

bAV & Zeitwertkonten

Zwei große Felder für den Makler in 2009



100 Personen im Erwerbsalter stehen heute 32 älteren Menschen ab 65 Jahre gegenüber. Bis zum Jahr 2050 wird sich diese Zahl verdoppeln. 100 Menschen arbeiten, 64 sind im Ruhestand. Diese Fakten und ihre Folgewirkungen sind im Bewusstsein breiter Bevölkerungskreise angekommen – und oft auch zugleich verdrängt worden.

Dennoch haben Maßnahmen zur privaten Altersvorsorge einen deutlichen Anstieg zu verzeichnen. Auch die betriebliche Altersvorsorge hat Fahrt aufgenommen.

Gut 50 Prozent aller sozialversicherungspflichtigen Arbeitnehmer in der Privatwirtschaft haben bereits Anwartschaft auf eine Betriebsrente.

Meady Popcorn - Fotolia

Die Möglichkeiten der bAV sind bei Arbeitgebern und Arbeitnehmern noch nicht flächendeckend kommuniziert. Stärke und Schwäche zugleich ist dabei sicher auch die Vielfalt des Angebots an Durchführungswegen und Produkten. Bei der Finanzierung können zudem die Beiträge für den Aufbau von Anwartschaften vom Arbeitgeber, vom Arbeitnehmer oder von beiden gemeinsam getragen werden. Hinzu kommen die Varianten der staatlichen Förderung. Insgesamt also ein komplexes Feld, das beide, Vermittler und Kunden, intellektuell einfach überfordert.

Wichtig ist, dass die bAV vom Status einer freiwilligen Sozialleistung des Arbeitgebers hin zu einem integrierten Bestandteil der Gesamtvergütung des Arbeitnehmers kommuniziert wird. Dann erst entspricht dieses Vorsorgeangebot den Realitäten der Arbeitswelt.

Dank des durch das Altersvermögensgesetz 2002 festgeschriebenen Rechtsanspruchs auf Entgeltumwandlung bietet die bAV heute generell allen Arbeitnehmern sehr gute Möglichkeiten, zusätzlich für das Alter vorzusorgen. Zudem hat der Gesetzgeber die Rahmenbedingungen für die Entgeltumwandlung weiter verbessert. Die Portabilität der Anwartschaften bei einem Wechsel des Arbeitgebers wurde deutlich erleichtert. Die Sozialabgabenfreiheit bei der Entgeltumwandlung wurde unbefristet verlängert. Der Makler kann seinem Kunden nunmehr in Sachen bAV endlich Planungssicherheit für den Aufbau einer kapitalgedeckten Zusatzvorsorge über dessen Arbeitgeber geben.

Was hält Arbeitnehmer dennoch davon ab, für ihr Alter mit einer bAV vorzusorgen? Die Beantwortung dieser Frage liefert zugleich die Argumente für den Makler-Vertrieb.

1. Die Höhe des Vorsorgevolumens wird nach wie vor nicht realistisch eingeschätzt.

Die Antwort des Kunden: „Aber ich mache doch bereits...“, bedarf der nüchternen Analyse und muss mit nachvollziehbaren Zeitverläufen entkräftet werden.

Verbale Erklärungen helfen hier nicht weiter. Nur mit klaren Visualisierungen kann auf einen Blick die Problematik nachhaltig demonstriert werden. Leider wird auf diesem Feld viel zu wenig mit gut aufbereiteten graphischen Bildern gearbeitet.

Solange der Kunde das Thema mittels schwammiger Argumenten verdrängen kann, da der Berater auch nur mit Worten argumentiert, bleibt kein Eindruck haften, der zum Handeln animiert.

2. Die arbeitgeberfinanzierte Betriebsrente wird zum Auslaufmodell.

In dieses Vakuum gehören Entgeltumwandlung und Zeitwertkonten.

Abwehrlösungen seitens des Arbeitgebers sind nur allzu häufig dem Faktor Bequemlichkeit geschuldet. Rationale Argumente lassen sich kaum finden.

3. Steuerliche Förderung: Den Kunden an die Hand nehmen

In der Entgeltumwandlung wird die steuerliche Förderung zumeist nicht umfassend in Anspruch genommen. Hier kann der Makler Hilfestellung anbieten. Er entlastet seinen Kunden. Laut Umfragen kennt nur jeder zweite Beschäftigte, der über Entgeltumwandlung Vorsorge betreibt, den steuerlichen Förderrahmen in Höhe von 4.344 Euro für Direktversicherung, Pensionskasse oder Pensionsfonds.

