

VORSORGEBERATUNG IN DIGITALEN ZEITEN

In der Branche drehen sich die Gedanken stets um das Verhältnis zwischen Nutzen und Ertrag. Doch sollte die Frage nicht lauten: Steht für uns der Mensch noch im Mittelpunkt oder sind wir schon längst Renditeobjekte in einem kapitalistischen System?

VON JEAN-MARIE LERCH



JEAN-MARIE LERCH

ist Versicherungsfachmann,
Finanzplaner mit eidg. FA sowie
Geschäftsleitungsmitglied bei
Poles & Partner AG

Fast die gesamte Bevölkerung der Schweiz hat schon einmal etwas über das 3-Säulen-Konzept sowie die damit verbundene Vorsorgeanalyse gehört. Meist wird dies in einer sogenannten Gesamtberatung angesehen, welche die Versicherungsgesellschaften und Banken anbieten.

Die Digitalisierung ist in aller Munde, wobei vorausgesagt wird, dass der Vertrieb durch Berater abnehmen wird. Der Kunde soll heute selbstständig online seine Versicherungslösungen anpassen können.

Was würde dies für eine Beratung im Bereich des Vorsorgesystems bedeuten? Soll der Kunde selber seine komplexe Vorsorgesituation analysieren, ohne Aneignung von Fachwissen? Sind hier nicht weiterhin Spezialisten mittels neutraler Beratung gefordert? Ist sich die Bevölkerung oder die Branche selbst noch der Notwendigkeit dieses Themas bewusst?

Was geschieht ohne bedarfsge-rechte Analyse? Stellen Sie sich vor, Sie müssten Ihr Haus verkaufen, weil der Hauptverdienst der Familie infolge einer Invalidität oder Todesfall wegfällt. Sind es nicht gerade solche Situationen, die eine ausgewiesene Fachperson der Kundschaft näher bringen sollte? Der Kunde sollte als Ausgangspunkt für ein potenzielles Netzwerk angesehen werden.

Den Kunden analysieren

Es bedarf somit einer vertieften Kundenanalyse, welche wohl kaum durch einen simplen Digitalisierungsprozess abgegolten werden kann. Die Einforderung des IK-Auszuges, eine genaue Prüfung des PK-Ausweises inkl. Reglement, die aktuelle Vermögenssituation, eine Budgetübersicht sowie bestehende Verträge sind enorm wichtig. Die Quelle für alle Auskünfte ist Ihr Kunde. Mittels Steuererklärung kann die Vermögenssituation erfasst werden, gebundene Vorsorge oder freie Vorsorge mittels Police (Leistungsübersicht & Bedingungen). Nicht zu unterschätzen ist die Budgetsituation: Viele Menschen kennen diese schon gar nicht. Gerade aber bei einem möglichen Leistungsfall kann es ratsam sein, die finanziellen Ausgaben im Griff zu haben und vorausschauend zu planen. Sprechen Sie Ihre Kundschaft auf Themen wie Ehe-/ Erbverträge, Testamente und Vorsorgeauftrag an. Diese Punkte können einen wesentlichen Einfluss haben. Bieten Sie als Berater einen Mehrwert, achten Sie auf weitere bindende Verträge

wie Darlehen. Sollte noch eine Liegenschaft gehalten werden, achten Sie darauf, diese im Budget einzurechnen, falls eine grössere Hypothek im Vorsorgefall amortisiert werden muss.

Den Kunden optimal beraten

Aus meiner Sicht ist hier eine Vorsorgeanalyse mit gezielter Beratung unerlässlich. Diese Punkte geben uns Fachspezialisten die Möglichkeit, eine gründliche Analyse zu erstellen und zu prüfen, ob finanzielle Lücken oder Risiken bestehen.

Die primäre Aufgabe einer Vorsorgeplanung soll darin bestehen, dem Kunden mögliche Lücken aufzuzeigen. Danach sollten neben der idealen Risikoabdeckung auch die Steueroptimierung, der Vermögensaufbau oder die Liquiditätsplanung beachtet werden. Meist wird die Vorsorgeanalyse auf die Steueroptimierung reduziert, was aus meiner Sicht viel verlorenes Potenzial ist. Es obliegt Ihrer Kundschaft, sich für mögliche Lösungen zu entscheiden. Meist scheidet es hier nicht an der Ausarbeitung, sondern am finanziellen Willen des Kunden. Hier liegt es am Berater, den Nutzen des erarbeiteten Konzeptes aufzuzeigen mit der Hoffnung, dass der Vorsorgefall nicht eintritt.

Den Kunden begleiten

Wir können somit sagen, dass eine seriöse Vorsorgeberatung/-planung (Life Cycle Planning) nicht in wenigen Minuten mit direktem Produktvorschlag oder digitalem Prozess durchgeführt werden

kann. Vielmehr ist dafür ein erheblicher Zeitaufwand für Gespräche, Analyse, Ausarbeitung und Überwachung einzuplanen. Die Prozesse können zwar optimiert und digital bewältigt werden, jedoch ist eine laufende Überwachung durch einen Experten unabdingbar. Erkennen Sie mögliche Life Cycle Events frühzeitig, indem Sie den Kontakt zur Kundschaft aufrechterhalten.

Verschärft wird der gesamte Prozess durch die Komplexität im Vorsorgebereich, regulatorische Anforderungen, allfällige Reformen und steigenden Erwartungsdruck der Kundschaft. Die Auslagerung gewisser Tätigkeiten bietet eine Entlastung, kann aber auch den Handlungsspielraum einschränken.

Den Kunden auf die Zukunft vorbereiten

Aus meiner Sicht kann sich aktuell die Digitalisierung im Bereich der Vorsorgeplanung nicht durchsetzen. Sicherlich wird uns dies helfen, Leistungen so zu gestalten, dass wir unsere Kundschaft besser zufriedenstellen können. Menschliche Werte & Denkweisen werden aber weiterhin vorhanden sein und können nur durch einen Berater erfasst und analysiert werden. Gerade aus diesem Grund bin ich davon überzeugt, dass es wichtig sein wird, mit nachhaltigen und unabhängigen Beratungen den Kunden auf die Zukunft vorzubereiten.