

Vermittlungskompetenzen stärken – ein „gutes Wort“ an alle Vermittler

Dass die fachliche Aus- und Weiterbildung von Vermittlern wichtig ist, wird wohl niemand bestreiten. Genauso wichtig ist aber auch die „laienverständliche“ Kommunikation mit den Kunden. Vermittler müssen hier auch auf ihre Zielgruppen eingehen wie beispielsweise die der Generation 50plus.

Die Generation 50plus ist eine besonders interessante Klientel. Das hat sich inzwischen auch in der Vermittlerschaft herumgesprochen. Die sogenannten Best Ager verfügen aktuell über eine Kaufkraft von 320 Mrd. Euro und über ein frei verfügbares Einkommen von 120 Mrd. Euro pro Jahr. Und die Zahl älterer Menschen in unserem Land wird in Zukunft überproportional steigen. Bei der fachlichen Aus- und Weiterbildung von Vermittlern steht insbesondere die Beratungsqualität in fachlicher Hinsicht im Mittelpunkt. Das ist zweifellos wichtig. Von mindestens ebenso großer Bedeutung aber ist auch eine leicht verständliche Sprache. Das gilt besonders für den Umgang mit älteren Menschen. Denn diese legen großen Wert darauf, in „ihrer Sprache“ angesprochen zu werden.

Eine Befragung von 475 Personen durch die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) zu Gesprächen bei Banken und Versicherungen kam zu folgendem Ergebnis: Bei ihrem letzten Beratungsgespräch am besten gefallen hat den Befragten „eine gute Erklärung der Sachverhalte mit einfachen Worten“. Dies belegen auch andere Befragungen: Das Meyer-Hentschel-Institut und die Feierabend Onlinedienste für Senioren haben 890 ältere Personen untersucht. An der Spitze der Wunschliste (78,5% der Teilnehmer) stand eine „Beratung, die absolut klar und verständlich ist“. In Österreich bekundeten in einer Erhebung der Wirtschaftsuniversität Wien 84% der Befragten, der Markt sei durch „zu schwer verständliche Verträge“ charakterisiert. Die Technische Universität Braunschweig und die Firma lingua@MEDIA haben in der sogenannten „Babylonstudie“ und in anderen Erhebungen ältere Menschen zu ihren Erwartungen Stellung nehmen lassen. Ihnen wurden Texte verschiedener Versicherungssparten vorgelegt. Zum Beispiel der folgende:



Von Prof. Dr. Günther Zimmermann, lingua@MEDIA

Prof. Zimmermann überarbeitet seit Jahren Versicherungsbedingungen für den GDV und für Versicherungsunternehmen und hat die Verständnisschwierigkeiten zahlreicher Kunden wissenschaftlich untersucht. Speziell die der Generation 50plus.

Beispieltext – original

Der Versicherer trägt in Fällen, in denen das Rechtsanwaltsvergütungsgesetz für die Erteilung eines mündlichen oder schriftlichen Rates oder einer Auskunft (Beratung), die nicht mit einer gebührenpflichtigen Tätigkeit zusammenhängt und für die Ausarbeitung eines Gutachtens keine Gebühr festsetzt, je Rechtsschutzfall eine Vergütung bis zu X Euro.

Vertrauen steht auf dem Spiel

Nicht einmal jeder Fachmann dürfte solche Sätze beim ersten Lesen problemlos verstehen. Und Fragen von Kunden zu solchen Texten könnten dann auch für Vermittler nicht immer spontan und leicht verständlich zu beantworten sein. Bei der Lektüre solcher Texte äußerten sich die älteren Versuchsteilnehmer so oder ähnlich:

- (lacht) Versteh' kein Wort.
- Du liebe Zeit, das ist ein Satz! Ich wüsste im Moment gar nicht, wie ich das ordnen sollte, dass das einen Sinn ergibt. [...] Das soll man wohl auch gar nicht verstehen.
- Ja, ich weiß es nicht – Kraut und Rüben irgendwie. Sind die selber so konfus?
- Ist mir zu lang, zu unverständlich. Ich weigere mich, die Sätze zu verstehen.

Was macht den Text so schwer verständlich?

Der Satz enthält 50 Wörter. Das Kurzzeitgedächtnis kann im Allgemeinen höchstens 18 bis 20 Wörter verarbeiten. Für Senioren ist das besonders beeinträchtigend, wenn man weiß, dass die Gedächtnisspanne im Alter geringer ist. Und so reagieren sie auch allergisch auf lange und besonders auf verschachtelte Sätze. Weitere „Verständnishindernisse“ sind:

- In den Hauptsatz eingebettet sind zwei Relativsätze mit 37 Wörtern.
- Zwei Negationen erschweren das Verständnis des Satzes.
- Die Schriftgröße war beim Original-Beispieltext viel zu gering. In manchen Bedingungen beträgt sie nur 6 oder 7 Punkt. Angemessen sind in den Printmedien 12 Punkt, digital wenigstens 14 Punkt. Nach allen Gerichtsurteilen gilt schon eine 7-Punkt-Schrift juristisch als „formaler Fehler“.

