

Kolumne

Wie Makler Storno-Quoten reduzieren können

Eine gute Möglichkeit, wie Versicherungsvermittler zu besseren, dauerhaften und nachhaltigen Entscheidungen mit ihren Kunden kommen ist das sogenannte Shared Decision Making, sind die Versicherungsmakler Tom Wonneberger und Stephan Busch überzeugt. Es sei eine Möglichkeit, wie Makler ihre Storno-Quote reduzieren könnten.

Was ist Shared Decision Making?

Das Konzept (zu Deutsch: Partizipative Entscheidungsfindung) stammt aus der Medizin. Es beschreibt die Arzt-Patienten-Beziehung und wie sich beide Parteien auf eine Behandlung einigen. Das Gegenmodell ist das sogenannte paternalistische Modell: der Arzt oder die Ärztin als Halbgötter in Weiß. Ein Patient geht zur Ärztin und lässt sich untersuchen. Diese untersucht den Patienten, verschreibt eine Behandlung oder Medikament. Auf Wiedersehen und gute Besserung! Nachfragen? Unerwünscht!

Beim Shared Decision Making einigen sich Ärztin und Patient gemeinsam auf eine Behandlung und Lösung – oder eben auch auf eine Nicht-Behandlung. Die Ärztin zeigt verschiedene Möglichkeiten der Behandlung, erklärt verständlich Vor- und Nachteile und berücksichtigt auch „weiche“ Faktoren. Dabei nutzt die Medizinerin die sogenannte evidenzbasierte Medizin. Sie beruft sich also auf Fakten und Studien und übersetzt diese in Laiensprache.

Warum ist die partizipative Entscheidungsfindung sinnvoll?

Für gute Entscheidungen sind Informationen nötig. Das gilt für beide Seiten: Patienten und Ärztin. Emotionen, Ängste, Erfahrungen und Hoffnungen spielen immer eine entscheidende Rolle bei der Wahl oder Nichtwahl einer Therapie. Was bringt die objektiv „richtige“ Therapie, wenn der Patient das Medikament nicht einnimmt? Will er eine Lösung nicht, wird sie nie funktionieren. Er muss dran glauben und sie wollen. Vielfach gibt es nicht „die beste“ Lösung, denn alles hat Vor- und Nachteile. Des Weiteren hängt der Therapie-Erfolg stark von der Involvierung des Patienten und dessen Mittragen der Entscheidungen ab.

Wie funktioniert das Shared Decision Making?

Der Pfefferminzia Newsletter - für Versicherungsprofis
www.pfefferminzia.de

Am Anfang steht die Übereinkunft, dass eine Entscheidung nötig ist. Die Ärztin macht das Angebot, die anstehende Entscheidung in gleichberechtigter Partnerschaft zu entwickeln. Sie zeigt verschiedene gleichwertige, evidenzbasierte Optionen auf. Sie informiert umfassend über ihre Evidenzen, Alternativen, Vor- und Nachteile – eventuell unter Nutzung von Entscheidungshilfe-Materialien wie schriftlichen Patienteninformationen.

Die Ärztin versichert sich über Rückmeldungen des Patienten über sein Verständnis der Optionen. Er hat die Möglichkeit, weitere Optionen einzufordern. Anschließend ermitteln beide Parteien ihre Präferenzen und handeln die Entscheidungsmöglichkeiten aus. Entweder gibt es eine gemeinsame (partizipative) Entscheidung oder aber einseitige Entscheidung des Patienten (Selbstbestimmungsrecht), auch gegen den Willen der Ärztin. Im besten Fall erstellen beide Seiten einen Vertrag oder eine Selbstverpflichtung, also den Plan zur Umsetzung der Entscheidung.

Was hat das mit Finanzberatung zu tun?

Finanzen sind wie Medizin: Finanzen sind oft schwer verständlich. Sie gelten als komplex. Es gibt nicht „die beste“ Lösung, denn alles hat Vor- und Nachteile. Emotionen und Erfahrungen des Kunden sind extrem wichtig. Finanzen sind Vertrauenssache. Der Erfolg der Beratung ist erst im Nachhinein erkennbar. Fakten (Evidenzen) statt Meinungen sind wichtig. Hier gilt es, den Kunden objektiv und verständlich aufzuklären.

Solche gemeinsam getroffenen Entscheidungen werden konsistenter umgesetzt. Informationsasymmetrien können so beidseitig beseitigt werden. Informationsasymmetrien sind Wissensvorsprünge einer Partei gegenüber der anderen. Beispiel Kunde: Das Verschweigen von Krankheiten im Beratungsprozess und Antrag. Beispiel Vermittler: Das Verschweigen von Nachteilen eines vorgeschlagenen Produkts gegenüber einem anderen Produkt.

Was hat das mit der Generation Y zu tun?

Junge Kunden wollen aufgeklärt werden und haben vielfach höhere Ansprüche an die Beratung. Das einfache Herunterbeten von Produkthighlights hinterfragen diese Kunden und wollen stattdessen objektive und neutrale Fakten. Der Vermittler und Makler soll im eigentlichen Sinne treuhänderischer Sachwalter der Kunden sein. Allerdings will die Generation natürlich nicht mit Informationen überschwemmt oder mit Fachchinesisch gelangweilt werden. Hierin liegt unserer Meinung nach der wesentliche Unterschied zwischen Verkauf und Beratung. Beratung wird zunehmend gefragt, gefordert und auch bezahlt. Verkauf kann und wird langfristig digitalisiert.

Wie sieht das Shared Decision Making in der Praxis aus?

Es braucht vor allem einen klaren und strukturierten Beratungsprozess. Bei uns handelt es sich um fünf Gespräche: Interview, Gutachten, Konzept, Umsetzung und Auswertung. Anschließend geht es in die Lebensphasenbegleitung. Im Interview lernen wir unsere Kunden kennen und erfassen alle notwendigen Daten. Im Gutachten erläutern wir Bedarfe und Lücken.

Außerdem klären wir neutral über wichtige Themen auf. Im Konzept zeigen wir die Optionen auf und besprechen Vor- und Nachteile einzelner Lösungen. Wir treffen anschließend gemeinsam die nötigen Entscheidungen und halten diese in einer Matrix fest. Diese setzen wir dann um. In der Auswertung besprechen wir den neuen Status. Unsere Kunden erhalten dazu die Auswertung. Zuletzt entscheiden wir gemeinsam, wie es weitergeht.

Dieser Artikel erschien am **30.04.2019** unter folgendem Link:

<https://www.pfefferminzia.de/kolumne-wie-makler-storno-quoten-reduzieren-koennen/>