Und dass in eine Unterstützungskasse nahezu unbegrenzt eingezahlt werden kann, ist für Arbeitnehmer grundsätzlich Neuland. Mit derartigen Fakten kann der Makler in sein Beratungsgespräch hier bares Geld mit einbringen.

4. Kein Geld oder.....

Natürlich sind der Hintergrund nahezu jedweder Abschlussverweigerung das mangelnde Kapital bzw. die Sorge um Konsumverzicht. Hier ist der Unterschied zwischen echten und vorgeschobenen Argumenten des Kunden nicht immer leicht zu erfassen. Aber: Die Gruppe derer, die sich noch nie mit der betrieblichen Altersvorsorge befasst hat, ist groß genug, um an dieser Stelle mit den guten Argumenten zur Entgeltumwandlung Einsicht und Bedarf zu wecken. Nicht zu vergessen: Man trifft natürlich immer wieder Personen an, die eine starke Unlust zum Thema Vorsorge verspüren. Dahinter steckt meist eine generelle Angst vor Entscheidungen aller Art. Dieses Kundenklientel ist zudem sehr

stornofreudig. Hier kann es nicht die Aufgabe des Maklers sein, psychologische Betreuung zu leisten

5. Die Erträge der bAV kommunizieren

Wer über die bAV-Produkte seiner Firma informiert ist und nicht handelt, nutzt gerne die Aussage: „Das lohnt sich so richtig ja auch nicht.“ Hier genügen einfachste finanzmathematische Kenntnisse, um die Potenzierung von Rentenleistungen im Alter mittels einer bAV zu demonstrieren. Diese Arbeit muss sich der Makler aber auch machen. Hier zählt die alte Formel: Ein Bild, eine Visualisierung, sagt mehr als 1000 Worte.

6. Der schweigende und der aktive Arbeitgeber

Der Arbeitgeber ist und bleibt Faktor Nr. 1 für die Umsetzung des bAV-Gedankens im Unternehmen. Da jedoch nur 25 Prozent aller Arbeitgeber aktiv mit einem bAV-Angebot an ihre Mitarbeiter herantreten, liegt hier echte Arbeit für den Makler. Der Markt ist noch lange nicht ausgereizt. Dessen ungeachtet kann auch der motivierte Mitarbeiter hier der Türöffner sein. 52,8 Prozent der Angestellten, die bereits über eine Betriebsrente zusätzlich vorsorgen, sagen: „Mein Arbeitgeber ist aktiv mit einem bAV-Angebot auf mich zugegangen. Das Angebot meines Arbeitgebers hat mich überzeugt.“

7. Information

Die Informationspolitik der Unternehmen im Sinne von Veranstaltungen zur bAV hat nur wenig Kontinuität. In der Summe der mittelständischen Unternehmen beraumt überhaupt nur die Hälfte Informationsveranstaltungen zur bAV an. Firmen aus dem Industriespektrum sind zudem aktiver als Dienstleistungsunternehmen. Letztere bieten generell in der Gesamtheit ein noch weitgehend nicht konsequent „beackertes“ Feld.

8. Zielgruppe: Junge Mitarbeiter

Angestellte unter 30 Jahren sind die beste Zielgruppe für den bAV-Makler. Indivi-

duelle Beratung hat hier den höchsten Stellenwert. Zudem kann hier die Finanzmathematik natürlich auch die attraktivsten Langzeitergebnisse aufzeigen.

9. Nr. 1: Sicherheit der Anlage

Vordergründig mag Rendite ein lockendes Argument sein. Am Ende muss die Sicherheit der angebotenen bAV bzw. des bAV-Produktes überzeugen. Hier muss konservativ argumentiert werden. Wenn bAV, dann aber ohne Risiko in der Kapitalanlage. Sicherheit ist der beste Türöffner!

Wer als Makler den Schritt über den Arbeitgeber nicht realisieren kann, kann zum Beispiel wie folgt vorgehen:

Schritt 1 – Statusfeststellung: Die Altersvorsorge des Kunden ist objektiv ungenügend.

Schritt 2 – Mit Hilfe von individuell dem Kunden entsprechenden Zeitverläufen, zwingend aufbereitet mit Grafik und Bild, wird die Vorsorge-Wirkung des in Vorschlag gebrachten Durchführungsweges glaubwürdig aufgezeigt.

Schritt 3 – In Ermangelung von ausreichend Haushaltsnetto, um eine bAV zu bedienen, werden die bereits beschrittenen Vorsorgewege in Abgleich zu den aus der vorgeschlagenen bAV zu erwartenden Rentenbeiträgen gesetzt.

