kapitel Speed schon gesagt, aber hier gehört es noch mal hin: Bei der Ausarbeitung des Konzepts gilt Qualität vor Tempo.

Unsere Kunden vertrauen uns ihre finanzielle Zukunft an. Ein falsches Geburtsdatum, eine vergessene Vorerkrankung in der Gesundheitsprüfung, eine falsch eingetragene IBAN, ein Baustein, den wir übersehen haben. Das sind keine Kleinigkeiten. Das kann im schlimmsten Fall bedeuten, dass ein Kunde im Ernstfall keine Leistung bekommt.

Also: Prüf alles. Zweimal. Lies jeden Antrag, bevor er rausgeht. Und wenn du dir bei etwas unsicher bist, frag. Lieber eine Frage zu viel als ein Fehler beim Kunden.

KAPITEL 3

Vertrieb & Leads

Wie wir an Kunden kommen, warum jeder Lead Geld ist und welche Zahlen ein A-Player schafft.

Ein Lead ist Geld

Lass uns mal über Geld reden, denn viele verstehen nicht, was ein Lead eigentlich ist.

Unsere Leads kommen über meinen Content als der.finanzzurist und über unsere Meta-Anzeigen. Jeder einzelne davon hat Geld gekostet. Werbebudget, Produktionszeit, meine Zeit vor der Kamera, Systeme, die wir gebaut haben. Als wir das zuletzt über ein halbes Jahr gemessen haben, sah es so aus:

≈ 11 €

kostet uns ein Lead allein an Werbebudget

≈ 35 €

kostet uns ein gebuchtes Erstgespräch

≈ 2.000 €

Umsatz bringt im Schnitt ein Abschluss

Gemessen Februar bis August 2026: 6.385 € Werbebudget, 600 Leads, 182 gebuchte Erstgespräche.

Das heißt: Jeder Lead, den du nicht anrufst, ist ein Zehner, den du verbrennst. Jedes Erstgespräch, das du nicht ordentlich führst, sind 35 € in den Müll. Und jeder Kunde, den du nicht abholst, sind 2.000 €, die auf der Straße liegen bleiben. Plus alles, was er in seinem Leben noch abgeschlossen und an Empfehlungen gebracht hätte.

Und noch was, damit es keine Missverständnisse gibt: Lena, unsere KI-Anruferin, bringt keine Leads. Sie ruft Leads an, die schon da sind, und legt Termine. Sie ist eine Unterstützung, kein Ersatz für dich. Wer glaubt, er kann sich zurücklehnen, weil „Lena das schon macht“, hat Kapitel 1 nicht verstanden. Der Kunde will mit einem Menschen sprechen. Mit dir.

Speed to Lead

Speed ist bei Leads alles. ALLES.

Wenn sich jemand bei uns einträgt, ist er in genau diesem Moment heiß. Er hat gerade mein Video gesehen, sich gedacht „Scheiße, ich muss da was machen“ und seine Nummer eingetragen. Fünf Minuten später ist er bei WhatsApp. Eine Stunde später hat er es halb vergessen. Am nächsten Tag weiß er nicht mehr, wer wir sind.

Ich kann dir keine genaue Zahl sagen, wie viel Geld uns langsame Rückrufe schon gekostet haben. Aber ich weiß, dass es extrem viel ist. Das ist das Geld, das bei uns am meisten auf der Straße liegt.

Deshalb gelten bei uns drei Regeln, ohne Diskussion:

5 Min

maximal bis zum ersten Rückruf. Nicht 10, nicht 30, nicht „nach meinem Termin“.

2×

Double Dial. Immer. Wer beim ersten Mal nicht rangeht, sieht beim zweiten Anruf direkt danach, dass es wichtig ist.

3×

mindestens drei Anwahlen pro Tag bei jedem frischen Lead, bis du ihn erreichst.

