

Hinweis: Mit der Formulierung „der Kunde“ ist selbstverständlich auch die Kundin gemeint. Diese Formulierung dient als Oberbegriff für alle Geschlechtsformen und wurde zugunsten einer besseren Lesbarkeit verwendet

Kategorie 1: Systematische und zielorientierte Gesprächsführung	positiv	negativ
Gestaltet eine individuelle Gesprächseröffnung unter Berücksichtigung der Fallvorgabe.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ begrüßt den Kunden angemessen zum Gesprächsanlass ▪ führt kurzen themenbezogenen Smalltalk ▪ benennt konkreten Gesprächsanlass aus Fallvorgabe ▪ greift Inhalte des vorangegangenen Gespräches/Termins auf z. B. Kundenwünsche und -bedürfnisse, fasst diese kurz zusammen, fragt nach Veränderungen seit dem letzten Termin/Kontakt ▪ stellt eine vertrauensvolle und persönliche Atmosphäre her/schafft eine kooperative Gesprächsbasis 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ begrüßt den Kunden nicht oder nicht angemessen ▪ führt nur allgemeinen Smalltalk (z. B. Wetter, Parkplatzsituation) ▪ zieht Smalltalk unnötig in die Länge ▪ ignoriert bei der Gesprächseröffnung Hinweise und Angaben aus der Fallvorgabe. Fragt nicht nach Veränderungen seit dem letzten Termin/Kontakt ▪ verhält sich distanziert, spult eine Standarderöffnung ab
Strukturiert das weitere Gespräch logisch nachvollziehbar.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ greift Kundenwünsche und -bedürfnisse auf ▪ arbeitet ein Gesprächsziel heraus ▪ teilt das Gespräch in logische Phasen auf (z. B. eine Analyse der Kundensituation, Herleitung des Bedarfs, Lösungsangebote, ggf. weitere Schritte zur Vertragsschließung) und stellt diesen Überblick dem Kunden vor ▪ holt Einverständnis zum Vorgehen ein ▪ verfolgt den festgelegten Gesprächsleitfaden ▪ arbeitet einen Teil nach dem anderen ab ▪ setzt Schwerpunkte / Prioritäten und fokussiert nach Dringlichkeit/Wichtigkeit innerhalb der logischen Phasen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ greift Kundenwünsche und -bedürfnisse nicht oder nicht hinreichend auf ▪ arbeitet kein Gesprächsziel heraus ▪ zusammenhangloses und für die Kundensituation unpassendes Aneinanderreihen von Gesprächsphasen ▪ bezieht Kunden nicht in die Gesprächsstrukturierung ein ▪ gibt keinen Überblick und holt kein Einverständnis zum Vorgehen ein ▪ führt das Gespräch sprunghaft und unsystematisch ▪ keine Gesprächsordnung („roter Faden“) erkennbar ▪ verliert das Gesprächsziel aus den Augen ▪ setzt keine Prioritäten

