

12 Beratungs-Praxis-Tipps für das Jahr 2026 (02/12)

Minimalismus als Rendite-Booster nutzen

Viele Kunden sind echte Minimalisten – und das ist keineswegs negativ gemeint. Im Gegenteil: Aus betriebswirtschaftlicher Sicht verhalten sie sich völlig rational.

Sie wollen ein Ziel mit möglichst geringem Aufwand erreichen.

Gerade bei der Altersvorsorge lässt sich dieses Prinzip hervorragend nutzen. Denn: Wer die Zusammenhänge kennt, kann dem Kunden ganz einfach zeigen, wie mit weniger Einsatz mehr erreicht wird – und genau das spricht die Minimalisten unter Ihren Kunden an.

Drei Stellschrauben, ein Ziel!

Für den Aufbau eines Vorsorgevermögens spielen drei Faktoren eine wichtige Rolle:

1. **Laufzeit**
2. **Monatlicher Sparbeitrag**
3. **Rendite**

In der Praxis ist die **Laufzeit** durch das geplante Rentenalter meist vorgegeben. Der monatliche Sparbeitrag ist häufig durch die finanzielle Situation des Kunden begrenzt.

Bleibt also der Hebel **Rendite** – und genau hier lohnt sich der genauere Blick.

Rendite = Anlagerendite + Förderrendite

Bei der Rendite unterscheiden wir zwei Komponenten:

- **Anlagerendite**

Empfehlenswert bei langer Laufzeit (> 15 Jahre) ist eine breit gestreute, aktienorientierte Anlage – nach Ländern, Regionen und Branchen.

- **Förderrendite**

Diese erzielt der Kunde durch die Nutzung staatlicher Förderungen – z. B. in der Basis-Rente (1. Schicht) oder der betrieblichen Altersversorgung (2. Schicht).

Die Kombination beider Renditequellen führt zu einer spürbar höheren Gesamtrendite – und das hat einen klaren Vorteil für Ihre Kunden:

👉 Der notwendige Sparbeitrag sinkt deutlich.

Fazit:

Je höher die Gesamtrendite, desto weniger muss der Kunde monatlich investieren, um sein Altersvorsorgeziel zu erreichen.



Gastautor für diese Tipps-Serie ist Ralf Meyer –
Der Bankverkaufstrainer.

Er unterstützt Banken und Sparkassen dabei ihre Anlage- und Vorsorgeberater erfolgreicher zu machen
(www.DerBankverkaufstrainer-Altersvorsorge.de)

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps?

Beschäftigen Sie sich aktiv mit den Möglichkeiten der geförderten Altersvorsorge – es lohnt sich für Ihre Kunden und für Sie. Es sollte für Sie als Kundenberater eine Selbstverständlichkeit sein, dass Sie sich damit beschäftigen, das Maximum für Ihre Kunden zu realisieren.