



nfep-Experteninterview:

Financial Life Planning: die nächste Stufe der Finanzplanung

Interview mit SEBASTIAN JERSCH

In den vergangenen Jahrzehnten haben sich die Ansichten und Standards bezüglich dessen, was gute Finanzdienstleistung ausmacht, erheblich verändert. Und dieser Wandel wird sich fortsetzen. Lieber Sebastian Jersch, Sie verfolgen seit zehn Jahren die internationalen Trends in der Finanzplanung und Vermögensverwaltung und konnten sich einen genaueren Eindruck davon verschaffen, mit welchen Veränderungen wir hier in Deutschland zu rechnen haben. Mit welchen Entwicklungen müssen wir uns Ihrer Meinung nach auseinandersetzen? Wie werden sie sich auf die Arbeit von Finanzplanern und Finanzberatern auswirken?

SEBASTIAN JERSCH: Jede Generation hat ihre eigene Perspektive auf das Leben. Es ist offensichtlich, dass sich die jüngeren Generationen mehr um den Sinn des Lebens kümmern als die Generationen vor ihnen. Bemerkenswerterweise beschäftigt sich zunehmend auch die große Gruppe der älteren Menschen damit, was die Früchte eines Arbeitslebens sein sollten. Durch den zunehmenden Individualismus und die fortschreitende Emanzipation von Kunden kann sich dieser Trend weiter festigen.

Die Wertevorstellung im Hinblick auf Geld verschiebt sich eindeutig von „Geld ist ein Zweck“ zu „Geld ist ein Mittel“. Der



SEBASTIAN JERSCH, RLP®, Financial Advisor (ebs), Geschäftsführer Neo Consult GmbH & Co. KG, Marburg

Finanzberater, der sich, statt nur über Geld zu reden, vornehmlich der Lebensqualität eines Kunden widmet, hält daher die Zukunft in der Hand. Die Aspekte, die Einfluss auf die Lebensqualität haben, sind eindeutig nicht nur finanzieller Art und können daher auch nicht nur finanziell angegangen werden. Ein erfolgreicher Berater wird daher einen weiter gefassten Bereich in Betracht ziehen müssen.

Welchen Lösungsansatz bietet dafür das sogenannte Financial Life Planning?

Der Übergang vom reinen Produktverkauf zur integralen Finanzplanung hat bereits viel zur Qualität der Finanzberatung beigetragen. Der Blick aus allen Facetten auf die finanziellen Fragen des „finanziellen Lebens“ eines Kunden hat bereits eine größere Chance auf eine kohärentere und angemessenere Beratung geschaffen. Trotz dieses ganzheitlichen Ansatzes fol-

gen die Kunden der professionellen Beratung jedoch nicht immer ausreichend. Dies mag besonders dann überraschend sein, wenn der Klient während der Gespräche mit dem Berater offensichtlich sehr darüber im Klaren zu sein schien, was den Zweck und die Notwendigkeit der Beratungsempfehlung anging. Das führt oft zu Enttäuschungen – nicht nur für Kunden, sondern auch für Berater. Schließlich möchten wir als Finanzexperten sehen, dass Kunden die vernünftigen Dinge tun ... Offenbar



reicht jedoch eine rationale Betrachtung nicht aus. Die genaue Betrachtung zeigt: Der wahre Beweggrund liegt in der Begeisterung und Leidenschaft, die Kunden für das empfinden, was in ihrem Leben von Bedeutung ist.

Menschen, die große Dinge erreichen, sind sich in der Regel ihrer eigenen Begeisterung sehr bewusst. Sie werden von ihrer Leidenschaft angetrieben. Ihre Begeisterung darüber ist eine Inspiration für die Menschen in ihrem Umfeld. Man könnte argumentieren, dass Menschen, die etwas leidenschaftlich tun, aufgrund ihrer Leidenschaft effektiver sind. Ein erstes Gespräch, das darauf abzielt, den Kunden zu helfen, sich auf ihre größte Leidenschaft zu konzentrieren, gibt den damit verbundenen finanziellen Maßnahmen, die der Kunde ergreifen muss, viel mehr Energie und Bedeutung. Diese Leidenschaft erzeugt enorme Freiheit in ihrem Leben. Dies bedeutet nicht, dass finanzielle Vorsorgemaßnahmen vernachlässigt werden sollten. Im Gegenteil! Es ist wichtig, dass die Finanzexpertise genutzt wird, um Kunden letztendlich dabei zu helfen, genau die Ziele zu erreichen, die sie begeistern. Dies bedeutet ausnahmslos, dass es den Kunden erleichtert werden muss, die notwendigen Maßnahmen zu ergreifen, um in die gewünschte Situation in ihrem Leben zu gelangen. Und obwohl der Berater über wesentliche Kenntnisse verfügt, ist es wichtig, dass er niemals die Verantwortung der Kunden übernimmt, sondern diese stattdessen befähigt, die Verantwortung für sich selbst zu übernehmen.


