

Wie Versicherungsmakler das Altersvorsorge-Geschäft forcieren können

Thomas Bethke Versicherungsbetriebswirt/DVA

© V-aktuell

Altersvorsorge-Produkte werden nicht gekauft, sondern verkauft. Besonders in Zeiten, in denen behauptet wird, sparen lohnt sich nicht. Versicherungsmakler haben deshalb ein hohes Maß an Verantwortung, Altersarmut zu verhindern.

Für Vermittler und deren Kunden ist es wichtig, den Spagat verantwortungsvoller Beratung und Verkauf in Einklang zu bringen. Denn die meisten Kunden verdrängen das Problem ausreichender Altersvorsorge. Die Wenigsten machen sich Gedanken über den Zusammenhang immer längerer Lebenserwartung, einem anhaltenden niedrigen Zinsniveau und deren Auswirkungen auf ihre Altersversorgung.

Es gibt eine Möglichkeit, Kunden spielerisch und trotzdem seriös an die Themen längerer Lebenserwartungen und Versorgungslücken heranzuführen. Der Altersrechner des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft e.V. (GDV) bietet genau diese Möglichkeiten. Im Beratungsgespräch werden dazu lediglich ein Tablett oder Notebook mit Internetzugang benötigt.

Und so geht es: Im Beratungsgespräch können Kunden nach ihrer persönlichen Einschätzung gefragt werden, wie alt sie wohl werden. Kunden sollten die Daten im Altersrechner selbst eingeben und sich dann gemeinsam mit dem Vermittler die Wahrscheinlichkeiten berechnen lassen.

Beispiel für eine Frau:

Jahrgang 1981 (36 Jahre) schätzt, 80 Jahre alt zu werden. Der Altersrechner berechnet folgende Ergebnisse: Prognostiziertes Alter = 89,7 Jahre, Wahrscheinlichkeit 90% = 73 Jahre, Wahrscheinlichkeit 50% = 91 Jahre, Wahrscheinlichkeit 10% = 102 Jahre.

Beispiel für einen Mann:

Jahrgang 1979 (38 Jahre) schätzt 78 Jahre alt zu werden. Der Altersrechner berechnet folgende Ergebnisse: Prognostiziertes Alter = 84,5 Jahre, Wahrscheinlichkeit 90% = 67 Jahre, Wahrscheinlichkeit 50% = 87 Jahre, Wahrscheinlichkeit 10% = 96 Jahre.

Wie sieht die Versorgungssituation für die Kunden aus, wenn das prognostizierte Alter erreicht wird, oder sogar übertroffen wird? Die Wahrscheinlichkeit dafür ist ja recht hoch. Können die Kunden ihren Lebensunterhalt und ihre Träume im Alter mit bisher getroffenen Maßnahmen wirklich realisieren? Die Wahrheit ist, um einen sorgenfreien Ruhestand genießen zu können, wird zukünftig jeder Euro benötigt.

Wenn außerdem das Zinsniveau niedrig ist und Zins- und Zinseszinseffekte ausfallen, führt kein Weg daran vorbei, Sparraten zu erhöhen, ansonsten wird es im Alter eng werden. Wenn die Einsicht bei den Kunden da ist, können Vermittler jetzt mit Ihrem Know How in die individuelle Beratung gehen. In den nächsten Beratungsschritten geht es um Lösungswege, Produkte und die Höhe des möglichen Beitrages.

Der Altersrechner des GDV basiert übrigens auf Zahlen des Max-Planck-Instituts auf der Grundlage von Zahlen der Vereinten Nationen. Eine seriöse Quelle, wie wir meinen.

V-aktuell Hinweis zur Ausgabe Herbst/Winter 2017 (Liefertermin 15. September 2017)
In den Privatkunden-Kundenzeitungen BasisPrivat, TopPrivat und PremiumPrivat veröffentlicht V-

aktuell zum Altersrechner einen Artikel, der sehr gut als Referenz bzw. als Aufhänger für das Kundengespräch und ein erfolgreiches Jahresendgeschäft dienen kann.

Testen Sie den Altersrechner selbst: <https://www.7jahrelaenger.de/lebenserwartungsrechner/>

Die V-aktuell Fachredaktion hat für die aktuelle Ausgabe weitere interessante Themen zusammengestellt. Vermittler erhalten die Kundenzeitungen auf Wunsch mit oder ohne Gewerbe-Themen. Gratis-Muster und zusätzliche Informationen können über die V-aktuell Homepage www.v-aktuell.de angefordert werden.

Pressekontakt:

Thomas Bethke Versicherungsbetriebswirt/DVA

Telefon: 040 / 642 08 - 148

E-Mail: info@v-aktuell.de

Unternehmen

V-aktuell
Meiendorfer Rund 40
22145 Hamburg

Internet: www.v-aktuell.de

Über V-aktuell

V-aktuell wurde von Versicherungsmaklern als Kooperationsmodell gegründet und bietet Versicherungsmaklern Print-, PDF- und Online-Kundenzeitungen (HTML) mit Einbindung sozialer Netzwerke. V-aktuell verfügt über die notwendige Erfahrung und Innovationsfreude und entwickelt die Kundenzeitungen im Dialog mit Vermittlern und Lesern ständig weiter.