Und Speed hört nicht beim ersten Anruf auf. Zwischen dem Anruf und dem Erstgespräch, zwischen Erstgespräch und Zweittermin, zwischen Zweittermin und Antrag sollte so wenig Zeit wie möglich liegen. Jeder Tag Pause kühlt den Kunden ab. Leg den nächsten Termin immer direkt im laufenden Gespräch fest. Nie „ich melde mich bei dir“.

Die Zahlen

Vertrieb ist kein Glücksspiel. Vertrieb ist Mathematik. Und die Mathematik ist bei uns ganz einfach:

100

Anwahlen am Tag. Minimum.

10

Gespräche daraus. Locker.

3

Termine daraus. Mindestens.

Das ist kein ambitioniertes Ziel. Das ist das Minimum. High Performer schaffen das easy. Und ehrlich gesagt: Die richtig Guten schaffen überall das Doppelte. 200 Anwahlen, 20 Gespräche, 6 Termine. Easy.

Rechne mal mit: Drei Termine am Tag sind 15 in der Woche. Selbst wenn ein Drittel davon platzt und nur jeder fünfte stattgefundene Termin zum Abschluss führt, bist du bei zwei Abschlüssen pro Woche. Das sind rund 4.000 € Umsatz. Jede Woche. Und jetzt rechne aus, was passiert, wenn du die Zahlen verdoppelst.

Wenn du deine Zahlen nicht schaffst, liegt es fast nie an den Leads, am Wetter oder am Markt. Es liegt daran, dass du nicht genug Anwahlen gemacht hast. Punkt. Bei tecis warst du mit einem Kunden pro Woche schon der King. Das ist lächerlich. Bei uns ist das ein schlechter Tag.

Und weil bei uns alle alle Zahlen sehen, weiß jeder, wo er steht. Kenn deine Zahlen jeden Abend. Anwahlen, Gespräche, Termine, Abschlüsse. Wer seine Zahlen nicht kennt, kann sie nicht verbessern.

Nein heißt nicht Nein

Im Vertrieb sagen wir: NEIN heißt „Noch Ein Impuls Nötig“.

Wenn ein Kunde Nein sagt, heißt das fast nie wirklich Nein. Es heißt: „Ich habe es noch nicht verstanden.“ Oder: „Ich habe Angst.“ Oder: „Ich vertraue dir noch nicht genug.“ Oder einfach: „Ich bin gerade im Stress.“ Dein Job ist es herauszufinden, welches dieser Neins es ist. Und dann den nächsten Impuls zu geben.

Das heißt nicht, dass du Leute nervst oder belästigst. Es heißt, dass du beim ersten Widerstand nicht aufgibst. Dass du nachfragst. Dass du den Einwand ernst nimmst und ihn auflöst. Dass du nicht nach dem ersten „keine Zeit“ den Lead abhakst, sondern es am nächsten Tag noch mal versuchst. Und am übernächsten.

Und das gilt auch intern. Du brauchst etwas von einer Gesellschaft, und der erste Sachbearbeiter sagt dir, das geht nicht? Das ist kein finales Nein. Das ist ein „Ich weiß nicht, wie man das entscheidet“-Nein. Frag den nächsten. Frag nach dem Vorgesetzten. Ruf beim Maklerbetreuer an. Frag mich, ob ich jemanden kenne. Es gibt immer Wege. Immer.

Und selbst wenn du am Ende ein echtes Nein bekommst, heißt das nur, dass dieser eine Kunde oder diese eine Gesellschaft Nein gesagt hat. Nicht, dass alle anderen es auch tun. Erst wenn du wirklich alle Wege ausprobiert hast, darfst du sagen, dass du es versucht hast.

Ein Nein ist kein Stoppschild. Es ist der Anfang vom echten Gespräch.

KAPITEL 4

Deine Karriere

Was du hier erreichen kannst, wie du dahin kommst und woran du merkst, dass es nicht passt.