Wie genau hilft Life Planning dabei, die Begeisterung von Menschen offenzulegen und für die eigene Finanzplanung zu nutzen?

Offensichtlich beginnt die Suche nach der wirklichen Motivation von Menschen damit, Fragen zu stellen. Wenn jedoch gefragt wird, was Kunden für wichtig halten, gehen Finanzberater schnell davon aus, dass sie eine verwertbare Antwort erhalten. Aber selbst diese Frage bietet in der Regel nicht genügend Klarheit über die intrinsische Motivation der Klienten. Kunden neigen dazu, ihre Antwort auf das zuzuschneiden, was ihrer Meinung nach vom jeweiligen Umfeld – hier vom finanziellen Umfeld – von ihnen erwartet wird. Wenn

ihr Hausarzt die gleiche Frage stellen würde, würden sie höchstwahrscheinlich ganz anders antworten. Und gerade dann, wenn es um tief empfundene Ambitionen geht, die nicht so leicht zu verwirklichen sind, neigen Kunden dazu, diese zu unterdrücken, anstatt sich ihnen zu stellen. Darüber hinaus werden wir alle ständig mit allerlei Reizen überflutet und mit Meinungen konfrontiert, die uns allesamt glauben machen, dass wir unsere Ressourcen besser für die Dinge einsetzen sollten, die sich andere Menschen für uns ausgedacht haben, anstatt vornehmlich für etwas, das mit unserer eigenen Passion zu tun hat.

Wenn wir tiefere Wünsche von Kunden herausfinden, stoßen wir in jeder Aufstellung von einzigartigen Wünschen auf eine Reihe von Ähnlichkeiten. Erstens stellen wir fest, dass viele der Elemente, die Befriedigung beziehungsweise ein Gefühl der Erfüllung vermitteln, mit Dingen zu tun haben, die Menschen erleben möchten. Zum Beispiel wollen sie reisen oder eine (bessere) Beziehung zu anderen haben. Das Bedürfnis, sich um andere oder um den eigenen Nachlass zu kümmern, ist ebenfalls üblich. Darüber hinaus sehen wir viele Wünsche rund um Kreativität und Spiritualität. Materielle Wünsche (Besitztümer) werden zwar regelmäßig zuerst als etwas genannt, das glücklich machen könnte, aber im Allgemeinen erweisen sich die zuvor genannten Bereiche als bedeutungsvoller im Leben von Menschen.





Der zweite Schritt auf unserer Suche nach der Essenz besteht darin, herauszufinden, wie dieses Verlangen angetrieben wird. Manchmal sind wir extrinsisch motiviert, also durch den Wunsch eines anderen. Die intrinsische Motivation ist jedoch in der Regel viel stärker und herzgetriebener und verdient daher für die Arbeit eines Financial Life Planners das wesentliche Augenmerk.

Wenn wir die stärkste Leidenschaft von Kunden offengelegt haben, wollen wir verstehen, welche Qualitäten die Zufriedenheit tatsächlich antreiben. Ist es das Wissen über etwas oder ist es eher das Tun, das wichtig ist? Oder könnte die übergeordnete Qualität davon definiert sein, etwas zu erleben? Das Verständnis dieser Qualitäten kann den Kunden helfen, die richtige Strategie zu entwickeln.

Sobald Kunden spüren, wie ihre Leidenschaft brennt, ist es an der Zeit, dies mit der Realität zu verbinden. Der Berater wird die Kunden nun ermutigen, zu untersuchen, wie sie mit den gegebenen Umständen umgehen und ihre Ziele (trotzdem) erreichen können. Ohne einen realistischen Plan bleibt die Leidenschaft nur ein Traum und führt nur zu Frustration.

