



Pflegezusatzversicherungen: Der Zukunftsmarkt für Makler

Die Pflegevorsorge bietet eine Vielzahl an Beratungsansätzen. Für Maklerunternehmen birgt das Geschäftsfeld Pflegezusatzversicherung zudem auch substantielle Vorteile. Die Deutsche Familienversicherung hat deshalb weitere Tarifvarianten in Planung.

Der Vertrieb von privaten Pflegezusatzversicherungen ist nicht nur irgendeine Chance, sondern die Chance für Makler schlechthin. Mit dem Pflegestärkungsgesetz wird suggeriert, dass die Pflege von heute und in Zukunft gesichert ist. Man belügt die Menschen, wenn man sie in Sicherheit wiegt und das Thema Vorsorge – aus mutmaßlich wahlstrategischen Gründen – ad acta legt. Der Makler hat nun die einzigartige Möglichkeit, seine Mitbürger und Mitbürgerinnen aufzuklären und zusätzlich daran zu verdienen. Er wird also seiner ureigenen Rolle als Vertriebler, nicht auf Versicherungs-, sondern auf Kundenseite, gerecht. Hierbei ist immer und immer wieder zu betonen, dass nur 6% der Bundesbürger eine private Pflegezusatzversicherung abgeschlossen haben. Einen derart ungesättigten Markt kennt kein anderer Bereich der privaten Vorsorge. Zusätzlich ist es wichtig zu wissen, dass der Kunde seiner Pflegezusatzversicherung im Durchschnitt 35 Jahre treu bleibt, bei allen sonstigen Versicherungen sind es nur fünf Jahre. Damit sind Pflegezusatzversicherungen das Versicherungsprodukt zur langfristigen Kundenbindung und -sicherung schlechthin. Darüber hinaus ist die Pflegevorsorge kein Thema für den Online- oder Direktvertrieb, sondern eine Problematik, bei der die Kunden individuelle Beratung auf Augenhöhe verlangen.

Die Finanzierung ist trotz PSG II nicht gesichert

In der Tat bringt das PSG II einige Verbesserungen für die Pflege. Ein neuer Pflegebedürftigkeitsbegriff und ein neues Begutachtungssystem waren aus Sicht von Pflegeexperten

schon lange erforderlich. Eine weitere entscheidende Neuerung: fünf Pflegegrade statt der bisherigen drei Pflegestufen. Viele Demenzzranke, die bisher durchs Raster fielen, erhalten jetzt auch die vollen Leistungen der Pflegeversicherung. Auf der anderen Seite liegt genau da das Problem. Allein durch die angesprochenen neuen Regelungen des PSG II soll die Zahl der Pflegebedürftigen um 500.000 Personen gestiegen sein, die Pflegekassen werden also in noch größerem Umfang als bisher beansprucht.

Schaut man sich ein paar einfache Zahlen an, wird deutlich, dass die Reform nur ein unzureichender Lösungsansatz ist. Denn die Pflegebedürftigen müssen trotz der Reform mit einer dramatischen Finanzierungslücke in ihrer individuellen Absicherung rechnen. So wird es bei der stationären Pflege einen einrichtungsspezifischen Eigenanteil geben, der in der Regel zwischen 1.500 Euro und 1.700 Euro liegen wird. Bei einer Durchschnittsrente von rund 800 Euro ist eines offensichtlich: Die Folgen sind fatal. Am Ende ihres Lebenswegs müssen Menschen miterleben, dass

ihr Haus und ihr Vermögen weg sind. Und vielleicht noch schlimmer: Die Kinder erben nichts, sondern müssen für die Pflege ihrer Eltern aufkommen. Für andere Betroffene führt der Weg direkt zum Sozialamt und sie werden in der Pflegesituation, die für jeden Einzelnen schon schlimm genug ist, dann auch noch zum Bittsteller. Daher müssen die Makler die Chance ergreifen und ihren Kunden eindringlich klarmachen, dass eine private Pflegevorsorge unerlässlich ist.