Intro

Wenn du bis hierhin gelesen hast, bist du wahrscheinlich nicht nur neugierig, sondern willst das hier wirklich zu deiner Karriere machen. Gut so. Denn wenn du ehrgeizig bist und dein Leben wirklich diesem Game widmen willst, bist du bei Benaro genau richtig.

Ich glaube fest daran, dass man die Menschen belohnen muss, die das Ding mit aufbauen. Die mitziehen. Die Verantwortung übernehmen. Die uns dahin bringen, wo wir hinwollen. Und weil wir Benaro sind, mache ich das nicht mit warmen Worten und vagen Versprechen, sondern mit einer Tabelle, die jeder kennt.

Benaro wird wachsen. Mehr Partner, mehr Kunden, mehr Teams. Und dafür brauchen wir Leader. Leute, die mehr wollen. Die sich nicht mit „gut“ zufriedengeben. Die nicht darauf warten, dass ihnen jemand Verantwortung gibt, sondern sie sich nehmen.

Bei uns gibt es keine Titelpolitik und keine Worthülsen. Es gibt keinen Chef, der nach Sympathie befördert. Bei uns gilt: Wer liefert, steigt auf. Transparent. Für jeden gleich.

Der Beförderungsplan

Erinnerst du dich an die Promille bei tecis? Hier ist das Gegenteil. Das ist unser kompletter Karriereplan, genau so, wie er in deiner Vereinbarung steht. Jeder sieht ihn, jeder kennt ihn, jeder kann nachrechnen.

KARRIERESTUFE	PROVISIONSSTUFE	EIGENUMSATZ	GRUPPENUMSATZ	ZEITRAUM	DIREKTE PARTNER
Senior Partner III	90,0 %	480.000 €	1 × SP II	12 Monate	4
Senior Partner II	89,5 %	480.000 €	1 × SP I	12 Monate	4
Senior Partner I	88,5 %	240.000 €	1 × SP	6 Monate	4
Senior Partner	87,0 %	240.000 €	1 × P	6 Monate	4
Partner	85,0 %	240.000 €	1.200.000 €	6 Monate	4
Junior Partner	80,0 %	200.000 €	960.000 €	6 Monate	4
Leading Consultant	74,5 %	120.000 €	480.000 €	6 Monate	4
Managing Consultant	67,5 %	80.000 €	240.000 €	6 Monate	3
Senior Consultant	59,0 %	60.000 €	120.000 €	6 Monate	2
Consultant	48,0 %	40.000 €	60.000 €	6 Monate	-
Junior Consultant	39,0 %	40.000 €	40.000 €	kumuliert	-
Analyst	29,0 %	20.000 €	20.000 €	kumuliert	-
Trainee (Start)	20,0 %	-	-	-	-

Umsatz ist die abgerechnete Courtage für policiertes Geschäft vor Stornoreserve, abzüglich Stornos. Ab Senior Consultant kommen zusätzlich Karrierepunkte aus dem Team dazu. Die Einzelheiten stehen in § 5 deiner Vereinbarung.

Die Provisionsstufe ist der Anteil am Umsatz, der bei dir landet. In Prozent. In Euro. Ohne Einheiten, ohne Promille, ohne Tricks.

Was das in Euro heißt

Wir haben noch nicht die Jahre auf dem Buckel, um dir hier fünf Lebensläufe von Partnern zu zeigen. Aber man kann es ausrechnen. Bei einem durchschnittlichen Abschluss von rund 2.000 € Umsatz sieht ein realistischer Weg so aus, nur aus deinem eigenen Geschäft:

WANN	ABSCHLÜSSE	EIGENUMSATZ IM JAHR	STUFE	BEI DIR IM JAHR
Jahr 1	1 bis 2 pro Woche	≈ 140.000 €	Trainee bis Consultant	≈ 55.000 €
Jahr 3	2 pro Woche	≈ 185.000 €	Managing Consultant	≈ 125.000 €
Jahr 5	2 bis 3 pro Woche	≈ 230.000 €	Leading Consultant	≈ 170.000 €

Rechenbeispiel mit 46 Arbeitswochen, ohne Bestandsprovision und vor Steuern und Stornoreserve. Keine Zusage. Ab Senior Consultant setzt die Stufe zusätzlich ein eigenes Team voraus.