In der Endphase dieser Planung sollte der Kunde klar wissen, was zu tun ist, um das gewünschte Ergebnis zu erzielen – dieses Mal jedoch gespeist von intrinsischer Motivation. Mit anderen Worten: Die Kunden wissen nicht nur, was zu tun ist, sondern spüren auch den nötigen Drang dafür. Das konkrete Gefühl ist es, was sie zum gewünschten Verhalten antreibt. Kunden, die auf diese Weise beraten werden, sind in der Regel engagierter sowie loyaler und zufriedener mit dem Service ihres Beraters. Es wird einfacher, eine realistische Gebühr für die Dienstleistung zu erheben, da der gelieferte Mehrwert für den Kunden spürbar und somit klar ist.

Da sich diese Methode vielmehr auf das Leben der Kunden als nur auf die Finanzen konzentriert, nennen wir diesen Ansatz Financial Life Planning. Dieser Ansatz hat sich weltweit durchgesetzt und es ist klar, dass Life Planning mehr als nur ein weiterer Ansatz ist. Es ist ein Trend, der unverkennbar und unweigerlich mit der Emanzipation der Finanzkonsumenten verbunden ist.

Was ist der Unterschied zwischen Finanzplanung und finanzieller Lebensplanung?

In vielen Fällen hat der Finanzplaner eine große Affinität zu Zahlen. Das Lösen des finanziellen Rätsels ist eine herausfordernde Aktivität, die an sich sehr befriedigend sein kann. Aber im Gegensatz zu einigen anderen numerischen Berufen finden Finanzplaner es fast immer sehr wichtig, dass sie durch eine gute Übersetzung der Zahlen, Daten und Fakten einen positiven Beitrag zur Verwirklichung der finanziellen Ziele im Leben ihrer Kunden leisten können.

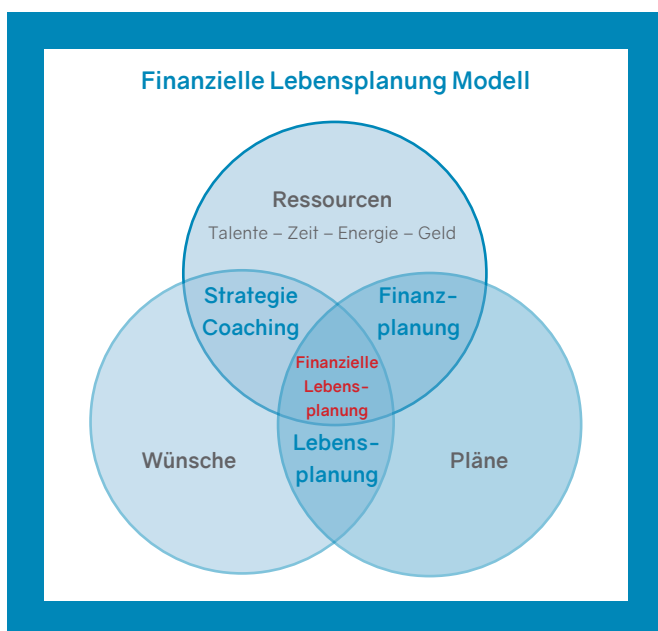
Planer haben sich implizit oder explizit entschieden, nicht nur mit Zahlen, sondern auch mit Menschen zu arbeiten. Letzteres erfordert ganz eigene Fähigkeiten. Aber wie werden Finanzplaner in Verhaltensweisen und Emotionen geschult? Und wie sind sie in der Lage, die vernünftigen und logischen Finanzlösungen beim Kunden so zu platzieren, dass Kunden effektiv zu dem für sie wünschenswertesten Verhalten ermutigt werden?

Das Bild, das Kunden, aber auch Finanzplaner selbst von diesem Beruf haben, ist, dass der Beruf rational und logisch ist und dass der wichtigste Mehrwert des Finanzplaners im Wissen, in den finanziellen Einsichten und in den finanziellen Lösungen liegt. Das Geschäftsmodell ist daher oft auf ein „Entlastungsmodell“ ausgerichtet. Der Planer übernimmt die Verantwortung für das finanzielle Wohl des Kunden und gibt die Richtung bezüglich dessen vor, was entschieden und getan werden muss. Obwohl dies als ein großartiger Service erlebt werden kann, schafft es einen abhängigen Klienten, der nur dann Maßnahmen ergreift, wenn er dazu aufgefordert wird. Das führt im Ergebnis zu Kunden, die selbst nicht besonders gut in der Lage sind, persönliche Verantwortung für ihre finanziellen Handlungen zu übernehmen. Darüber hinaus kann es vorkommen, dass der vorgeschlagene Plan genau zu den (rationalen) Vorstellungen des Finanzberaters passt, die Planung aber nicht der intrinsischen Motivation des Auftraggebers entspricht.

