



Pflegeversicherungen – Tipps für den Verkauf

Margit Winkler

*Geschäftsführerin des Instituts
GenerationenBeratung*

Folgen der eigenen Pflegebedürftigkeit gehören zu den größten Risiken unserer Zeit. Wenn zum Beispiel das Liquiditätsrisiko nicht geregelt ist, droht eine geringere Lebensqualität für Betroffene. Die Vernachlässigung geschieht Jahre vor der möglichen Pflegesituation. Berater beobachten Folgendes: die Kundengruppe der Älteren, die keine Pflegeabsicherung getroffen hat bzw. die keine Transparenz für die eigne Kosten-Situation hat,

- ▷ spart für die Kosten der eigenen Pflegebedürftigkeit
- ▷ scheut sich vor Geldanlagen und läßt das Vermögen auf flexiblen Konten
- ▷ verschenkt Haus und Vermögen, damit es nicht gepflegt wird.

Aber diese Älteren legen das Vermögen nicht in attraktive Finanzprodukte an.

Der GenerationenBerater kann das Thema leicht ansprechen. Denn bei der Organisation der Vorsorgevollmachten geht es bereits um Pflegebedürftigkeit. Die bevollmächtigte Person kümmert sich später um den Vollmachtgeber und wird im Erbe bedacht. Nachfolgend erhalten Sie Tipps von der Expertin Margit Winkler vom Institut GenerationenBeratung. Diese verdeutlichen den Kundennutzen und geben Impulse für die Vorgehensweise im Kundengespräch.

Wer sich um sein Liquiditätsrisiko kümmert, hat sofort mehr Lebensqualität

Egal, ob der Kunde dieses Problem durch eine Pflegeversicherung oder einen möglichen Auszahlungsplan aus einem Vermögensteil löst – er kann ab sofort über sein freies Vermögen unbeschwert verfügen. Das führt zu mehr Lebensqualität und zu der Möglichkeit, wieder in längerfristige Anlagen zu schichten und mit Begünstigungen die Vermögensnachfolge zu regeln. Nebenbei wird der Kunde seiner bevollmächtigten Person, die sich im Pflegefall kümmert, häufig ein spezielles „Dankeschön“ in Form eines Vermögensanteils zukommen lassen. Das wird im Idealfall gleich beim Abschluss der Pflegeversicherung mit Begünstigung von Depot oder einer Versicherung geregelt.

Gesetze begünstigen die bevollmächtigte (pflegende) Person und schaffen Ansätze für Finanzprodukte

Ambulante Pflege steht im Vordergrund und der Gesetzgeber unterstützt pflegenden Kinder oder andere Pflegepersonen. Wenn diese sich um den Vollmachtgeber kümmern – wobei ausdrücklich der Begriff der Pflege weit gefasst ist – sieht das Gesetz Folgendes vor:

- ▷ Wer unentgeltlich pflegt, der kann gegenüber den Erben einen angemessenen Betrag aus dem Nachlass erhalten.



- ▷ Wer nachweislich pflegt, der erhält zusätzlich einen Freibetrag von 20.000 Euro für die Erbschaftsteuer. Das muss per Pflegetagebuch gegenüber dem Finanzamt nachgewiesen werden.

Diese Regelungen gelten nicht für Ehepartner, sondern für Kinder und sonstige Personen.

Berater unterstützen, indem sie bereits bei dem Abschluss einer Pflegeversicherung auch eine Begünstigung (Vermächtis) für eine Versicherung oder ein Depot/ Konto abschließen.

Vorgehensweise für Transparenz des Pflegerisikos

Der Kunde kennt in der Regel sein persönliches Risiko nicht konkret. Bei Ehepaaren trifft das größere Risiko den Überlebenden. Denn hier kann der Partner nicht mehr unterstützen und fremde Hilfe muss schneller organisiert werden. Das kostet. Für Partner ist es seit jeher enorm wichtig, sich gegenseitig abzusichern. Vor mehr als hundert Jahren wurde dafür die Regelungen im BGB für das Berliner Testament geschaffen: Wechselseitige Begünstigung der Partner. Erst der Partner, dann die Kinder. Doch das nützt bei Pflege wenig.

Wer ein Berliner Testament errichtet, will für den Partner vorsorgen

An dieser Absicht hat sich auch nach so vielen Jahren nichts geändert. Doch eine wirkliche Absicherung ist mit der Pflegeversicherung möglich und nicht per se mit dem altgedienten Berliner Testament. Denn es wird Liquidität gebraucht. Die Versorgung des länger lebenden Partners steht im Fokus. Das interessiert vor allem die Frauen, die sich mit der Bewältigung des offensichtlichen Finanzproblems im Pflegefall auseinandersetzen und wichtiger Entscheider zu diesem Thema sind.

