

BEWUSSTSEIN

EIN-STELLUNG

Über den Verkaufserfolg entscheidet das Unterbewusstsein. Bernd W. Klöckner, Rechentrainer und Gründer der Erfolgsmethode „Systemisches Verkaufen und lösungsorientierte Beratung“ über die richtige Vorgehensweise in der Praxis. Die Mischung aus Einstellung und Fachwissen macht es.



Wenn diese PERFORMANCE-Ausgabe erscheint, bleiben nur noch wenige Monate bis zum Jahresende 2005. Manchem Vertriebsvorstand, sofern er oder sie ehrlich wäre, geht es bei diesem Gedanken weniger gut. Die Erfolgswahlen für 2005 sind in vielen Versicherungen, Banken und Finanzdienstleistungsunternehmen noch bescheiden. Oder, wie es ein Vertriebsvorstand kürzlich bezeichnete, „unterirdisch“. Was ist zu tun? Wer jetzt als für den Vertrieb zuständige Führungskraft auf seine Leute Druck ausübt, endlich in den letzten Monaten 2005 das vorgegebene Jahresergebnis zu retten, wird schnell Schiffbruch erleiden, weil die Menschen seiner Vertriebsorganisation umstellen auf: „Dann machen wir gar nichts mehr.“ Wer es so laufen lässt, wie es derzeit nicht überall, jedoch in vielen Unternehmungen festzustellen ist, wird

Auf den Punkt gebracht

- *Was einen Finanzdienstleister ausmacht. Mit den Menschen ernsthaft über Geld reden.*
- *Kunden zu befragen und dann Szenarien für die Vorsorge aufzeigen.*
- *Wenn es je eine Zeit dafür gab, Finanzdienstleistungsprodukte zu verkaufen, dann heute.*

und Verkauf

sich Ende des Jahres fragen müssen, wieso nicht wenigstens noch versucht wurde, zu reagieren.

■ VER-RÜCKTE BRANCHE

Die Hilflosigkeit so mancher Vertriebsführungskraft treibt dabei seltene Blüten. Bis hin zu der in zwei Fällen praktizierten Methode, dass Kunden nun die Altersvorsorge auf Pump verkauft wird. Wer kein Geld hat, bekommt es vom Unternehmen; wohlgemerkt für begrenzte Jahre. In x Jahren soll der Kunde den so abgeschlossenen Sparvertrag dann selbst übernehmen. Dazu kommt der zunehmend geforderte Produktverkauf. Mal hier ein neues Produkt und die Botschaft, es an die Kunden zu verkaufen. Vier Monate später ein neues Produkt, eine neue Police, ein neues Kombimodell und wieder ist eines gefordert: Produktverkauf.

Die Branche ist, abgesehen von den erfolgreich agierenden Ausnahmen, verrückt. Also weggerückt von dem, was einen Finanzdienstleister ausmacht. Nämlich mit den Menschen ernsthaft über Geld zu reden. Und ich behaupte: Wenn Mitarbeiter trainiert wären, um mit Menschen ernsthaft über Geld zu sprechen, könnte nach einem bestimmten Zeitraum und wenn Bilanz gezogen würde, von jedem qualitativ geeigneten Produkt mehr als genug verkauft werden.

■ KONTAKTPROBLEME?

„Ohhh“, sagen jetzt irgendwelche Leute in den Unternehmen. Und: „Wir haben zu wenig Termine zum Thema Altersvorsorge“. Dummes Zeug. Nahezu alle größeren Versicherer in Deutschland haben Tag für Tag Kontakte zu Tausenden, ja zu Zehntau-

senden von Kunden. Tag für Tag gibt es Schadensfälle zu bearbeiten, fahren Kfz-Gutachter zu Kunden zur Schadensregulierung, bearbeiten Menschen Krankenversicherungsanträge und und und ...

Oder es wird einfach die Unfallversicherung angepasst. Oder wegen der Geburt eines neuen Kindes und des dadurch bedingten Umzugs in ein eigenes Haus oder eine größere Wohnung wird die Hausratversicherung wie die Haftpflichtversicherung angepasst, erweitert oder neu abgeschlossen. Zehntausende von kleinen und großen, erfolgreichen und weniger erfolgreichen Versicherungsagenten sind Tag für Tag ohnehin unterwegs. Wie einfach wäre es da, mit den Kunden ernsthaft über Geld zu sprechen.

Über Altersvorsorge, frühzeitiger Rentenbeginn, späterer Renteneintritt, längere Lebenserwartung, Ausbildung der Kinder, Pflegefallrisiko der noch lebenden Eltern und und und ... Hand aufs Herz, wenn Sie Vertriebsführungskraft sind: Wer von Ihrer Verkaufsorganisation führt solche Gespräche? Mit wie viel Leidenschaft? Mit wie viel Enthusiasmus? Und wenn Sie Finanzdienstleister sind: Wer von Ihnen führt solche Gespräche? Immer und immer wieder?

■ KOLLABIERENDE SOZIALSYSTEME

Einige kennen den Spruch „Nichts ist so mächtig wie eine Idee, deren Zeit gekommen ist.“ Wenn es je eine Zeit dafür gab, Finanzdienstleistungsprodukte zu verkaufen, dann heute. Wer die gegebenen Chancen nicht sieht, muss verrückt sein; sozusagen der Wirklichkeit entrückt. Zwei Beispiel aus meinem jüngst erschienenen Buch „Die Rentenlüge – Entkommen Sie der Altersarmut“: Wenn wir den Altenquotienten des Jahres 2000 ... auch im Jahr 2050 aufrecht erhalten, müssten nach

Berechnungen der UNO 180 Millionen Menschen nach Deutschland einwandern...“ Oder nehmen wir Folgendes: Der Altenquotient, also das Verhältnis der über 60-Jährigen zu der Gruppe der 20- bis 60-Jährigen wird den Schätzungen zufolge in den kommenden Jahrzehnten unweigerlich von über 38 Prozent auf über 91 Prozent steigen. Das ist ein Faktor von 2,4.

Das bedeutet, alle anderen Einflussgrößen einmal außen vor gelassen: Der Beitrag zur gesetzlichen Rentenversicherung müsste um eben diesen Faktor 2,4 steigen, wenn alles so bleiben soll, wie es ist. Und noch ein kleines Argument am Rande: Gegen die letzte Nullrunde der gesetzlichen Rentenversicherung wurde geklagt. Die Klage wurde abgewiesen. Begründung: Diese Nullrunden dienen dem Erhalt der gesetzlichen Rentenversicherung. Nur Pessimisten denken nun das Schlimmste: Nämlich, dass auch künftige Rentenkürzungen eines Tages damit begründet werden können, dass es ja nur dem Erhalt der gesetzlichen Rentenversicherung dient.

■ FINANZPLANUNG & CHANCEN

Ebenfalls aus „Die Rentenlüge“ ein Beispiel aus der Praxis. Maria B. ist 45 Jahre alt. Sie ist ledig, hat keine Kinder. Sie verdient 1.400 Euro netto. Maria arbeitet in einem Marketing-Institut und genießt ihr Leben. Sie rechnet damit, dass sie über alle Sparraten hinweg im Alter mit dem 65. Lebensjahr stolze 500.000 Euro an Vermögen erreicht haben wird. Ihren BfA-Rentenbescheid bekommt sie mit 1.233,11 Euro als monatliche Rente ausgewiesen.

Ausgehend von einem vorsichtigen Anlagezins könnte sie sich aus ihrem Privatvermögen rund 2.500 Euro im Monat auszahlen. Dazu kommen die stolzen 1.233 Euro der