Im dargestellten Positionierungsmodell können wir sehen, dass sich die traditionelle Finanzplanung hauptsächlich auf die Planung (oder auch Koordinierung) und die verfügbaren Ressourcen (also Mittel) konzentriert, um das Geld von Kunden



bestmöglich zu verwalten, um es profitabel zu machen. Die Wünsche der Auftraggeber werden selten anders als zweckgebunden rational behandelt.



Sobald wir jedoch das wirkliche, intrinsische Bedürfnis berücksichtigen, ergeben sich zwei neue Bereiche. Die erste und bei Weitem wichtigste Schnittstelle liegt zwischen den Wünschen und den Plänen. In diesem Bereich, den wir als Life Planning bezeichnen, helfen wir dem Kunden, zu fühlen, worauf es wirklich ankommt. Sobald Klienten spüren, warum sie ihre Wünsche verwirklichen wollen, erleben sie die wahre Antriebskraft ihres Verhaltens. Infolgedessen ist die Ausführung der Planung, um zu den Wünschen zu gelangen, plötzlich viel weniger abhängig von einem Dritten, zum Beispiel von einem Berater.

An der Schnittstelle von Wünschen und verfügbaren Mitteln wird schließlich eine Strategie benötigt, die darauf zugeschnit-

ten ist, diese Wünsche zu erfüllen. Bei diesem Ansatz ist Geld nur ein Werkzeug oder ein Spiegelbild aus der Summe der Talente, der Lebenszeit und der Energie, die den Menschen faktisch als einzige Ressourcen zur Verfügung stehen und sich für ihr Leben einsetzen lassen. Ohne eine Antwort auf die Frage, wie genau diese begrenzten Ressourcen zielgerichtet eingesetzt werden sollen, wird für die Planung ernsthaft ein Scheitern riskiert.

Kurz gesagt: Die Financial-Life-Planning-Methode, die ständig nach sinnvollen Antworten auf all diese Fragen sucht, verleiht Klienten mehr (Selbst-)Vertrauen, ihre eigenen Ressourcen effektiv zu nutzen, um ihr eigenes Leben zu lenken und somit die eigenen Ziele und Wünsche erfüllen zu können. Diese Methode arbeitet hauptsächlich mit der Energie des Klienten, die dafür sorgt, seine Kraft und seine Fähigkeiten zu stärken.

Da wir uns im Finanzsektor fast ständig mit Geld beschäftigen, neigen wir dazu, Geld überzubewerten. Die Mehrung oder der Erhalt von Vermögen scheinen ein (Selbst-)Zweck zu sein. Im Life Planning erlangen die hinter dem Vermögen stehenden eigentlichen Ressourcen – die Energie, die eigenen Talente und explizit der Einsatz der Lebenszeit – einen klaren Fokus bei der Gestaltung eines erfüllten Lebens. Geld für sich genommen ist dabei mehr ein Ermöglicher. Financial Life Planning ist also die Kunst, einen Finanzplan zu erstellen, der zum Kunden passt, anstatt einen Finanzplan zu erstellen, an den sich der Kunde anpassen muss. Um dies zu tun, ist es wichtig, neue Fähigkeiten zu erwerben. Wir müssen in der Lage sein, unseren Kunden wirklich zuzuhören. Wir müssen verstehen können, was für sie von wirklicher Bedeutung ist, um sie in Bewegung versetzen zu können.