Häufige Fehler bei der Beratung zur Pflegeabsicherung

Die Auseinandersetzung mit der Pflegeabsicherung ist meist ein höchst unangenehmes Gespräch für Berater und Kunden. Das muss nicht sein. Zumal die Lebensqualität sofort mit dem Abschluss steigt. Das könnten Fehler bei der Gesprächsführung sein:

Der Bedarf liegt im Durchschnitt bei 1.500 Euro.

Das mag sein. Doch so wird der Kunde es nicht für sich realisieren und damit auch kein Produkt kaufen.

Das sind die Kosten im Pflegeheim.

Mag sein, doch der Kunde stellt sich lieber vor, zuhause gepflegt zu werden. Da ist es schwer, nun zum Abschluss zu kommen.

Das ist Ihre Pflegelücke.

Auch das ist de facto so und das Wort ist in der Branche etabliert. Doch was machen wir? Wir weisen den künftigen Käufer darauf hin, dass es eine Lücke (!) gibt: Das ist negativ besetzt, er ist unzulänglich, etwas stimmt da nicht, ... und dann erwarten wir, dass er einen Kauf tätigt.

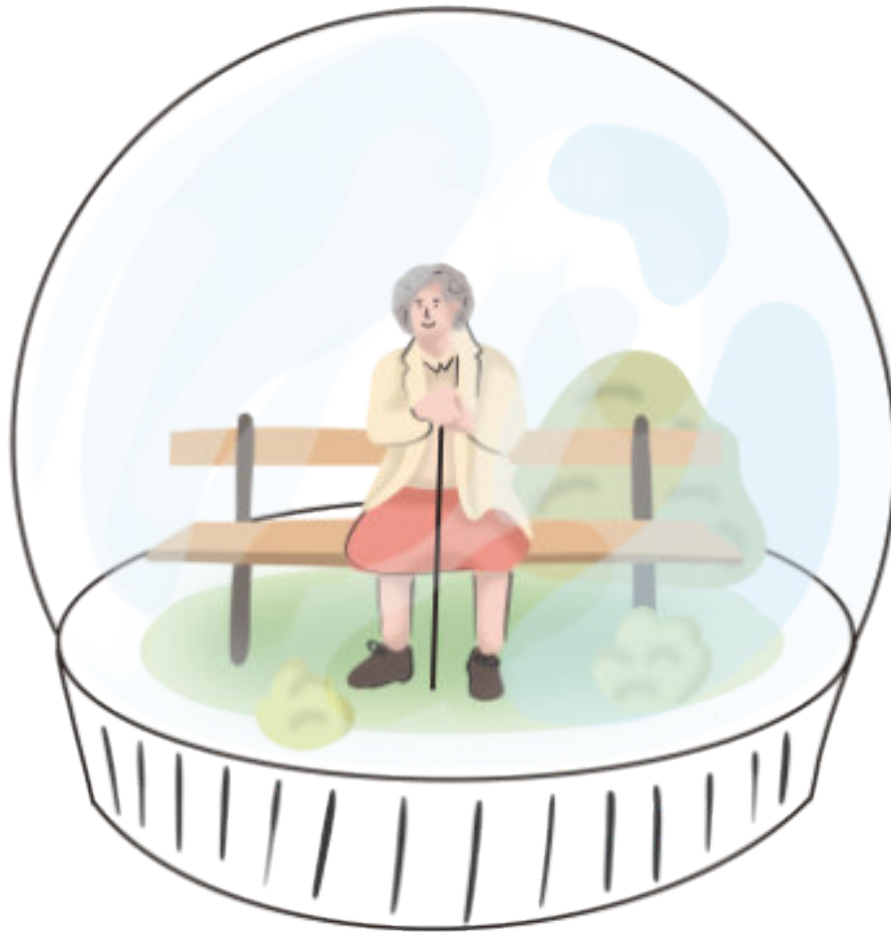
Außerdem: dieses Wort „Lücke“ bringt ihn auf Zahlen und damit ins rationale Denken. Er zeigt es, indem er „kontert“: Ich habe keine Lücke, sondern eine Haus! Aus diesem Dilemma muss der Berater erst mal herauskommen – Abschluss unwahrscheinlich! Das rationale Denken bringt ihn vom Abschluss weg. Denn es ist bewiesen, dass Kaufentscheidungen von Emotionen begleitet sind – und werden evtl. rational begründet.