Kategorie 1: Systematische und zielorientierte Gesprächsführung	positiv	negativ
<p>Führt das Gespräch für den Kunden verständlich, insbesondere in Bezug auf die Risikosituation, die Prioritäten und die Lösungsvorschläge</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gibt anschauliche und zur Kundensituation passende Beispiele ▪ entwickelt Erklärungen von der Kundensituation ausgehend <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ begründet und veranschaulicht Aussagen/Empfehlungen einfach und nachvollziehbar ▪ erläutert das Vorgehen/was getan wird ▪ erkennt Gesprächssituationen, in denen eine Zusammenfassung bisheriger Gesprächsinhalte notwendig ist ▪ nutzt sinnvolle Zusammenfassungen, um das Verständnis für den weiteren Gesprächsverlauf sicherzustellen <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wendet angemessene Fragetechnik an ▪ wendet Argumentationstechnik zutreffend für den Kundennutzen an 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gibt keine nachvollziehbaren und zur Kundensituation passende Beispiele ▪ erläutert abstrakt ▪ stellt keinen Bezug zur Kundensituation her <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ überfrachtet den Kunden mit Informationen ▪ erläutert nicht was getan wird ▪ verwendet Zusammenfassungen, ohne dass sie für das Kundenverständnis und den weiteren Gesprächsverlauf hilfreich sind <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ wendet keine zielführende Fragetechnik an ▪ argumentiert nicht logisch. Stellt den Kundennutzen nichtzutreffend oder gar nicht dar
<p>Verhält sich durchgängig kundenorientiert.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ schafft angenehme Gesprächsatmosphäre ▪ kann sich in die Situation des Kunden hineinversetzen ▪ zeigt Interesse an der Person des Kunden, agiert emphatisch und baut eine persönliche Kundenbeziehung auf ▪ kommuniziert empathisch und einfühlsam <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ stellt Verbindlichkeit her ▪ kommt auf den Punkt <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ veranschaulicht Aussagen ▪ trifft konkrete Aussagen ▪ vermeidet Fachsprache und Abkürzungen ▪ formuliert dem Sprachniveau des Kunden entsprechend 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tritt kühl und abweisend auf/wirkt steif ▪ ignoriert Kundensituation ▪ kommuniziert empathielos und distanziert <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ muss ständig Themen zurückstellen ▪ wiederholt ständig ohne Mehrwert/dreht sich im Kreis <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verharrt bei abstrakten Aussagen ▪ bleibt zu allgemein ▪ verwendet oft Fachsprache und Abkürzungen ▪ passt sich nicht dem Sprachniveau des Kunden an

Kategorie 1: Systematische und zielorientierte Gesprächsführung	positiv	negativ
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hält Blickkontakt ▪ hat offene, zugewandte Körpersprache ▪ angemessene Gestik und Mimik 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hält keinen Blickkontakt ▪ wirkt verschlossen, dem Kunden abgewandt ▪ unangemessene Gestik und Mimik
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ stellt gezielt offene (Rück-)Fragen für kontextbezogene Informationen ▪ hinterfragt Sachverhalte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ stellt keine Fragen ▪ fragt mechanisch ▪ stellt Suggestivfragen
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ lässt Kunden zu Wort kommen und ausreden ▪ hört aktiv zu ▪ bezieht den Kunden aktiv ein 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ lässt Kunden nicht zu Wort kommen, unterbricht ihn ▪ ist nicht bei der Sache ▪ bezieht Kunden nicht ein
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ spricht deutlich und in einer angemessenen Lautstärke ▪ hält angemessenes Sprechtempo 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ spricht undeutlich und zu laut oder zu leise ▪ spricht zu schnell
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verhält sich in ethisch-moralischer und überfachlich rechtlicher Hinsicht vertretbar 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verhält sich z. B. rassistisch, homophob, geschlechterdiskriminierend ▪ arbeitet mit nicht belegten Behauptungen

