



## Professionelle Beratung, statt Produktverkauf

22.05.2018 THEMENSEITE [PRO-LV](#) UNTERNEHMEN VON BEATRIX ALTMANN

**Um den Geschäftserfolg weiter zu steigern und die Kunden professionell zu beraten, setzen immer mehr Vermittler auf einen „ganzheitlichen Ansatz“. Denn es soll bei den Gesprächen nicht vordergründig um das Produkt gehen – vielmehr stehen die Wünsche der Kunden zunehmend im Fokus. Davon profitieren die Kunden – und die Vermittler.**



Versicherungsmakler Andreas Trautner über die Vorteile der ganzheitlichen Beratung. Foto: Andreas Trautner

Im Interview geht Versicherungsmakler Andreas Trautner detailliert auf die Vorteile der ganzheitlichen Beratung für die Altersvorsorge ein.

**proontra:** Was verbirgt sich genau hinter dem „ganzheitlichen Ansatz“ bei der Beratung?

**Andreas Trautner:** Der „ganzheitliche Ansatz“ ergibt sich alleine schon dadurch, dass es für jeden Kunden eine Vielzahl von Möglichkeiten und Arten der Durchführung bei der Beratung zur Altersvorsorge gibt. Wird nicht der ganzheitliche Ansatz gewählt, sondern beim Kunden wird lediglich das monatliche Budget erfragt, kann viel Geld für den Kunden verloren gehen. Das können Förderungen oder steuerliche Vorteile sein und es kann auch im Bereich der Rendite massive Nachteile bringen. Grundlage sollte also immer eine ganzheitliche Bedarfsanalyse sein, um daraus dann eine individuelle Handlungsempfehlung geben zu können.

**proontra:** Wo liegen die Vorteile für den Kunden?

**Trautner:** Nur durch diesen Ansatz können auch tatsächlich alle Möglichkeiten und Chancen für den Kunden genutzt werden. Also weg vom monatlichen Budget, hin zur echten Bedarfsplanung. Gerade die Kombination der individuellen Wege zur optimalen Altersvorsorgung machen es qualitativ deutlich wertvoller für den Kunden. Individuelle Aspekte wie Sicherheit oder Renditechancen lassen sich so auch besser ausgleichen.

**proontra:** Und wie profitiert der Makler?

**Trautner:** Die Erfahrung zeigt, dass dieser Ansatz ein deutlich besseres Bewusstsein seiner Situation für den Kunden mit sich bringt und damit auch die Bereitschaft erzeugt wird, einen höheren Betrag zu investieren. Dadurch erhöht sich natürlich auch der Umsatz für den Makler bei ähnlichem Zeitaufwand.

**proontra:** Warum ist die ganzheitliche Beratung bei Produkten der Altersvorsorge so wichtig?

**Trautner:** Diese Art der Beratung ist sehr wichtig, da wir selten die gleichen Voraussetzungen und Prioritäten bei den Kunden vorfinden. Nur so können aber für jeden individuell die besten Wege aufgezeigt werden. Familienstatus, berufliche Stellung, Einkommen etc. sind dabei immer zu berücksichtigen. Wir sollten keinen Produktverkauf machen,

sondern eine professionelle Beratung durchführen. Dazu gehört als erster Schritt aber immer eine Bedarfsanalyse. Ohne diese kann es keine fachlich fundierte Handlungsempfehlung geben.

**procontra:** Wie sollten Makler hier beraten - was ist wichtig beim Thema Altersvorsorge, bzw. fondsgebundener Lebensversicherung?

**Trautner:** Erst die Bedarfsanalyse und dann im zweiten Schritt die Produktauswahl. Dafür gibt es ja wirklich gute Software auf dem Markt. Wo dann die individuellen Schwerpunkte liegen, muss im Einzelfall besprochen werden. Hier geht es dann um die Frage: fondsgebundene Altersvorsorge oder doch eher ein klassisches Produkt. Auch da gibt es ja nicht mehr entweder oder, sondern Sicherheit und Rendite lassen sich heute sehr gut in einem einzelnen Produkt kombinieren.

**procontra:** Auf welche Kennzahlen sollten Makler besonders achten?

**Trautner:** Dieses Thema ist natürlich sehr weit gefächert. Eine gute Eigenkapitalquote gehört ebenso dazu, wie in der Vergangenheit gute Nettoverzinsungen. Wo ist die Anlage wirklich investiert, gibt es „Rettungsanker“ etc. Kann ich meine Geldanlage auch während der Laufzeit ändern oder anpassen... Dieser gesamte Bereich ist wichtig, aber leider nicht immer über den gesamten Markt transparent und vergleichbar.

**procontra:** Eine Studie ergab, dass ganzheitlich beratende Vermittler doppelt so viele Vorsorgeprodukte vermarkten, wie ihre Kollegen, die sich nach wie vor auf ein Produkt konzentrieren. Können Sie das bestätigen?

**Trautner:** Ja, das kann ich so nur bestätigen. „Verkaufen ist Problemlösen“ . Wenn ich das Problem, sprich die Rentenlücke etc. nicht wirklich aufzeigen kann, wird sich der Kunde über das eigentlich notwendige monatliche Budget gar nicht erst bewusst. Weiß er um die Dringlichkeit und das notwendige Budget, wird er dies oftmals dann auch einsetzen.

**procontra:** Dennoch - sind Lebensversicherungen überhaupt noch zeitgemäß?

**Trautner:** Ja sind sie. Allerdings nur die Produkte, die in guter Relation von Kosten, Sicherheit und Rendite stehen. Förderungen oder steuerlichen Aspekte lassen sich überwiegend nur so realisieren. Und ein weiterer Aspekt spielt sicherlich auch eine Rolle: es geht um eine langfristige Vorsorgeform für die Rentenzeit. Eine jederzeit verfügbare Geldanlage lockt natürlich immer zum „Plündern“, wenn es finanziell einmal Engpässe gibt. Und dadurch wird das eigentlich langfristige Ziel nicht erreicht. Auch für solche Situationen gibt es Produkte auf dem Markt, die entsprechend flexibel sind. Klassische Lebensversicherungen sind aber grundsätzlich für eine längerfristige Vorsorgeform nicht geeignet.