Wer eine Pflegeversicherung abschließt, sichert Lebensqualität für sich samt Familie

Als NLP-Master (Neurolinguistisches Programmieren) empfehle ich Ihnen folgende Vorgehensweise, die man allerdings etwas trainieren muss. Natürlich handelt es sich hierbei immer um eine Ausgaben- und Einnahmenrechnung.

Jetzt kommen wichtige Tipps:

Sprechen Sie nur in der Gegenwart. Alles andere stuft der Hörer als nicht real ein. Niemals „Sie könnten im Pflegeheim sein“ oder „Sie werden im Pflegeheim sein“. Auch, wenn das wegen der möglichen Zukunft richtig ist. Für Ihren Kunden ist das eben nur möglich, aber nicht real. Besser ist es zu fragen: „Wo sehen Sie sich denn im schlimmsten Fall?“ Die Antwort kann nur sein: im Pflegeheim. Nun greifen Sie das auf und bringen diese Situation in die Realität: „Nun lieber Kunde, Sie sagen, Sie sind im Pflegeheim.“ Mit Empathie geht das Gespräch weiter – und der Kunde sieht sich tatsächlich dort.



Stellen Sie Wo-Fragen. Alle kennen die Theorie und wissen um die Bedeutung von offenen Fragen oder W-Fragen. Ich empfehle Ihnen konkret, das kleine, selten benutzte Fragewort „Wo“ einzusetzen. Und der Kunde sieht sich in verschiedenen Situationen:

- ▷ „Wo sehen Sie sich im schlimmsten Fall bei Pflegebedürftigkeit?“
- ▷ „Wo befindet sich Ihr Pflegeheim?“
- ▷ „Wo ist denn dann Ihre Partnerin?“
- ▷ „Wo sind Sie, wenn Ihre Frau im Pflegeheim ist?“

Damit wird die eigene Pflegesituation für den Kunden real. Das ist Voraussetzung, dass er sein finanzielles Problem löst.

Genaueres Erfassen der persönlichen Daten. Der Kunde muss spüren, dass es um ihn ganz persönlich geht und um seine Situation.

Der Kunde sagt wahrscheinlich, dass seine (jüngere) Frau noch zuhause sein wird, wenn er im schlimmsten Fall im Pflegeheim ist. Fragen Sie ihn, ob seine Frau mit ihrer Rente klarkommt. Die Rente des Mannes wird schließlich für dessen Pflegekosten gebraucht. Den notwendigen Zusatzbetrag tragen Sie bei der Pflegebedürftigkeit des Mannes ein. Das wird später der Dauerauftrag, damit die Ehefrau über die Runden kommt.

Wenn die Frau als Witwe im Pflegeheim ist, muss in den meisten Fällen die Witwenrente um den anteiligen Mehrbetrag gekürzt werden, den die Ehefrau vielleicht durch Vermietungen oder Kapitaleinnahmen erhält. Die entsprechende Antwort erhalten Sie durch die Wo-Frage: „Wo sind Sie denn im schlimmsten Fall, wenn Ihre Frau im Pflegeheim ist?“

- ▷ Fehlbetrag/ Lücke: Bei dieser Gesprächsführung sind Sie auf die Emotionen des Kunden eingegangen, die Sie auch für ein Geschäft mit ihm benötigen. Jetzt bloß keine Fehler machen.

„Dieser (Fehl)-Betrag, das sind die Sorgen Ihrer Frau, wenn Sie im Pflegeheim sind. Sie hat ja die Vollmacht und kümmert sich.“ Halten Sie nun Kontakt mit Ihrem Blick. Sie können noch konkreter werden: „Vielleicht nur ein paar Monate oder aber ein paar Jahre. Niemand weiß es.“ Machen Sie eine Pause, denn das muss der Gegenüber verkraften. Wenn Kinder da sind, dann können Sie die Realität noch verdeutlichen: „Wenn Ihre Frau sich nicht mehr kümmern kann, dann muss Max jeden Monat sehen, wie er die 1.500 Euro aufbringt.“ Eventuell noch Verstärker setzen: „Hätten Sie das gedacht? Wie geht es Ihnen damit? Und das, obwohl Sie eine gute Rente haben.“ ... Jetzt abwarten. Blickkontakt halten.

Der Kunde wird Sie fragen, was er jetzt tun kann.

Ein Gastkommentar von Margit Winkler