Versicherungsprodukte in der bAV

Der Bestand an Direktversicherungen erhöhte sich 2006 laut GDV um 2,7 Prozent auf rund 6 Millionen Verträge. Der laufende Beitrag für ein Jahr erreichte insgesamt 4,7 Milliarden Euro; Vorjahreswert für 2005 gleich 4,5 Milliarden Euro.

Seit dem Inkrafttreten des Betriebsrentengesetzes in 1974, hat sich die Anzahl der abgeschlossenen Direktversicherungen mehr als vervierfacht. Die versicherte Summe wuchs von 7,13 Milliarden Euro auf 162,5 Milliarden Euro.

Der Gesamtbestand an Pensionskassenverträgen betrug in 2006 gemäß GDV 2,9 Millionen Verträge. Die meisten Pensionskassen wurden jedoch erst in 2002 gegründet.

Pensionsfonds sind erst seit 2006 mit nennenswerten Zuwächsen dotiert. 108.000 Personen sind hier für 2006 als Neuzugang zu verzeichnen.

Pensionsfonds ziehen Gewinn aus den Verbesserungen durch die VAG-Novelle.

Sie erleichtert die Übertragung von Pensionszusagen auf Pensionsfonds. Hier liegt Akquisitionspotential in erheblicher Größenordnung.

Bestände der Direktversicherung
(Anzahl der Verträge in Mio. am Jahresende)

1974	1,34
1980	2,41
1990	3,83
1998	5,39
1999	5,73
2000	5,80
2001	5,90
2002	5,83
2003	5,82
2004	5,94
2005	5,86
2006	6,02

Quelle:GDV

Neu

Garantien für Wertkontenmodelle

Das Bundesfinanzministerium hat Einzelheiten zum „Gesetz zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für die Absicherung flexibler Arbeitszeitregelungen“ (Flexi II-Gesetz) geregelt. Grundsätzlich können Wertkonten nur auf Arbeitnehmer angewendet werden. Arbeitnehmer mit befristeten Verträgen werden nur steuerlich begünstigt, wenn das Modell eine Freistellung während des befristeten Vertrages vorsieht. Beherrschende Gesellschafter-Geschäftsführer können für sich selbst keine steuerlich begünstigten Wertkonten führen. Steuerlich nicht anerkannt werden auch Wertkonten von Arbeitnehmern, die mehrheitlich am Unternehmen beteiligt sind. Künftig erkennt der Fiskus zudem nur noch Wertkontenmodelle an, die zum Zeitpunkt der planmäßigen Inanspruchnahme des Guthabens mindestens einen Rückfluss in Höhe der geleisteten Zahlungen gewährleisten. Diese Werterhaltungsgarantie gilt inklusive Kosten für die gesamte Freistellungsphase. Fallen beispielsweise Kosten für eine Rückdeckung an, so mindern diese die Garantiesumme nicht. Für bAV-Berater ein Anlass, bestehende Wertkontenmodelle auf die Neuregelungen des Flexi II-Gesetzes hin zu überprüfen. Dies betrifft natürlich insbesondere die Frage der Werterhaltungsgarantie. Unternehmen mit steuerlich anerkannten Modellen haben bis Ende 2009 Zeit, ihre Werterhaltungsgarantie nachzureichen.

Angestellte & bAV

Gründe gegen den Abschluss einer bAV; in % aller befragten Beschäftigten, die bislang nicht über bAV vorsorgen*

Geld für Zusatzvorsorge fehlt	38,4
Bisherige Altersvorsorge reicht aus	34,1
Noch nie mit dem Thema bAV beschäftigt	15,7
Leistungen in der Auszahlungsphase sind zu gering	14,4
Beschäftigte kennen bAV-Angebot und Informationsstellen nicht, wollen Arbeitgeber nicht aktiv danach fragen	11,0
Private Altersvorsorge ohne Beteiligung des Arbeitgebers ist attraktiver	8,5
Zu viel Bürokratie bei bAV	5,9
Furcht vor Abhängigkeit und eingeschränkter Flexibilität durch bAV-Vertrag	5,7
Furcht vor Problemen bei Arbeitgeberwechsel	4,2

*Delta Lloyd, F.A.Z.-Institut



Mehr Schubkraft für Ihren Erfolg!



MONEYMAXX Discover level 2 – Betriebsrente

Ihre Kunden wollen mehr Rente bei gleichem Aufwand? Kein Problem: mit der fondsgebundenen MONEYMAXX Discover level 2 – Betriebsrente. Damit setzen Sie bei Ihrer Beratung auf hohe Renditechancen bei maximaler Flexibilität und voller Sicherheit. Ready for take-off? MONEYMAXX Vertriebsservice: mm-maklerservice@maklermanagement.ag • Telefon: 0211 86 83 122

