



Entdecken Sie jetzt:
WWK bAV 2024



WWK bAV 2024 EINFACH DREIFACH GUT: WWK bAV

- **bAV Produkt:** WWK *IntelliProtect*® 2.0 | Insti-Tranchen und Indexfonds | nachhaltige Investments | Erhöhungen zu alten Rechnungsgrundlagen | Weiterzahlungsoptionen | Portierungen
- **bAV Prozess:** Digital mit XEMPUS, Penseo u. v. m. | WWK Kollektiv easy – smarterer bAV-Gruppenvertrag | Zufriedenheitsgarantie für Ihre Firmenkunden dank Arbeitgeber-Service-Versprechen+
- **bAV Service:** Projektservice – vollständige Brutto-/Netto-Beraterdaten | bAV-Support – telefonisch oder digital | bAV-Consultants vor Ort | Weiterbildungen mit DVA- und IHK-Zertifikaten

Profitieren auch Sie von der starken Gemeinschaft.

WWK VERSICHERUNGEN Vertriebsberatung: +49 89 5114-2500 oder info@wwk.de



FOKUS WWK

Die Zeichen der Zeit stehen auf bAV

„Der Mangel an (qualifizierten) Arbeitskräften ist zu einer der größten Herausforderungen für die Unternehmen in Deutschland geworden“, bringt das ifo Institut die Lage am Arbeitsmarkt auf den Punkt. Stärker als bekannte Großunternehmen ist der Mittelstand von der Personalknappheit betroffen. Gemäß einer Umfrage des Instituts für Mittelstandsforschung (IfM) liegt der Bereich „Fachkräfte/demografische Entwicklung“ unter allen Problemfeldern mit Abstand vorn, weit vor dem wachsenden Wettbewerbsdruck oder der Energieversorgung. Die relevanten Indikatoren lassen keinen Zweifel daran, dass sich das Problem in den kommenden Jahren noch verschärfen wird. Auch die kleinen und mittleren Unternehmen vor Ihrer Haustür werden davon nicht verschont bleiben – oder sind bereits heute dankbar für Unterstützung bei der Akquise von Arbeitskräften. Auf ebendieses Ziel zahlt eine betriebliche Altersversorgung (bAV) ein, der Klassiker und zugleich das kräftigste Zugpferd unter den Mitarbeiterbenefits. Sinn und Nutzen – um angesichts der Perspektiven der gesetzlichen Rente nicht zu sagen: die Notwendigkeit – ei-

ner Betriebsrente sind für jeden unmittelbar verständlich. Wer umworbene Arbeitskräfte gewinnen und an sein Unternehmen binden will, hat deshalb mit der bAV ein Pfund, mit dem sich wuchern lässt. Entsprechend gefragt ist bAV-Know-how. Makler können mit dem Aufsetzen einer Betriebsrentenlösung entscheidend zum Unternehmenserfolg beitragen und „auf einen Schlag“ die ganze Belegschaft von sich überzeugen. Dank digitaler Tools geht das heutzutage auch

über weite Distanzen hinweg, wie die WWK-Experten Ruven Simon und Thomas Heß im Interview auf den Folgeseiten erläutern. Erfahren Sie unter anderem, warum die bAV auch und gerade in konjunkturell schwierigen Zeiten ein Wachstumsfeld für Makler darstellt, wo diese das nötige Fachwissen für Beratung und Vermittlung erhalten, welche Rolle die Digitalisierung spielt und warum viele Anbieter ihr Rentenversprechen lieber ins Kleingedruckte verbannen. ■



Foto: Luis Alvarez

procontra FOKUS in Zusammenarbeit mit der WWK

»Stabiles Markt- umfeld für die bAV«

Ruven Simon und Thomas Heß von der WWK im Gespräch über den bAV-Markt, Kundenvorlieben und Maklerchancen

SW SEBASTIAN WILHELM

procontra: Wie steht der bAV-Markt in Deutschland nach Ihrem Eindruck derzeit da?

