

Wachstumsmarkt Pflege

So gelingt der Vertrieb von Pflegezusatzpolicen

Die Zahl der Pflegebedürftigen in Deutschland steigt jährlich um rund 70.000. Der Absicherungsbedarf ist enorm. Trotzdem läuft der Absatz von Pflegezusatzpolicen noch nicht richtig an. Wie Makler dieses attraktive Geschäftsfeld für sich erschließen können, erklärt Jan Dinner vom Maklerpool Insuro Maklerservice in seinem Gastbeitrag.

Mit diesen vier Tipps lässt sich der Verkauf von Pflegezusatzversicherungen ankurbeln:

Tipp 1: Die richtige Zielgruppe wählen

Eine Marktanalyse von Insuro Maklerservice zeigt, dass unter 50-Jährige nur selten eine Pflegezusatzpolice kaufen. Bei der Zielgruppe 50plus beträgt der durchschnittliche Beitrag 91,06 Euro pro Monat je versicherte Person. In vielen Fällen kaufen sogar gleich beide Partner eine Police.

Tipp 2: Die richtigen Produkte auswählen

Produkte in der Zielgruppe 50plus müssen gewisse Kriterien erfüllen, um vom Kunden akzeptiert zu werden. Denn jemand, der mit 50, 60 oder 70 Jahren eine Pflegezusatzversicherung kaufen möchte, legt auf andere Leistungskriterien wert als jüngere Kunden. Statistisch gesehen sind die 50- bis 70-Jährigen dem Versicherungsfall schon näher. Daher legen diese Kunden beispielsweise großen Wert darauf, alle Leistungen ohne Altersbegrenzung zu erhalten.

Denn was nützt eine Dynamik im Leistungsfall, die ein paar Jahre nach Vertragsabschluss nicht mehr greift, weil sie altersmäßig auf das 70. Lebensjahr begrenzt ist oder entfällt, wenn die reguläre Beitragsdynamik zweimal nacheinander vom Kunden widerrufen wurde. Zudem sollten die Annahmerichtlinien auch in höheren Eintrittsaltern keine Wartezeiten vorsehen.

Tipp 3: Einfache Gesundheitsfragen

Einfache geschlossene Gesundheitsfragen ohne Altersbegrenzung sind ein sehr wichtiges Kriterium, das es bei der Produktauswahl zu beachten gilt. Denn 50- bis 75-jährige Kunden haben in der Regel diverse Vorerkrankungen und häufig zahlreiche Arztbesuche in ihrer Vita zu verzeichnen.

Auch aus dem Gesichtspunkt der Haftungssicherheit ist es für den Vermittler von Vorteil, wenn sich die Gesundheitsfragen auf die Abfrage eines vorhandenen Behinderungsgrads oder auf ganz bestimmte schwere Vorerkrankungen beziehen. Der Makler kann bei diesem Verfahren meist schon bei

Antragstellung beurteilen, ob der Kunde versicherbar ist.

Tipp 4: Mit den richtigen Tools zum Beratungserfolg

Maklern fehlte bisher für ihr erfolgreiches Pflegeverkaufsgespräch oft ein Beratungstool, welches ineinandergreifend alle Prozesse einer professionellen Pflegeberatung abbildet. Ein Verkaufsleitfaden, der die Beratungsschritte Bedarfsweckung, Bedarfsanalyse, Risikoprüfung, Preis/Leistungsvergleich miteinander vereint.

Das Tool sollte die zeitaufwendige Informationsbeschaffung im Vorfeld einer Beratung überflüssig machen und vor Ort das Risiko prüfen. Die Software sollte auch auf Basis der Gesundheitsangaben und der ermittelten Versorgungslücke am „Point of Sale“ das passende Produkt finden.

Fazit: Mit der richtigen Kundenansprache, den passenden Produkten und einer cleveren Verkaufshilfe kann der Versicherungsmakler jetzt in den vielleicht letzten Wachstumsmarkt Deutschlands – den Markt der Pflegezusatzversicherung – erfolgreich einsteigen.

Der Autor **Jan Dinner** ist Gründer des Maklerpools [Insuro Maklerservice](#) und Erfinder des sogenannten Pflegeplans. Dabei handelt es sich um ein kostenfreies selbstrechnendes Beratungstool für Pflegezusatzversicherungen. Dabei wird der gesamte Prozess des Verkaufsgesprächs ineinandergreifend abgebildet. Weitere Infos [gibt es hier](#).

Dieser Artikel erschien am 26.11.2015 unter folgendem Link:

<http://www.pfefferminzia.de/wachstumsmarkt-pflege-so-gelingt-der-vertrieb-mit-pflegezusatzpolicen-1448529577/>