

POOLWORLD

Fachmagazin für Finanzdienstleister

IM AGE WECH SEL DICH

Wie junge Talente
den Maklerberuf
neu definieren

Alle unter einem Dach
Ein exklusives Hausverwalter-
konzept macht Schluss
mit dem Verwaltungschaos

Von der Pflicht zur Chance
Ein kritischer Blick auf zwei
Jahre ESG-Beratungspflicht
in der Praxis

Die bAV zahlt sich aus
Immer mehr bAV-Verträge kommen
in die Auszahlung. Wir sagen,
worauf es dabei ankommt

Raus aus dem Alltag, rein in die Beratung

Begeistern Sie Ihre Kunden mit individuellen Konzepten und nachhaltigen Produkten. So klappt es auch mit zufriedenen Kunden. und dem Zusatzgeschäft.



Längst ist das Thema nachhaltige Kundenberatung nicht mehr wegzudenken. Das Interesse und der Wunsch Ihrer Kunden, das eigene verantwortungsvolle Handeln nicht nur im Alltag, sondern auch in der Altersvorsorge widerzuspiegeln, wachsen stetig. Hinzu kommt die zukünftige Pflicht für Sie als Makler, Ihre Kundenberatung mit Produkten zu erweitern, die den ESG-Kriterien genügen.

Wir sind der Meinung, dass der Schwerpunkt einer nachhaltigen Finanzberatung nicht nur in der Produktauswahl liegt, sondern auch darin, die Kunden zu beraten, die sich dem Thema Klimaschutz verschlossen haben.

Wir möchten Ihnen zeigen, wie Sie nicht nur Ihre Beratungspflicht erfüllen, sondern auch die Möglichkeit haben, jene Kritiker zu beraten, die bei dem Wort Nachhaltigkeit mit den Augen rollen.

UNSER GEMEINSAMES ZIEL

Durch eine nachhaltige Kundenberatung möchten Sie in erster Linie erreichen, dass sich Ihr Kunde für einen Tarif mit ökologisch und ethisch korrekten Investments entscheidet und bestenfalls auch noch mit einem Versicherungsunternehmen dahinter, welches eine ökologisch, ökonomisch und sozial korrekte Unternehmensführung lebt.

Bei Kunden, die bereits eine nachhaltige Lebensweise führen, werden Sie hier kaum Schwierigkeiten haben. Hier liegt meist der Schwerpunkt in der Beratung darauf, wie grün der Tarif oder das Unternehmen ist. Zusammengefasst kann man also sagen: Das Ziel, mit der Geldanlage etwas zum Klimaerhalt beizutragen, ist bereits erreicht.

Etwas mehr Zeit kostet es bei den Kunden, die dem Thema Nachhaltigkeit skeptisch gegenüberstehen. Die größte gedankliche Hürde steckt hier meist in schlechten Erfahrungen, fehlenden Informationen und der mangelnden Greifbarkeit des Themas sowie in zu starken Veränderungen des eigenen Lebens. Nutzen Sie hier Ihre Chance zur Aufklärung und Begeisterung für neue Produkte und schaffen Sie Vertrauen bei Ihren Kunden.

SIE KENNEN IHREN KUNDEN – REICHEN SIE IHM DIE HAND

Als Makler führen Sie nicht selten sehr persönliche Gespräche und lernen so die Lebenseinstellung Ihres Kunden kennen – eine Vertrauensbasis wird auf beiden Seiten geschaffen.

Auf dieser Basis erstellen Sie ein individuelles Konzept für die Altersvorsorge und sprechen bereits Empfehlungen für gewisse Produkte aus. Denn viele Kunden finden es zwar generell gut, dass Sie einen vollumfänglichen Zugriff auf

den Versicherungsbereich haben, möchten aber dennoch konkrete Produktempfehlungen aus Ihrem Portfolio. Die meisten orientieren sich bei der Tarifauswahl unter anderem an den Ablaufleistungen und an der Solvabilität des Unternehmens, da diese zu den wichtigsten Kriterien für eine solide Altersvorsorge gehören und im Interesse Ihres Kunden sind. Und hier liegt die Einfachheit für Ihren Kunden in der nachhaltigen Beratung:

Zusätzlich zu Ihren konventionellen Angeboten nehmen Sie eine nachhaltige Variante in Ihre Kundenberatung mit auf. Jene kann zum einen über die Fondsauswahl gesteuert werden und zum anderen mit einem Unternehmen, welches nicht nur eine nachhaltige Fondslösung bietet, sondern auch selbst nach den ESG-Kriterien wirtschaftet. So sieht Ihr Kunde auf einen Blick, ob und inwiefern sich Ablaufleistungen von der konventionellen Variante unterscheiden, und hat die Wahl aus konkreten Vorschlägen. Sie schaffen so nicht nur eine optimale Entscheidungsbasis, sondern erfüllen ebenso Ihre künftige Pflicht zur nachhaltigen Kundenberatung. Sie werden merken, dass nun die Bereitschaft zur Veränderung bei Ihrem Kunden steigt.

Wie Sie Ihren Beratungsprozess intern am besten anpassen und welche Produkte mit Nachhaltigkeitsansätzen Sie in Ihre Angebote mit aufnehmen können, zeigt Ihnen MAXPOOL gerne in einem persönlichen Gespräch.

Wir unterstützen Sie dabei, passende Anbieter und Produktlösungen zu finden, und zeigen Ihnen, wie Sie die künftigen Voraussetzungen an Ihre individuelle Beratung erfüllen können. ◀



Stephanie Kühn,
Fachberaterin für privates Vorsorge-
Management, MAXPOOL

Rufen Sie uns unter
der 040 29 99 40-370 an,
wir freuen uns auf Sie
und helfen gern weiter!