

Inhaltsverzeichnis

Über den Autor	5
Vorwort.....	6
1 Hintergründe, Zahlen und der Fokus auf die Zielgruppe „50+“	7
11 Historische Motive für die Altersvorsorge	8
12 Demografie in Deutschland und die Entwicklung der gesetzlichen Altersvorsorge	9
13 Wie gehen Kunden mit ablaufenden Verträgen um?	13
14 Das Potenzial ablaufender Lebens- und Rentenversicherungen	14
14.1 Auszahlungen von Lebensversicherungen	15
14.2 Neuzugänge bei Lebensversicherungen	15
14.3 Die Erbengeneration	15
15 Die Zielgruppe „50+“	15
15.1 Verhalten und Lebenseinstellung	15
15.2 Motive für das Verhalten Was bewegt die Kunden?	16
16 Fazit für die Beratung von Kunden mit ablaufenden Lebensversicherungen	18
2 Grundwissen für die Beratung von Kunden mit ablaufenden Lebens- und Rentenversicherungen.....	19
21 Abgrenzung Lebens- und Rentenversicherung	20
21.1 Die klassische Lebensversicherung	20
21.2 Die Risikolebensversicherung	21
21.3 Die fondsgebundene Lebensversicherung	21
21.4 Die aufgeschobene Rentenversicherung	21
21.5 Die sofort beginnende Rentenversicherung	21
22 Die Renditen Rechnungszins, Überschussbeteiligung und Bewertungsreserven	22
22.1 Zins und Überschuss/Wertentwicklung	22
22.2 Beteiligung an den Bewertungsreserven	22
23 Abgrenzung der verschiedenen Rentenbezugsarten	22
23.1 Die lebenslange Leibrente	23
23.2 Die Zeitrente	23
23.3 Die abgekürzte Leibrente	23
24 Versicherungsnehmer, versicherte Person und die Gestaltung des Bezugsrechts	23

2 5	Die Absicherung der Hinterbliebenen	24
2 5 1	Die Rentengarantiezeit	24
2 5 2	Die Hinterbliebenenrente als prozentualer Anteil oder aus Restkapital bei Tod	25
2 5.3	Die Risikolebensversicherung	25
2 6	Die steuerliche Betrachtung von Lebens- und Rentenversicherungen	25
2 6 1	Von den drei Säulen zu den drei Schichten der Altersvorsorge	25
2 6 2	Die Besteuerung bei Verträgen mit Abschluss vor dem 01.01.2005	27
2 6 3	Die Besteuerung bei Verträgen mit Abschluss ab dem 01.01.2005	27
2 7	Gesetzliche Versorgung, Versorgungswerke und Beamtenpensionen	28
2 7 1	Die gesetzliche Rentenversicherung	29
2 7 2	Die berufsständischen Versorgungswerke	29
2 7 3	Die Beamtenversorgung	30
2 8	Grundlagen der Kranken- und Pflegeversicherung als Rentner	30
2 8 1	Privat Krankenversicherte	31
2 8 2	Freiwillig gesetzlich Versicherte	31
2 8 3	Gesetzlich Pflichtversicherte/Krankenversicherung der Rentner (KvDR)	31
2 9	Erben und Schenken	31
2 9 1	Gesetzliche Erbfolge	32
2 9 2	Testament und Erbvertrag	34
2 9 3	Die Erbengemeinschaft	34
2 9 4	Der Pflichtteilsanspruch	34
2 9 5	Schenkung	34
2.9.6	Steuerklassen und Freibeträge	35
2 10	Welche Produkte eignen sich für eine Wiederanlage?	35
2 10 1	Die sofort beginnende Rentenversicherung	36
2 10 2	Die lebenslange Lebensversicherung	38
2 10 3	Weitere Versicherungslosungen	38
2.10.4	Alternative Anlageprodukte Aktien-, Rentenfonds, Immobilie, Bausparen	38
2 10.5	Die Pflegerente	40
2 11	Fazit	41

3	Anlagekonzepte für die Wiederanlage von Lebens- und Rentenversicherungen.....	44
3 1	Konzepte für die Verrentung	45
3 1 1	Aufgeschobene Rente	45
3 1 2	Konzept aus Zeitrente und aufgeschobener Rente	46
3 1 3	Sofort beginnende (lebenslange) Rentenversicherung	47
3 2	Lebenslange Lebensversicherung	50
3 3	Vermögensübertragung auf die nächste Generation	50
3 4	Modelle zur steuerrechtlichen Gestaltung	51
3 4 1	Modell 1 Die lebenslange Lebensversicherung	51
3 4 2	Modell 2 Schenken statt vererben	54
3 5	Absicherung des Pflegerisikos über Pflegerente	57
3 6	Konzepte zur Absicherung der Familienmitglieder	61
3 6 1	Die Pflegerente für Kinder, Enkelkinder und Ehegatten	61
3 6 2	BU-Versicherung/-Option für Kinder und Enkelkinder	61
3 6 3	Ausbildung der Kinder oder Enkelkinder	62
3 6 4	Finanzierung der Unfall-, Haftpflicht- oder Hausratversicherung	62
3 7	Fazit Der Wettbewerbsvorteil	62
4	Strategien für die Beratung einer Wiederanlage	63
4 1	Konzept für die Selektion und Ansprache der Kunden	63
4 1 1	Selektion des Kundenbestandes und Potenzialanalyse	64
4 1 2	Die Ansprache der Zielgruppe	66
4 1 3	Organisation und Prozesse für Akquisition, Ansprache und Kundengespräche	68
4 2	Das Kundengespräch – Ihr persönlicher Leitfaden	71
4 3	Cross-Selling	74
5	Zusammenfassung und Ausblick.....	76