Und jetzt erinnere dich an die Zahlen aus Kapitel 3. Mit 100 Anwalen und 3 Terminen am Tag sind zwei Abschlüsse pro Woche keine Kunst. Wer das Doppelte schafft, rechnet mit dem Doppelten.

Mentoring nach Einsatz

Wie viel du willst, ist deine Entscheidung. Nicht meine. Ich zwinge niemanden, ein Imperium aufzubauen.

Aber ich bin radikal ehrlich: Meine Zeit ist das Wertvollste, was ich zu vergeben habe. Und ich investiere sie dort, wo sie am meisten bewegt. Wer 200 Anwalten am Tag macht, seine Termine sauber führt und jedes Feedback am selben Tag umsetzt, bekommt mehr von mir: mehr 1:1-Zeit, mehr gemeinsame Termine, mehr Feedback, mehr Leads. Wer das Minimum macht, bekommt das Minimum.

Das ist nicht unfair. Das ist das fairste System, das es gibt. Jeder hat dieselbe Chance. Was du daraus machst, liegt bei dir.

Alignment

Ich habe nie ein Managementbuch zu Ende gelesen. Die Formel, die in der Praxis wirklich funktioniert, ist ganz einfach: Leading. By. Example.

Das größte Führungsproblem überhaupt ist, wenn das, was jemand sagt, und das, was er tut, nicht zusammenpasst. Du kannst nicht nach außen High Performance predigen und dann ständig zu spät zum Jour fixe kommen. Du kannst nicht von deinen Partnern 100 Anwalten am Tag verlangen und selbst seit Wochen keinen Kunden mehr beraten haben. Du kannst nicht Transparenz fordern und deine eigenen Zahlen verstecken.

Geht. Nicht. Kauft. Dir. Keiner. Ab.

Eine echte Führungskraft lebt vor, was sie vom Team erwartet, und setzt den Standard so hoch, dass alle denken: „Wieso sieht das bei ihr so verdammt easy aus?“

Deine Ziele sind unser Auftrag

Und so läuft es bei uns: Du nennst mir deine Ziele. Hoffentlich sehr hohe. Ich zeige dir, was du von mir und von Benaro erwarten kannst, um sie zu erreichen: Leads, Mentoring, Academy, Systeme, gemeinsame Termine. Und ich zeige dir ehrlich, was von deiner Seite nötig ist, damit das realistisch klappt. Wenn wir uns beide an diese Erwartungen halten, gibt es nach oben keine Grenze.

Dafür haben wir zwei feste Termine:

- **Jour fixe, jede Woche:** Zahlen, Fortschritt, Probleme, Lösungen. Mit allen. Pünktlich.
- **Quartalsmeeting:** Wo stehst du? Wo willst du hin? Was hat gefehlt? Was ändern wir? Hier richten wir deine Ziele und unsere Unterstützung neu aus.

Wann du nach mehr Geld fragen kannst

Als Partner musst du gar nicht fragen. Das ist das Schöne an unserer Tabelle. Du erreichst die Kriterien der nächsten Stufe, und du steigst auf. Kein Bittstellen, keine Verhandlung, kein Wohlwollen von irgendwem. Wenn du mehr verdienen willst, mach mehr Umsatz und bau ein Team auf. So einfach ist das.

Als Setter, Mitarbeiter oder in einer anderen Rolle gilt eine andere, genauso einfache Logik:

1. Du führst Aufgaben aus, die dir jemand gibt? Du bewegst dich in **Gehaltsradius 1**.
2. Du bekommst ein Ziel für einen Bereich, also das WAS, findest das WIE selbst heraus und verantwortest das Ergebnis komplett? Du bewegst dich in **Gehaltsradius 2**.
3. Du verantwortest, dass andere ihre Ziele erreichen, weil du sie entwickelst und führst? Du bewegst dich in **Gehaltsradius 3**.

