



Generationenberatung

# Positives Modell für Kunde und Vermittler

Die umfassende Betreuung von Kunden bei der Generationenberatung ist äußerst zeit- und damit auch kostenintensiv für den Vermittler. Deshalb ist es misslich, dass die Leistungen der generationenbegleitenden Beratung nicht mit Provisionen ausfinanziert werden können, aber reine Honorarberatung vielfach nicht möglich ist.

Der generationenberatende Vermittler kann vielfach nicht auf netto kalkulierte Produkte zurückgreifen, weil das Marktangebot nicht ausreicht, um den Kunden wirklich in allen Bedarfsfeldern entsprechend seinen Wünschen und Bedürfnissen zu bedienen. Anders als die klassische Vorsorgeberatung, beschränkt sich die Generationenberatung nicht auf den Zeitraum bis zum Eintritt in das Rentenalter. Mit ihrem weiten Anforderungsprofil bis hin zur Absicherung von Pflegeleistungen geht die Generationenberatung weit über das bloße Standardangebot an Versicherungs- und Finanzprodukten hinaus. Nur so kann sie das Ziel erreichen, den Kunden lebenslang dabei zu unterstützen, Vorkehrungen zu treffen und dies vor allem für die wesentlichen biometrischen Risiken, die in der Pflegezeit, also dem letzten Lebensabschnitt, liegen.

## Beratung berücksichtigt gesamtes Kundenumfeld

Ziel ist es, sicherzustellen, dass dem Kunden in jedem Fall ausreichendes Vermögen oder eine genügende Absicherung für bedarfsgerechte Leistungen zur Verfügung stehen. Außerdem muss gewährleis-

tet werden, dass Partner, Kinder oder Dritte in Fragen der Versicherungen und Finanzen stets handlungsfähig sind. Mit dem Thema Unterhalt für Eltern ist ein Risiko hinzutreten, das vor allem die modern gewordenen Familienkonstruktionen aufwerfen, bei denen Elternteile getrennt leben, neue Familien gegründet werden und vielfach auch Stieffamilien entstehen, in denen mindestens ein Elternteil nicht der leibliche Elternteil eines Kindes ist.

Auch für dieses Risiko muss die Generationenberatung Konzepte und Produkte empfehlen können. Mit ihren vier Säulen der persönlichen Vorsorge unterstützt diese Form der Beratung den Kunden dabei, sein Pflegerisiko abzusichern und flankierend erforderliche Maßnahmen zu treffen wie Vorsorgevollmachten, Patientenverfügungen sowie testamentarische Verfügungen.

Auf dieser Grundlage wird der Kunde dann weitergehend beraten, zielgerichtet, strukturiert und längerfristig Vermögensanlagen zu tätigen. Angesichts dieses enormen Aufwands stellt sich die Frage, wie Beratung und Betreuung finanziert werden können. Denn abweichend von der typischen Vorsorgeberatung verläuft der Beratungsprozess in der Generatio-

nenberatung mit Rücksicht auf die sich ändernden Verhältnisse zwangsläufig lebensbegleitend.

## LVRG kappt Spielraum

Konnten Vermittlerbüros die Generationenberatung bisher aus erstjährigen Abschlussvergütungen finanzieren, so werden sie spätestens mit dem Inkrafttreten des Lebensversicherungsreformgesetzes (LVRG) zum 1. Januar 2015 erfahren, dass die Finanzierung nicht mehr gewährleistet ist, wenn sie den Kunden weiter den umfassenden lebensbegleitenden Service bieten wollen. Dieser kann weder durch sinkende Abschlussprovisionen finanziert werden noch durch die Betreuungsvergü-

### KOMPAKT

In diesem Artikel lesen Sie:

- Bislang haben Vermittler ihren Service nur aus Provisionen finanziert.
- Vor allem in der Generationenberatung ist der komplexe Service provisionsfinanziert kaum noch darstellbar.
- Zunehmend spielen daher entgeltliche Servicekonzepte eine Rolle.

Foto: © goodluz - Fotolia.com

tungen ab dem zweiten Versicherungsjahr. Die zu erwartende Absenkung der Abschlussvergütungen in der Lebensversicherung um rund 20 Prozent wird bewirken, dass Vermittler den Kunden zur Aufrechterhaltung des erforderlichen Betreuungsniveaus für die Generationenberatung zur Kasse bitten müssen. Dies gilt erst recht in Anbetracht des Umstandes, dass die Rechtsprechung der Finanzgerichte Rückstellungen wegen der Nachbetreuungsaufwände nur unter engen Voraussetzungen gestattet. Da generationenberatende Vermittlerbetriebe ihren Kunden ein entsprechend hohes Servicenniveau bieten müssen, stellt sich für diese Betriebe die Frage, ob und wie über entgeltliche Servicekonzepte die erforderlichen weiteren Einkunftsquellen erschlossen und gesichert werden können.