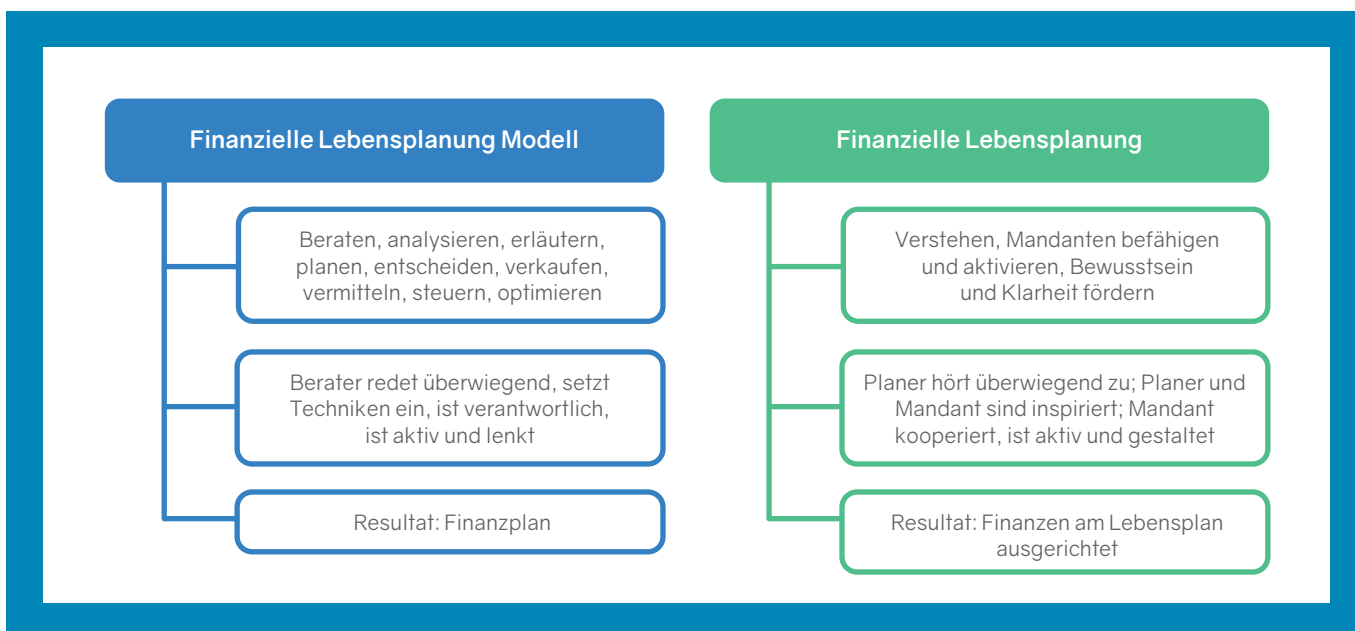
Wo also die „traditionelle“ Finanzberatung hauptsächlich Wissen über Geld erfordert, muss der Berater im Life Planning in der Lage sein, seinen Kunden zuzuhören und sie zu inspirieren, das zu tun, wozu sie bereit sind. Das Hören auf die zugrunde liegenden Motivationen erweist sich als schwieriger, als viele möglicherweise denken. Berater konzentrieren sich oft darauf, ein potenzielles finanzielles Problem zu identifizieren. Sobald dies geschehen ist, besteht der nächste Schritt darin, die Lösung vorzuschlagen. Dies erfordert jedoch etwas völlig anderes



als die Rolle, Kunden in der finanziellen Lebensplanung zu befähigen und zu unterstützen.

In der Lebensplanung hören wir dem Klienten mit Empathie zu, um herauszufinden, was ihn innerlich bewegt. Wir helfen Klienten, ihre intrinsische Motivation zu finden, und nutzen sie, um sie die geeigneten Maßnahmen eigenständig wählen zu lassen und um sie anschließend zu realisieren. Dieser kunden-zentrierte Prozess befasst sich mit einem viel breiteren Bereich als den unmittelbaren Finanzfragen.

mierung des Geldes. Selbst der mögliche Wunsch, (finanzielle) Risiken zu vermeiden, wird durch einen (Risikoprofilierungs-) Test operationalisiert, der darauf abzielt, zu beurteilen, wie viel Risiko man emotional bewältigen kann. Tatsächlich hängt jedoch das Ausmaß, in dem wir bereit sind, Risiken einzugehen, stark von unserem emotionalen Status zum individuellen Zeitpunkt ab. Ob die Risikobereitschaft somit überhaupt statistisch bestimmt werden kann, darf daher infrage gestellt werden. Wie dem auch sei: All die Ansätze sind gängige Praxis, gehen aber häufig an den eigentlichen Wünschen von Kunden vorbei.