Danach bemisst sich, wann du für eine Gehaltserhöhung auf mich zukommen kannst. Nicht weil du viel arbeitest. Nicht weil du ein Ziel erreicht hast. Du hast ein Ziel erreicht? Herzlichen Glückwunsch, das erwarte ich. Das ist das Minimum und kein Grund für eine Gehaltsverhandlung.

Wenn du kommst, dann komm wie in Kapitel 1 beschrieben: mit Kontext, Zahlen und dem, was du in Zukunft verantworten willst. Dieser Absatz soll dich motivieren. Ich habe dir gerade den Cheatcode für den Weg nach oben gezeigt. Du musst ihn nicht erst durch eine Absage herausfinden.

Nichts kommt vor deiner Prioritätenliste

Du brauchst eine klare Prioritätenliste. Deine Ziele für die Woche, für den Monat, für das Quartal.

Wenn deine drei Prioritäten für diese Woche lauten:

1. 500 Anwahlen und 15 gelegte Termine,
2. die vier offenen Konzepte fertig ausarbeiten und präsentieren,
3. zwei Empfehlungen von Bestandskunden holen,

dann gibt es nichts auf diesem Planeten, das dich davon abhalten darf, diese drei Dinge fertigzumachen.

Wenn du zwei Tage damit verbringst, eine neue Vorlage zu basteln, und dabei deine Anwahlen liegen lässt, ist das deine Schuld. Wenn du einem Kollegen den ganzen Nachmittag bei seinem Problem hilfst und deine eigenen Konzepte bleiben liegen, ist das auch deine Schuld. Helfen ist gut. Aber nicht auf Kosten deiner Prioritäten.

Deine Prio-Liste ist heilig. Wenn du ständig auf das reagierst, was gerade aufpoppt, wirst du nie das liefern, was wirklich zählt. Mach dir jeden Morgen klar, was deine drei wichtigsten Aufgaben sind. Und dann verteidige sie, als hinge dein Leben davon ab. Am Ende des Tages ist genau das Ownership.

Nutze die Erfahrung anderer

Mentoren sind buchstäblich Cheatcodes.

Du hast einen Kunden mit einer Situation, die du noch nie hattest? Selbständig, Kinder, eine Immobilie und eine Vorerkrankung für die BU? Fang nicht bei null an. Frag jemanden, der genau das schon mal gemacht hat. Mich, deine Führungskraft, einen erfahrenen Partner. Die haben die Fehler schon hinter sich und können dir in zehn Minuten sagen, wofür du allein zwei Wochen gebraucht hättest.

Ich glaube fanatisch an Mentoren. Ich habe mir fast alles, was ich heute kann, von Leuten abgeschaut, die schon dort waren, wo ich hinwollte. Kein Ego, kein „Das mach ich schon allein“. Smart statt stolz.

Und denk an Regel Nummer 1: Alle Fragen sind erlaubt. Aber schalte dabei deinen Kopf nicht aus. Klär die kleinen Dinge selbst, denk mit, versuch es erst mal. Und frag, wenn es nicht reicht oder wenn es wichtig ist.

Bevor ich eine Aufgabe starte, prüfe ich IMMER, ob es jemanden gibt, der das schon gemacht hat.

Wann es nicht passt

Ich will dir hier auch ehrlich sagen, wann es nicht passt. Denn das gehört zu Transparenz dazu.