### Zusätzlicher Service gegen gesondertes Entgelt

Die Möglichkeiten zusätzlicher Serviceangebote sind vielfältig. Beispielsweise können Vermittler dem Kunden Reaktionszeiten oder feste Intervalle für die Überprüfung seines Versicherungsschutzes und seiner Vermögensanlagen garantieren. Auch die Einräumung periodischer Beratungstermine und die Umsetzung von Informationsveranstaltungen oder die Hilfestellung bei der Suche nach geeigneten Partnern für die laufenden Anpassungen der Vorsorgevollmachten, Patientenverfügungen oder der Gestaltung der Erbfolge bilden den Rahmen für zusätzliche Services. Im Mittelpunkt des Angebots stehen die Einrichtung und Pflege eines webbasierten Dokumentenordners. Dieser wird Maklern kostengünstig mit der Option des Brandings auf den individuellen Vermittlerbetrieb derzeit von Anbietern wie etwa Fibikon ([www.policenordner.fibikon.de](http://www.policenordner.fibikon.de)) oder Mydiverso ([www.mydiverso.de](http://www.mydiverso.de)) angeboten.

In diesen virtuellen Dokumentenordnern werden die Versicherungs- und Finanzdienstleistungsvertragsdaten des Kunden erfasst und gepflegt, sodass der Kunde und seine Bevollmächtigten erfor-

derlichenfalls darauf zurückgreifen können. Wichtig ist dabei, dass diese Ordner stets auf dem aktuellen Stand gehalten werden. Dies bringt erheblichen Aufwand für die generationenberatenden Vermittlerbetriebe mit sich. Üblicherweise nehmen die elektronischen Dokumentenordner nicht nur Kopien der Verträge auf, sondern sie enthalten auch so genannte Dokumententresore, in denen Kopien der wichtigen persönlichen Dokumente des Kunden ebenso hinterlegt werden wie die Orte, an denen die Originale der Urkunden sich befinden.

### Erfolg bei richtiger Anwendung

In der Praxis hat sich gezeigt, dass Kunden ihnen einmal verständlich erläuterte Vorteile der entgeltlichen Serviceleistungen erkennen und dass sie auch bereit sind, den höheren Servicestandard zu honorieren. Im Rahmen eines Servicekonzepts kann der generationenberatende Vermittler zwar weder Steuer- noch Rechtsberatungsleistungen gegen Entgelt anbieten. Das Servicekonzept ist aber auch nicht darauf ausgelegt, Beratungsleistungen zu erbringen. Vielmehr verweist der generationenberatende Vermittler in diesem Zusammenhang auf Berufsträger wie Ärzte, Anwälte oder Steuerberater, die er in sein Netzwerk integriert hat. Ebenso wenig überschreitet der Generationenberater mit dem entgeltlichen Servicekonzept die Grenze zur im Privatkundengeschäft unzulässigen abschlussunabhängigen Honorarberatung in Versicherungsangelegenheiten. Denn er grenzt Beratung und Service auch in der Servicevereinbarung eindeutig als verschiedene Leistungen voneinander ab. Als Versicherungsvertreter tätige Generationenberater müssen ferner

### MEHR INFOS

Tipps und Informationen rund ums Thema Vertriebsrecht finden Sie auf der Homepage von Blanke Meier Evers, Bremen, unter [www.bme-law.de](http://www.bme-law.de) oder bei Rechtsanwalt Jürgen Evers, Telefon: 04 21/69 67 70.

darauf achten, dass das Serviceangebot nicht mit der Pflicht kollidiert, die Interessen des vertretenen Versicherers wahrzunehmen. Das bedeutet, dass der Vertreter keine Leistungen anbieten kann, die zu denen des Versicherers in Wettbewerb stehen. Bietet der Versicherer einen eigenen digitalen Dokumentenordner an, so kann der Vertreter zu dem Angebot nicht mit einer eigenen Policenordnerofferte in Konkurrenz treten. Darüber hinaus hat der Versicherungsvertreter die Bestimmungen des Agenturvertrages zu beachten. Schuldet er dem Versicherer bestimmte Leistungen, kann er sich zur Erbringung dieser Leistungen nicht auch gegenüber dem Kunden vertraglich verpflichten.

Entgeltliche Servicekonzepte können sowohl von generationenberatenden Versicherungsmaklern als auch von Versicherungsagenturen angeboten werden. Vermittlerbetriebe, die das Servicegebührenmodell bereits eingeführt haben, zeigen sich sowohl mit der Akzeptanz beim Kunden als auch mit den daraus erzielten Erträgen zufrieden. Wichtig ist, dass der generationenberatende Vermittler dem Kunden den Nutzen der einzelnen Serviceleistungen so vor Augen führt, dass dieser ihn ohne Einschränkung für sich erkennen kann. ■



VM-Autor: **Jürgen Evers** ist als Rechtsanwalt in der Kanzlei Blanke Meier Evers, Bremen, spezialisiert auf Vertriebsrecht, vor allem Handels-, Versicherungsvertreter- und Versicherungsmaklerrecht.