Thomas Heß: Die betriebliche Altersversorgung bewegt sich in einem stabilen Marktumfeld. In Zeiten der Inflation und Preissteigerungen liegt es nahe, dass viele Arbeitnehmer in Deutschland ihre Vorsorgeanstrengungen einschränken, allerdings ist das Bewusstsein für den privaten Vorsorgebedarf deutlich gestiegen. Kunden setzen deshalb ihre Sparvorgänge diszipliniert fort. Die bAV liefert eine äußerst sinnvolle Möglichkeit, Steuervorteile zu nutzen und die Altersrente zu erhöhen, und durch Entgeltumwandlung ist das auch selbstbestimmt möglich.

procontra: Welche Rolle spielt dabei der wachsende Arbeitskräftemangel?

Heß: Der Arbeitsmarkt hat sich in den letzten Jahren – vor allem seit Corona – stark verändert. Heute müssen sich Arbeitgeber für potenzielle Arbeitnehmer attraktiv machen und gewisse Benefits bieten. Dazu gehört in erster Linie auch die bAV. Denn fast alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind sich der Situation bei der gesetzlichen Rente bewusst und halten die bAV für eine gute Lösung zur Verbesserung der eigenen Versorgungssituation im Alter. Die bAV ist also heutzutage aus dem Angebot der Bene-

fits, mit denen Arbeitgeber für Mitarbeiterbindung sorgen können, nicht mehr wegzudenken.

procontra: Wie können Gewerbemakler potenzielle Kunden am besten finden und überzeugend ansprechen?

Ruven Simon: Gewerbemakler haben per se bereits den Fuß in der Tür, denn beim Arbeitgeber ist ihre Dienstleistung

»Arbeitnehmer
setzen in
erster Linie auf
eine sichere
Altersvorsorge.«

Thomas Heß

durch unterschiedliche Gewerbeversicherungen bereits bekannt. Nun gilt es, auch die bAV in den Unternehmen weiter bekannt zu machen und zu fördern. Um die Durchdringung insbesondere bei kleineren und mittleren Unternehmen weiter zu erhöhen, ist es zunächst einmal sinnvoll, das Know-how der Finanzberater zu stärken. Sie müssen sich bei den Unternehmen als versierte und

kundenorientierte Berater präsentieren können. Das notwendige Fachwissen liefern wir mit unserem modernen siebenstufigen Ausbildungsprogramm. Zusätzlich können bei der Beratung jederzeit unsere bAV-Consultants als Experten hinzugezogen werden.

procontra: Ist die geografische Nähe zum Kunden unverzichtbar oder könnte man auch bundesweit – mithilfe digitaler Tools – bAV-Beratung anbieten?

Simon: Unsere Erfahrung zeigt, dass regionale Nähe heute nicht mehr unbedingt notwendig ist. Wir arbeiten mit vielen Vertriebspartnern zusammen, die durch Webmeetings und spezielle Beratungssoftware bereits heute über 80 Prozent ihres bAV-Umsatzes deutschlandweit erreichen. Entscheidend ist aber natürlich immer, welche Präferenzen der Arbeitgeber hat. Wenn es für ihn wichtig ist, persönlich vor Ort beraten zu werden, dann unterstützen unsere bAV-Consultants mit fachlicher Expertise und einem guten verkäuferischen Gespür gerne vor Ort.

procontra: Sicherheit ist für Arbeitnehmer das wichtigste Kriterium einer bAV-Lösung, weit vor der Rendite. Wie zeigt sich das im vertrieblichen Alltag?