Kategorie 2: Ganzheitliche Berücksichtigung der Interessen des Kunden	positiv	negativ
Veranschaulicht anhand der Kundensituation die Risiken im Kundenbedarfswelt.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gibt dem Kunden einen fachlich richtigen Überblick über alle Risiken, die den Kunden im Kundenbedarfswelt betreffen können ▪ berücksichtigt dabei die individuelle Situation des Kunden (z. B. durch Hinweis auf schon bestehende Absicherungen, familiäre Situation, Ziele und Wünsche des Kunden, zukünftige Entwicklungen) ▪ nutzt zur Veranschaulichung der Kundensituation passende und inhaltlich richtige (Schaden-)Beispiele 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zeigt Risiken, die den Kunden im Kundenbedarfswelt treffen können, nicht oder nur unvollständig auf ▪ veranschaulicht die Risiken allgemein, ohne sich auf die individuelle Situation des Kunden zu beziehen ▪ verwendet allgemeingültige (nicht individuell zur Kundensituation passende) (Schaden-)Beispiele ▪ stellt (Schaden-)Beispiele inhaltlich falsch dar
Begründet und vereinbart sinnvolle Prioritäten innerhalb des Kundenbedarfswelt.	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gibt dem Kunden einen sinnvoll begründeten und fachlich nachvollziehbaren Rat zur Bildung der Prioritäten (z. B. durch Hinweis auf schon bestehende Absicherungen, familiäre Situation, Ziele und Wünsche des Kunden, zukünftige Entwicklungen) ▪ orientiert sich dabei an den in der Kundensituation dringendsten und wichtigsten Themen ▪ holt sich das Einverständnis des Kunden für die vorgeschlagene Priorisierung ein ▪ zeigt bei vom fachlichen Rat abweichenden Kundenwünschen zur Priorisierung Konsequenzen auf 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ schlägt zur individuellen Kundensituation unpassende Prioritäten vor ▪ kann die vorgeschlagenen Prioritäten nicht nachvollziehbar begründen ▪ vernachlässigt existenzbedrohende Risiken ▪ klärt nicht, ob der Kunde mit der vorgeschlagenen Priorisierung einverstanden ist ▪ ändert Prioritäten bei Kundenwünschen ohne Hinweise auf damit verbundene Konsequenzen ab

Kategorie 2: Ganzheitliche Berücksichtigung der Interessen des Kunden	positiv	negativ
<p>Zeigt im priorisierten Thema individuelle Versorgungslücken auf.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ klärt nachvollziehbar mit dem Kunden ein passendes, individuelles Versorgungs- bzw. Absicherungsziel 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hält kein oder nur ein pauschales Versorgungs- bzw. Absicherungsziel fest ▪ lässt den Kunden über Kriterien für die Festlegung eines individuellen Versorgungs- bzw. Absicherungsziels im Unklaren ▪ schlägt zu hohe oder zu niedrige Versorgungs- bzw. Absicherungsziele vor
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ klärt Nachhaltigkeitspräferenzen, soweit für die spätere Lösung erforderlich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ klärt Nachhaltigkeitspräferenzen nicht oder unzureichend, obwohl für die spätere Lösung erforderlich
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ermittelt die vorhandenen Absicherungen durch andere Leistungsträger (z. B. staatliche Institutionen oder andere Versicherer) richtig ▪ erläutert dem Kunden deren Anteil zum Erreichen des Versorgungs- bzw. Absicherungsziels 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ignoriert vorhandene Absicherungen durch andere Leistungsträger ▪ ermittelt vorhandene Absicherungen durch andere Leistungsträger falsch ▪ kann dem Kunden nicht erläutern, welchen Anteil die vorhandenen Absicherungen anderer Leistungsträger am Erreichen des Versorgungs- bzw. Absicherungsziels haben
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ermittelt die sich aus dem Versorgungs- bzw. Absicherungsziel und den vorhandenen Absicherungen ergebenden individuellen Versicherungs-/Versorgungslücken richtig 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ermittelt Versicherungs-/ Versorgungslücken falsch
<p>Begründet bedarfsgerechte Lösungsvorschläge.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nennt eine zur individuellen Versicherungs-/Versorgungslücke passende Lösung 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nennt eine zur Versicherungs-/ Versorgungslücke unpassende Lösung
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ schlägt einen konkreten und zur individuellen Versicherungs-/Versorgungslücke passenden Leistungsumfang vor 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ schlägt einen pauschalen bzw. nicht zur Versicherungs-/Versorgungslücke passenden Leistungsumfang vor
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ begründet dem Kunden nachvollziehbar, wie die vorgeschlagene Lösung zum Erreichen des Absicherungs- bzw. Versorgungsziels beiträgt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kann dem Kunden nicht begründen, wie die vorgeschlagene Lösung zum Erreichen des Absicherungs- bzw. Versorgungsziels beiträgt
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ berücksichtigt Nachhaltigkeitsaspekte, soweit erforderlich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ berücksichtigt Nachhaltigkeitsaspekte nicht oder unzureichend, obwohl erforderlich