Ältere Menschen reagieren auf eine solche Kommunikation nicht nur verständnislos, sondern zum Teil hochemotional:

- Sehr kundenunfreundlich, die ganze Geschichte! Ich finde, das ist keine Information, das ist die totale Irreführung; das ist nicht mal 'ne Desinformation, das ist 'ne Irreführung.
- Wenn ich so was nicht verstehe, werde ich unheimlich wütend.
- Die wollen jetzt darauf hinaus, was mir also Versicherungen oder ähnliche Vertreter unterjubeln, was ich im Kleingedruckten eben nicht mitkriege.

Solche Reaktionen haben Versuchsteilnehmer bei einer Vielzahl von Textsorten gezeigt: bei Versicherungsbedingungen und Produktinformationsblättern, aber auch bei Kundenbriefen und E-Mails. Hier steht ganz klar Vertrauen auf dem Spiel.

Auch laienverständliche Texte können rechtssicher sein

Ein Argument gegen vereinfachte Texte lautet: Die Texte müssen rechtssicher sein. Dieses Argument steht auf tönernen Füßen, denn auch einfache laienverständliche Texte können rechtssicher sein. Mehr noch: Sie werden erst rechtssicher durch eine Sprache, die der „durchschnittliche Versicherungsnehmer ohne versicherungsrechtliche Spezialkenntnisse versteht“, so die BGH-Formulierung von 1993. Zudem ist eine Versicherung kein Rechtsprodukt, sondern ein Risikoprodukt. Deshalb müssen Versicherer ihre Verträge mit dem Durchschnittskunden nicht mit Mitteln der Rechtssprache formulieren. Dies bestätigt auch der Berliner Jurist Prof. Schwintowski. Und wie könnte unser Beispieltext leichter verständlich aussehen?

Es sprechen also gute Gründe dafür, eine sprachliche Komponente in die Aus- und Weiterbildungs-Curricula von Vermittlern aufzunehmen. Dies erscheint auch notwendig. Denn das Gesetz zur Neuregelung des Versicherungsvermittlerrechts und die Versicherungsvermittlungsverordnung, aber auch die Branchen-Initiative „gut beraten“ fordern eine „hohe Qualität der Beratung und Versicherungsvermittlung“. Zudem würden sich die Support-Kosten aufgrund von Rückfragen, Beschwerden und zusätzlicher Beratung drastisch reduzieren lassen. Das gilt besonders für die wachsende Zahl der informierten und selbstbewussten Internetnutzer.

Die Zukunft hat bereits begonnen

Hausbesuche oder Beratungsgespräche in Agenturen werden bis 2020 zugunsten von digitalen Formaten weitgehend entfallen. Das heißt auch, dass mündliche Informationen weitgehend durch schriftliche ersetzt werden. Diese müssen besonders verständlich sein, da dann Face-to-Face-Rückfragen nicht möglich sind. „Bei Vermittlern geht es um einen professionellen Berufsstand“, sagt Katharina Höhn vom Berufsbildungswerk der Deutschen Versicherungswirtschaft. Das trifft zu, aber nur, wenn auch ihre sprachlich-kommunikativen Kompetenzen exzellent sind. Denn dann zeichnen sie sich vorteilhaft aus gegenüber den „Vermittlern aus der Grauzone“ und den externen Agenturen, die wohl in wenigen Jahren das IT-Geschäft mehrheitlich betreiben werden.

Werte, die die ältere Generation besonders schätzt

Bei einer einfachen und verständlichen Sprache sind Kunden eher geneigt zu kaufen und den Vermittler weiterzuempfehlen. Das wirkt sich besonders aus in den Bewertungsportalen und Foren des Internets. Schließlich ist Sprache nicht irgendein Kommunikationsvehikel, sondern immer Ausdruck von Inhalten. Sprache ist „Ausdruck“, die „Nach-außen-Wendung“ der Firmenphilosophie, des Markenkerns, der Unternehmenskultur auch jedes Vermittlers. Außerdem ist eine Stakeholderorientierte Kommunikation ein bedeutsamer Teil der Reputation mit den vier Dimensionen Glaubwürdigkeit, Zuverlässigkeit, Vertrauen und Verantwortung. Und nach einer Umfrage unter Führungskräften der Wirtschaft gilt Reputation als wichtigstes immaterielles Gut, das entscheidende Wettbewerbsvorteile verschafft. Und vergessen wir nicht: Die genannten Werte werden von der älteren Generation besonders geschätzt. ■

Beispieltext – überarbeitet

Es gibt Fälle, in denen das Rechtsanwaltsvergütungsgesetz keine Gebühr festsetzt:

- Es wird ein mündlicher oder schriftlicher Rat erteilt.
- Es geht um eine Auskunft (Beratung).

Beide Tätigkeiten hängen nicht mit einer anderen gebührenpflichtigen Tätigkeit zusammen.

- Es wird ein Gutachten ausgearbeitet.

In diesen Fällen tragen wir je Rechtschutzfall eine Vergütung von höchstens X Euro.