Es gibt bei uns keine feste Frist und keine starre KPI-Grenze, ab der jemand raus ist. Aber es gibt klare Anhaltspunkte, an denen wir sehen, ob jemand hier richtig ist:

- **Pünktlichkeit.** Wer zu Terminen, Calls und zum Jour fixe ständig zu spät kommt, zeigt mir, was ihm unsere Zeit wert ist.
- **Auftreten.** Vorbereitet, wach und präsent, oder unvorbereitet und abwesend.
- **Ehrlichkeit.** Siehe Kapitel 1. Hier gibt es keine Kompromisse.
- **Ownership.** Zieht er seine Kunden durch, oder lässt er sie liegen?
- **Anwahlen.** Wenige Anwahlen sind das klarste Zeichen. Wer nicht telefoniert, will nicht.
- **Closings.** Wer über Wochen keine Abschlüsse macht und nichts daran ändert, ist im falschen Job.

Wir wollen niemanden, der rumeiert. Niemanden, der Benaro als nette Option nebenbei sieht, als Plan B, falls das andere nicht klappt. Das kenne ich von tecis. Da gab es Leute, die ab und zu mal einen Kunden gemacht haben, weil es halt ganz nett war. Und weißt du, was das mit einem Team macht? Es schwächt das ganze Team. Jeder, der richtig Gas gibt, sieht, dass es auch ohne geht. Und irgendwann fragt er sich, warum er sich eigentlich so reinhängt.

Wenn es nicht passt, sagen wir es dir ehrlich. Kein Drama, kein Nachtreten. Vielleicht ist Vertrieb einfach nicht deins, und das ist völlig okay. Dann helfen wir dir beim Übergang, und du gehst mit einem guten Gefühl. Aber du bleibst nicht, nur weil keiner den Mut hat, es dir zu sagen.

Wir müssen Prozesse werden

Eine letzte Sache, die ich teuer gelernt habe: Schlechte Prozesse kosten Kunden. Wir haben Kunden verloren, weil Rückrufe untergegangen sind, weil Termine nicht nachgefasst wurden, weil Konzepte zu lange gedauert haben, weil niemand wusste, wer eigentlich zuständig ist. Nicht weil irgendjemand ein schlechter Mensch war, sondern weil es keinen klaren Ablauf gab.

Stell dir einen kleinen Burgerladen vor, der den besten Burger der Stadt macht. Der Chef steht selbst am Grill. Wenn er krank ist oder Urlaub hat, schmeckt der Burger plötzlich nicht mehr. Und dann gibt es McDonald's. Deren Burger ist nicht der beste. Aber er ist überall auf der Welt exakt gleich. Weil jeder Handgriff ein Prozess ist. Der Burger ist nicht das Wertvolle. Die Prozesse sind es.

Genau deshalb bauen wir unsere eigenen Systeme. Das Intranet, die Anrufliste, Takt, die Academy, die Fragenkataloge, die Leitfäden. Nicht weil ich gerne bastle, sondern weil ich will, dass ein Kunde bei Benaro die gleiche Top-Beratung bekommt, egal ob er bei mir sitzt oder bei dir. Und dass dein Erfolg nicht davon abhängt, ob ich gerade Zeit habe.

Also: Halte dich an die Prozesse. Pflege deine Kunden im System. Trag deine Termine ein. Nutze die Leitfäden. Und wenn du einen Prozess findest, der nicht funktioniert, oder eine Idee hast, wie es besser geht, sag es mir. Lösungsorientiert, versteht sich.

Outro

Wenn du bis hierhin gelesen hast: Herzlichen Glückwunsch. Du hast Regel Nummer 1 aus diesem Buch schon umgesetzt.

Das war „Wie man bei Benaro erfolgreich wird“. Ab jetzt gibt es keine Ausreden mehr. Du weißt, warum es uns gibt, wie wir miteinander umgehen, wie wir beraten, wie wir verkaufen und was du hier erreichen kannst. Der Rest liegt an dir.

Und jetzt lies es noch mal. Weil ich dir garantieren kann: Beim ersten Mal hast du nicht alles aufgenommen.

Und wenn du es zuklappst, dann nimm genau diesen einen Satz mit:

„Mit dieser Chance kann ich mein Leben verändern und alle meine Träume erfüllen.“

Ben

Gründer, Benaro Finanzen