Kategorie 2: Ganzheitliche Berücksichtigung der Interessen des Kunden	positiv	negativ
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ klärt den Kunden über die Kriterien auf, die zur Ermittlung einer Prämie für die vorgeschlagene Lösung erforderlich sind 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ lässt den Kunden im Unklaren darüber, welche Kriterien Einfluss auf die Ermittlung einer Prämie für die vorgeschlagene Lösung haben
<p>Erläutert ggf. die weiteren Schritte zur Vertragsschließung nachvollziehbar.</p> <p>Hinweis: Diese Punkte sind zu berücksichtigen, soweit dies innerhalb des natürlichen Gesprächsverlaufes des Kundengesprächs innerhalb der Prüfungszeit möglich und erforderlich ist.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ fasst Lösung zusammen, benennt Prämie und holt Einverständnis ein ▪ nimmt Antrag auf und erklärt die Hintergründe, bezieht Kunden dabei ein ▪ gibt Ausblick über die weiteren Schritte bis zum Vertragsschluss ▪ benennt wahrscheinliche zeitliche Komponente ▪ gibt Hinweis auf mögliche Rückfragen/Zusatzfragebögen etc. und bittet Kunden um Unterstützung ▪ erklärt Nachmeldepflicht im Rahmen der vorvertraglichen Anzeigepflicht ▪ weist auf Widerrufsmöglichkeit etc. hin ▪ füllt Beratungsprotokoll aus und bindet den Kunden dabei ein ▪ erklärt, wodurch der Vertrag zustande kommt ▪ erklärt ab wann Versicherungsschutz besteht, falls der Vertrag zustande kommt ▪ spricht ggf. vorläufige Deckung an und erteilt sie, wenn nötig und möglich ▪ übergibt im Rahmen der Informationspflichten notwendige Unterlagen bzw. weist auf deren Zusendung hin und erklärt diese ▪ stellt zu den vorgenannten Punkten den Kundennutzen heraus 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ unterstellt Lösung ohne Einverständnis des Kunden ▪ benennt keine Prämie, obwohl der Kunde explizit danach fragt ▪ nimmt keinen Antrag auf, erklärt Hintergründe nicht, bezieht den Kunden dabei nicht ein ▪ stellt die weiteren Schritte bis zum Vertragsschluss nicht oder verwirrend dar ▪ äußert sich nicht zum wahrscheinlichen zeitlichen Ablauf ▪ gibt keinen Hinweis auf mögliche Rückfragen des VR, bittet Kunden nicht um Unterstützung ▪ erwähnt Nachmeldepflicht im Rahmen der vorvertraglichen Anzeigepflicht nicht ▪ gibt keinen Hinweis auf Widerrufsmöglichkeiten etc. ▪ erstellt kein Beratungsprotokoll bzw. bindet den Kunden dabei nicht ein ▪ lässt offen, wie der Vertrag zustande kommt ▪ lässt den Kunden darüber im Unklaren, ab wann Deckung besteht ▪ spricht vorläufige Deckung nicht an, obwohl erforderlich und möglich bzw. weist nicht auf unversicherte Zeit hin ▪ sagt Versicherungsschutz zu, ohne dass dieser besteht ▪ übergibt im Rahmen der Informationspflichten notwendige Unterlagen nicht bzw. weist nicht auf deren Zusendung hin ▪ stellt zu den vorgenannten Punkten den Kundennutzen nicht heraus, obwohl es sinnvoll gewesen wäre (z. B. auf Kundennachfrage)