Heß: Arbeitnehmer setzen in erster Linie auf eine sichere Altersvorsorge: Sie legen Wert auf hohe Garantien in der Rente und einen verlässlichen Anbieter. Intransparente Lösungen, die den Rentenfaktor erst bei Rentenbeginn festlegen oder nur geringe Rentenleistungen garantieren, werden immer weniger akzeptiert. Die WWK wird von den Marktteilnehmern aufgrund ihrer Finanzstärke, hohen Transparenz in der Garantieverzinsung und hohen garantierten Rentenfaktoren auf das Gesamtguthaben sehr positiv wahrgenommen.

procontra: Schaut man sich das bAV-Infomaterial verschiedener Anbieter an,



Ruven Simon, Leiter bAV Vertrieb, WWK

fällt auf, dass das Rentenversprechen oft nur am Rande behandelt wird. Woraan könnte das liegen?

Simon: Viele Anbieter bieten keine oder nur geringe garantierte Rentenversprechen an und vermeiden es daher, das Thema anzusprechen. Einige bekannte, große Marktteilnehmer legen bedingungsgemäß erst bei Renteneintritt den Rentenfaktor fest, der maßgeblichen Einfluss auf die spätere Rente hat. Dabei geht es in der bAV im Kern immer um die Rente. Die Leistung ist später in voller Höhe steuerpflichtig und muss auch verbeitragt werden. Eine Kapitalleistung ist zwar bei nahezu allen Anbietern möglich, in der Nettobetrachtung aber äußerst unvorteilhaft. Die WWK ist im Markt für ihre hohen, garantierten Rentenfaktoren bekannt. Dieser Vorteil wird in der Vermittlerschaft zunehmend erkannt.

procontra: Welche Rolle spielt die Digitalisierung in der bAV?

Simon: Mittels Digitalisierung können wir viele Prozesse in der Beratung



Thomas Heß, Marketingchef und Organisationsdirektor, WWK

und in der Verwaltung vereinfachen.

Als Service-Versicherer sehen wir hier unseren Ansatz: alle Prozesse, die Arbeitgeber und Vermittler digitalisieren wollen, stellen wir digital zur Verfügung; bei der Beratung, beim Abschluss und in der Verwaltung der Verträge. Smarte Prozesse vereinfachen die Beratungs- und Akquisestrecke für den Vermittler spürbar.

procontra: Wie unterstützt die WWK kooperierende bAV-Vermittler?

Simon: Die bAV wird in der Praxis oftmals als sehr komplex wahrgenommen. Die WWK unterstützt ihre Vertriebspartner daher sehr zielgerichtet: Über die Münchner Zentrale steht die „Vertriebsberatung bAV“ telefonisch oder im Chat zu allen Fragen der Direktversicherung zur Verfügung. Das „bAV Kompetenz Center“ flankiert die spezielle bAV mit Rückdeckungslösungen für Unterstützungskassen und Pensionszusagen. Darüber hinaus bereitet unser bAV-Projekt-service die Beratungen des Vermittlers inklusive aller Beratungs-

dokumente individuell vor. Analog oder digital. Dezentral haben wir zudem mit elf bundesweit tätigen bAV-Consultants Experten, die Vermittler persönlich vor Ort bei Weiterbildungen, bei der Akquisition und bAV-Konzeptionen sowie bei Arbeitgeberterminen unterstützen.

procontra: Von der Politik wird eine bAV-Durchdringung von 80 Prozent angestrebt. Wie ist das zu schaffen?

Heß: Die Politik hat der Versicherungswirtschaft und ihren Vertriebspartnern einen klaren sozialpolitischen und volkswirtschaftlichen Auftrag gegeben: die bAV stärker zu verbreiten. Wir haben schon davon gesprochen, dass bAV komplex sein kann. Wir als Anbieter sind also auch Teil des Problems. Deshalb vereinfachen, verschlanken und verbessern wir konsequent jeden Teil der betrieblichen Altersvorsorge, sodass die Customer Journey für alle Beteiligten deutlich besser wird. Zusätzlich bilden wir aktiv jährlich über 500 Vermittler weiter. Denn ohne Fortbildung kein Fortschritt. ■