Pflegevorsorgeprodukte müssen einfach zu verstehen sein

Ein Pflegeprodukt muss für den Vertrieb einfach zu handhaben und für die Kunden einfach zu verstehen sein. Denn ein Produkt, das der Makler dem Kunden erst umständlich erklären muss, macht den Einstieg in das unliebsame Pflegeberatungsgespräch noch schwieriger, als es bereits ist. Zugleich müssen die Produkte für alle Familienmitglieder attraktiv sein und so einen Zugang zu diesen als potenzielle Kunden ermöglichen. Im Fokus stehen hierbei insbesondere Frauen und Kinder. Für sie spielt die finanzielle Absicherung von Pflege Risiken die Hauptrolle.

Durch den simplen, aber einzigartigen Ansatz der Verdopplung, Verdreifachung, Vervielfachung und Verfünfachung des staatlichen Pflegegeldes hat die Deutsche Familienversicherung ein ebensolches Produkt erschaffen. So können Kinder schon für unter 10 Euro abgesichert werden. Dadurch wird es für Makler einfacher, Eltern proaktiv auf dieses Thema anzusprechen und dann auch für die eigene Vorsorge zu sensibilisieren. Denn insbesondere für Frauen fällt die Finanzierungslücke im Pflegefall besonders drastisch aus. Oft pflegen sie zuerst die Eltern oder die Schwiegereltern und dann noch den Ehemann. Wird die Frau anschließend selbst zum Pflegefall, sind die Ersparnisse in der Regel bereits aufgebraucht. Auch hier befinden sich die Makler in einer Beratungspflicht, denn viele Frauen sind bei Weitem noch nicht ausreichend informiert über die finanziellen Probleme, die in der Zukunft – im Falle ihrer eigenen Pflegebedürftigkeit – auf sie zukommen können.

Die deutsche Assekuranz muss Pflege-Produkte für die Generation 50plus weiterentwickeln

Es ist erwiesen, dass die Pflegevorsorge in den meisten Ehen und Partnerschaften erst dann zum Thema wird, wenn die eigenen Eltern oder Schwiegereltern zum Pflegefall werden. Das betrifft vor allem die Generation 50plus. In dieser Altersklasse haben die Frauen eine höhere Lebenserwartung, ein erhöhtes Demenzrisiko und eine im Durchschnitt viel geringere Rente zu erwarten als ihre männlichen Partner. Diese Lebensrealität wird bis dato weder produktseitig abgebildet noch von gesetzlicher Seite thematisiert. Hierfür müssen die Versicherungsgesellschaften Lösungen anbieten, mit denen Makler eben jene Bevölkerungsgruppe ansprechen können, die von der Problematik am stärksten betroffen sein wird und bereits durch die Pflege der eigenen Eltern sensibilisiert wurde. Daher wird die Deutsche Familienversicherung noch im ersten Quartal 2017 eine Versicherungsvariante anbieten, die genau diese Kriterien erfüllt.

Es bedarf Pflegeberatungsexperten

Für den Vertrieb ist es essenziell, dass die Makler einen Wissensvorsprung haben und bereits frühzeitig über die Besonderheiten der Pflegevorsorge und speziell über die Neuerungen des PSG II Bescheid wissen. Hierfür gibt es bisher viel zu wenige Schulungs- und Weiterbildungsangebote am Markt. Die Deutsche Familienversicherung bietet daher bereits jetzt zertifizierte Weiterbildungen an. Sie will bei diesem Thema Vorreiter wie Antreiber sein und Maklern das richtige Know-how vermitteln.

Die gesamte Versicherungsbranche muss sich der Pflegeproblematik annehmen und Aufklärung leisten. Denn das Besondere am Maklerberuf ist, dass der Makler gesetzlich im Lager des Kunden verortet ist und nicht im Lager der Versicherungsgesellschaften, sodass ihn gegenüber den Kunden eine Beratungspflicht hinsichtlich privater Pflegevorsorge trifft. Die Deutsche Familienversicherung plädiert deshalb für eine branchenübergreifende Initiative pro private Pflegezusatzversicherung. Nur gemeinsam kann durch die Branche ein Gesamtbewusstsein für das über alle Maßen wichtige Thema der privaten Pflegevorsorge generiert werden. ■



Von Dr. Stefan M. Knoll, Vorsitzender des Vorstandes der DFV Deutsche Familienversicherung AG