

Versicherungsverkauf und Ethik

Die Ärzte-Krankenkasse, ihre Mitglieder, ihre Angestellten und ihre freien Berater bilden ein existenzsicherndes Netzwerk, dessen Wichtigkeit allen Beteiligten klar ist, dessen Struktur mangels Regelungsdichte aber lediglich in Konturen sichtbar wird. Die freien Berater, welche durch ihre Tätigkeit die Taggelder der Ärzte-Krankenkasse als Kernprodukte in ihrer Beratung verwenden und in die Versicherungsportefeuilles ihrer Kunden integrieren, sind ein wichtiges Bindeglied zwischen der Kasse und ihren gegenwärtigen und zukünftigen Mitgliedern.

Die Frage, wie sich die Berater als wichtige Imageträger der Kasse im Markt verhalten, ist eine Existenzfrage. Diese drängt sich seit Einsetzen der Deregulierung immer stärker in den Vordergrund. Die Deregulierung im Versicherungsmarkt ist eine Folge der globalen Entgrenzung der Märkte und der Anpassung unserer Binnenwirtschaft an die Weltwirtschaft. Der damit verbundene Wertewandel schafft Unsicherheit: Unser Handeln – und darin auch unsere wirtschaftliche Existenz – wird immer wieder in Frage gestellt.

Wir finden uns – nach den guten Jahren des Wachstums – unvermittelt im Verdrängungswettbewerb mit seinem Primat des Rechts des Stärkeren. Dem faktenkritischen Betrachter bleibt nicht verborgen, dass damit die individualethisch motivierten Verhaltensweisen unter Druck kommen respektive ihrer Selbstverständlichkeit verlustig gehen. Kommt – frei nach Bertolt Brecht – künftig das Fressen vor der Moral? Die normative Wirkung des Wettbewerbs hilft kaum beim persönlichen Gewissensentscheid. Der von den Sachzwängen auf sich selbst zurückgeworfene Mensch sucht Orientierung und Halt in einer von neoliberaler Effizienzsteigerungshysterie geprägten Welt. Berufsethik als Lehre des verantwortbaren beruflichen und wirtschaftlichen Handelns sowie ein Berufsethos als gelebte Praxis sind für die gesuchte Orientierung notwendige Bedingungen. Sie können sich zudem im wirtschaftlichen Wettbewerb als existenzsichernde Erfolgsfaktoren erweisen.

In der Praxis stellt sich für die Versicherungsberater – und auch für ihre Kunden die Frage nach der regulierenden Norm und deren Inhalten: Was ist ethisches Verkaufen – und was ist ethisches Einkaufen?

Als Grundlage kann hier das Biophiliepostulat von Rupert Lay dienen. Es formuliert als Maxime: »Handle und entscheide so, dass du durch dein Handeln und Entscheiden fremdes personales Leben eher mehrst denn minderst.« Nach dieser Maxime leben bedeutet Hinwendung zum Menschen und seinen Lebensprozessen. Auf die Versicherungsberatung angewandt heisst das, dass sich Berater und Kunde nicht lediglich eindimensional unter dem Blickwinkel des subjektiv sich als vorteilhaft erhofften Geschäftsabschlusses begegnen sollten, sondern sich als Partner in einem langfristigen Kommunikationsprozess akzeptieren und gegenseitig achten müssen. Leider sind wir in der Praxis oft noch weit von dieser Art des Umganges entfernt. Dem angeblich provisionshungrigen Verkäufer sitzt nicht selten ein rabattungriger Kunde gegenüber, der für ein Minimum an Prämie ultimativ ein Maximum an Versicherungsleistung und Betreuung fordert. Dass in einer solchen durch unterschwellige Machtkämpfe geprägten Situation keine optimale Problemlösung und Prozessentwicklung möglich ist, scheint offensichtlich, wird aber nur allzuoft vergessen.

Auf die Versicherungsberatung angewandt, könnte das Biophiliepostulat etwa wie folgt formuliert werden: »Kommuniziere in der Beratung so, dass durch deine Kommunikation die wirtschaftliche und persönliche Entwicklung deines Kunden eher gefördert denn gemindert wird.«

Damit wird der Kunde vom Wirtschaftsobjekt zum ganzen Menschen und erhält so die Chance, den Berater als ebensolchen wahrzunehmen. Versicherungsberatung bedeutet nicht punktueller Verkauf, sondern das Organisieren und Begleiten langfristiger Prozesse.

Der Prozessstabilität kommt hierbei eine herausragende Bedeutung zu. Nicht nur hier und jetzt ein vorteilhaft aussehendes Versicherungsschnäppchen, sondern optimaler Verlauf über eine lange Zeitperiode hinweg sind hier zweck-

dienlich. Damit sich diese Prozesse optimal entwickeln lassen – und damit die Probleme des Kunden optimal gelöst werden –, dürfen wir ihm nicht die erstbesten Wünsche erfüllen, sondern müssen mit unserer Fachkompetenz und unserer menschlichen Zuwendung seine Kundenwünsche kritisch gestalten. Nach wie vor stellt sich dem Berater die Grundfrage: »Was würde mein Kunde wollen, wenn er wüsste, was er brauchte?« Wir können unsere Beratung dann vor unserem Gewissen, der Gesellschaft – oder gläubige Christen vor Gott – verantworten, wenn sie zum gelingenden Leben – dazu gehört auch der wirtschaftliche Erfolg – der Beteiligten beiträgt.

Ich postuliere ethisches Handeln als notwendige Bedingung für das wirtschaftliche Fortbestehen der Schweizerischen Ärzte-Krankenkasse, ihres Beraternetzes und für das Wohlergehen ihrer Mitglieder.

Da ethisches Handeln sich immer nur aufgrund selbstbindender Entscheidung zur regulierenden Norm entwickeln kann, rufe ich alle Beteiligten auf, die Zukunft gemeinsam zu gestalten, einen berufsethischen Kodex zu schaffen, dem wir uns alle freiwillig und selbstbindend verpflichten! Unsere Partner und Kunden bitte ich, nehmen auch Sie uns und unser Personal als ganze Menschen wahr, die einen verantwortlichen und wertvollen Beitrag an die Gestaltung des gemeinsamen Lebens leisten.

In diesem Sinne gratuliere ich der Schweizerischen Ärzte-Krankenkasse zu ihrem 100-Jahr-Jubiläum und wünsche ihr, ihren Mitgliedern sowie meinen Beraterkolleginnen und -kollegen alles Gute für die Zukunft.



Stephan M. Leuthard
GFP mediconsul GmbH