Finanzplanung ist der Bereich, in dem Geld geplant wird. Es kommt oft vor, dass ein Finanzplan aus dem Glauben heraus entsteht, dass die Anhäufung von Geld das Ziel der Beratung ist. Auch kann die Beratung von der Überzeugung geprägt sein, dass irrationale menschliche Wünsche zu unbequem sind und daher keinen Platz haben für einen rationalen Ansatz zur Maxi-

Wenn wir es jedoch wagen, die Wünsche der Kunden zu betrachten und uns selbst effektiv darin zu schulen, Kunden zu helfen, diese Wünsche offenzulegen und zu klären, können wir eine völlig andere Sicht auf das gewinnen, was im Leben von Kunden benötigt wird. Viele Wünsche haben ihren Preis. Am Ende spielt es keine große Rolle, ob dieser Preis direkt in



Geld oder indirekt durch andere benötigte Ressourcen bemessen wird, die den Kunden zur Verfügung stehen. Während des Lebensplanungsgesprächs stellen wir Fragen, die den Kunden helfen, zu verstehen, wie die finanziellen Auswirkungen ihrer Wünsche sie oft daran hindern, überhaupt die Möglichkeiten zu erkunden, mit denen sich diese Wünsche erfüllen lassen. Sobald das Bild eines Ideals für die Kunden aus unseren Gesprächen heraus sichtbar wird, ergibt sich die Möglichkeit, eine Strategie zu entwickeln. Die Ziele und die Strategie führen zusammen zu einem soliden Plan, der für die Kunden funktioniert. Financial Life Planning ist eine einzigartige Dienstleistung, die die finanziellen Auswirkungen der Wünsche eines Kunden mit der jeweiligen Planung kombiniert und all dies mit einem Finanzplan untermauert. Mit anderen Worten, angelehnt an den Gründervater der Lebensplanung, George D. Kinder: Lebensplanung ist Finanzplanung, wenn sie gut gemacht ist.

Wie kann ich Life Planning erlernen? Welche Schulungsmöglichkeiten gibt es?

Das Kinder Institute of Life Planning in den USA bildet Finanzberater in aller Welt in der Kunst des Zuhörens aus. Seit 2021 bietet es unter der Leitung des weltweiten Master-Lead-Trainers Louis Vollebregt die Ausbildung auch auf Deutsch an. Das nächste Training findet am 19. und 20. Dezember 2022 statt.

Die gesamte Ausbildung umfasst drei Teile, die gemeinsam zur Registrierung im internationalen Verzeichnis der Registered Life Planner des Kinder Institute of Life Planning führt:

1. ein Zwei-Tages-Training unter dem Titel „Seven Stages of Money Maturity“, in dem die sieben Entwicklungsstufen, die Menschen beim Umgang mit Geld durchleben, als Grundgerüst der Arbeit mit theoretischem Hintergrundwissen und praktischen Übungen vermittelt werden
2. ein vier- bis fünftägiges Training unter dem Motto „EVOKE“, in dem der fünfstufige Beratungsprozess selbst erfahren und detailliert vermittelt wird, sodass Berater die Fähigkeiten zur praktischen Umsetzung erlangen
3. ein sechsmonatiges Mentorshipprogramm, mit dem die Integration der praktischen Kenntnisse in den individuellen Berateralltag sichergestellt wird, und zwar über ein persön-

liches Coaching und wiederkehrende (gegebenenfalls auch virtuelle) Gruppentreffen

Genauere Informationen hierzu finden Sie unter www.lifeplanningtraining.de. Interessierte können mich auch gern persönlich ansprechen.

Herzlichen Dank für die spannenden Erläuterungen! Wenn ich das zusammenfassen darf, heißt es nicht „Finanzplanung oder Life Planning“, sondern Life Planning als zusätzliche Kompetenz und zusätzliches Dienstleistungsangebot mit dem Ziel, private Kunden effizienter zu beraten und das Beratungserlebnis zu optimieren. Es geht insbesondere darum, wie ich Kunden berate.

Ja, genau. ■

Das Interview führte MAXIMILIAN KLEYBOLDT vom Netzwerk der Finanz- und Erbschaftsplaner e.V. (www.nfep.de).

SEBASTIAN JERSCH ist Inhaber und Geschäftsführer der Neo Consult GmbH & Co. KG. Als Mitglied internationaler Beraternetzwerke und über regelmäßige Weiterbildungen und Konferenzen in Großbritannien und den USA hat er profunde Einblicke in international anerkannte Methoden und Beratungsstandards unabhängiger Vermögens- und Finanzplanung gewonnen. Als erster Registered Life Planner® Deutschlands integriert Sebastian Jersch weltweit etablierte Ansätze wertorientierter Vermögens- und Finanzplanung in die Beratungspraxis. Als Co-Trainer des in den USA ansässigen Kinder Institute of Life Planning begleitet er die Ausbildung von Finanzplanern in den USA und Großbritannien sowie Nordirland und engagiert sich seit 2020 zudem für die Etablierung dieser einzigartigen Beratungskultur in Deutschland.