Kategorie 3: Situatives Handeln	positiv	negativ
<p>Greift Fragen, Aussagen, Einwände und Verhalten des Kunden konstruktiv auf.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ erkennt in Fragen oder Aussagen, was dem Kunden wichtig ist ▪ nimmt Fragen und Aussagen des Kunden ernst ▪ stellt Verständnisfragen ▪ lässt sich vom Kunden bestätigen, ob Frage oder Aussage richtig verstanden wurde ▪ wiederholt/fasst Kundenaussagen mit eigenen Worten zusammen/paraphrasiert ▪ zeigt Verständnis für die Sichtweise des Kunden <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ sichert dem Kunden zu, auf offene Fragen oder Aussagen später im Gesprächsverlauf zurückzukommen <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ geht mit Einwänden souverän um <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ akzeptiert Kundenentscheidungen, bestätigt diese, wenn vertretbar <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ reagiert positiv bzw. wertschätzend auf Verhalten des Kunden <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ist bzw. bleibt auch in schwierigen Situationen verständnisvoll, gelassen und freundlich 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ignoriert Fragen oder Aussagen des Kunden und geht nicht darauf ein ▪ reagiert unhöflich oder abweisend auf Fragen oder Aussagen des Kunden provoziert Missverständnisse <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verspricht, auf Fragen oder Aussagen zurückzukommen, tut dies aber nicht oder vergisst es <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ ignoriert den Einwand des Kunden ▪ unterbricht den Kunden ▪ reagiert mit Negativformulierungen ▪ belehrt den Kunden ▪ fängt unnötige Diskussionen an ▪ wird unsachlich ▪ drängt den Kunden in eine bestimmte Richtung <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ will Kunden etwas aufschwätzen, akzeptiert Kundenentscheidung nicht <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ reagiert auf bzw. hinterfragt Signale des Kunden im Gespräch nicht <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ reagiert verständnislos, gereizt oder unfreundlich
<p>Setzt Hilfsmittel gesprächsunterstützend ein.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ erkennt die Notwendigkeit, Hilfsmittel einzusetzen <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ setzt Hilfsmittel (z. B. eigene Skizzen, Schaubilder, Prospekte, Taschen-rechner, Notebook, Tablet) im passenden Gesprächszusammenhang ein 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nutzt trotz Signalen des Kunden keine oder ungeeignete Hilfsmittel <hr/> <ul style="list-style-type: none"> ▪ verwendet Hilfsmittel überflüssigerweise ▪ versteckt sich hinter den Hilfsmitteln ▪ Hilfsmittel dominieren das Gespräch

Kategorie 3: Situatives Handeln	positiv	negativ
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ setzt Hilfsmittel so ein, dass der Kunde den Ausführungen besser folgen kann ▪ visualisiert das gesprochene Wort mit Hilfsmitteln ▪ Hilfsmittel sind für den Kunden gut einsehbar / erkennbar ▪ geht sicher und souverän mit den eingesetzten Hilfsmitteln um, ist ggf. technisch darin versiert ▪ greift gezielt auf Hilfsmittel zu 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ verwirrt den Kunden durch die eingesetzten Hilfsmittel ▪ verliert den Kunden durch die eingesetzten Hilfsmittel ▪ Hilfsmittel sind für Kunden nicht einsehbar / erkennbar ▪ kennt sich mit den eingesetzten Hilfsmitteln nicht aus, hat ggf. technische Schwierigkeiten ▪ sucht in den Hilfsmitteln nach Argumenten
<p>Spricht über das Kundenbedarfsweld hinausgehende Zusatzbedarfe an.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ weist auf über das Kundenbedarfsweld hinausgehende Risiken hin, die sich aus der Fallvorgabe oder dem Gesprächsverlauf ergeben ▪ stellt Zusatzbedarfe an das Ende des Gespräches bzw. vereinbart einen Zusatztermin 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ spricht über das Kundenbedarfsweld hinausgehende Risiken nicht an ▪ berät in Richtung Zusatzbedarfe und verliert dabei die Risiken des gewählten Kundenbedarfsweldes aus den Augen