



## FINANZPRODUKTE

# Mit offenem Visier kämpfen



**Willy Graf**

Einige grosse Player der Versicherungswirtschaft bringen immer wieder neue, aus ihrer Sicht «attraktivere» Produkte auf den Markt. Viel zu oft sind diese Produkte nicht dem Kunden zu Nutz und Frommen, sondern helfen einzig, den Aussendienst mit einer weiteren Abschlussmöglichkeit zu bedienen. Das ist aus unserer Sicht auf die Dauer kontraproduktiv. Klar werden die teuren Produktschmieden beschäftigt und jedes Rädchen im Konzern rotiert.

## Kunde verliert Übersicht

Das Resultat ist vor Ort, am Schauplatz des Abschlusses, jedoch meist mager. Immer wieder finden wir bei unseren Kundenbesuchen Offeren verschiedener Versicherungsgesellschaften vorliegen. Der Kunde informiert sich oft selbst, versteht aber die zugestellten Produktunterlagen nicht. In über 90 Prozent der Fälle verzichtet er wegen der unterschiedlichen Ausgestaltung oder des für ihn meist nicht nachvollziehbaren Zustandekommens des Ertrages nach Ablauf und/oder der Anbindung an irgendwelche

**Willy Graf**, lic.iur. HSG, ist Gründungsdozent am IfFP im Fach Finanzplanung und Inhaber der VVK Vorsorge- und Vermögenskonzepte AG, Teufen/AR. Der FPVS hat den Artikel nicht auf die fachliche Richtigkeit überprüft. Die fachliche Verantwortlichkeit liegt beim Autor.

Die Versicherungsgesellschaften täten gut daran, wenn sie von sich aus ihre Produkte einem Vergleich mit Konkurrenzprodukten aussetzten, ähnlich den Vergleichen von Autos oder Motorrädern, sei dies auf der eigenen Homepage, bei jenen der Broker oder bei einem Vergleichsdienst im Internet.

**WILLY GRAF**

Hebel auf die Unterzeichnung des Antrages. Das ist schade für jene Produkte, die wirkliche Vorteile für den Kunden brächten. Auch für die Gesellschaft hat dieses Verhalten trotz dem Mehr an Abschlussmöglichkeiten Nachteile. Je komplizierter das Produkt ausgestaltet ist, desto mehr müssen die Gesellschaften in die Schulung der Berater investieren. Und trotzdem lautet die Antwort, wenn man beim Kunden näher nachfragt, oft: «... ja der Berater hat nur gesagt, dass dieses Produkt genau meine Bedürfnisse abdeckt, aber im Detail konnte er mir die Kursentwicklung nicht erklären.» Schade eigentlich – einige der neuen Produkte hätten wie gesagt Potenzial, aber sie versanden in der Angst

der Kunden, etwas für ihn Unverständliches abzuschliessen.

## Offensiv werden

Wenn man im Internet zu diesem Thema etwas recherchiert, findet man bei den Produzenten der Produkte natürlich das uneingeschränkte Loblied auf deren neueste Entwicklungen und bei den unabhängigen Brokern viele Auskünfte über deren Fach-, Produkte- und Beratungswissen und ihre langjährige Erfahrung, aber bei beiden kaum hilfreiche Vergleiche von Produkten. Einige Spezialisten wie Travex und Comparis bieten, zum Teil gegen Verrechnung, dem Broker Vergleichslisten von einzelnen Produkten an. Die Produkte selbst werden jedoch kaum erläutert.

Wenn der Kunde vergleichen kann, sind die Vorteile für ihn gross.

Die Vergleiche werden von den Beratern vermutlich erst im Kundengespräch und nicht in der «Öffentlichkeit» herangezogen. Wir in unserem Unternehmen haben das bisher ebenfalls so gemacht.

Mit dem derzeitigen Umbau der Homepage versuchen wir, die jeweils neuesten Produkte für das jeweilige Vorsorgethema den interessierten Kunden bereits auf der Homepage erstens zu erklären und zweitens in ein vergleichbares Verhältnis zueinander zu setzen. Im nahen Ausland wird dies bereits gemacht und der Weg zum «beratungsfreien Kunden» wird damit breiter ausgebaut.

Wenn der Kunde schon weiss, was er benötigt, das Produkt kennt, welches die von ihm erkannte Lücke schliesst, und vor allem die ausgeschriebenen Garantie- und Versicherungssummen vergleichen kann, sind die Vorteile für ihn gross. Vor allem verhindert dieses Grundwissen des Kunden die eklatanten Beratungsfehler, die wir immer wieder antreffen. Weniger Beratungsfehler bedeuten langfristig grösseres Vertrauen in die Branche und damit bessere Erträge. Die Offeren werden vom Kunden nicht mehr aus Angst, etwas Falsches zu unterschreiben, weggelegt, sondern die erkannte und bewusste Vorsorgelücke wird im Wissen, etwas Richtiges für seine Vorsorge zu unternehmen, unterschrieben. Das hilft langfristig allen Beteiligten.