

Mitarbeitermagnet bAV



bAV? Einfach machen!

Beratungs- und
Vertriebshilfen im
Überblick



Die Stuttgarter

Der Vorsorge-Versicherer

Einführung

- Der **Arbeitskräftemangel** zählt zu den **drängendsten Herausforderungen** für Unternehmen jeder Größenordnung.
- Mit dem **Vertriebsansatz „Mitarbeitermagnet bAV“** können Vermittler Arbeitgeber in diesem Zusammenhang gezielt ansprechen – und **die betriebliche Altersversorgung als sinnvollen Baustein der Arbeitgebermarke** positionieren.

Akquise- und Vertriebsmaßnahmen

Ansprache & Akquise

- **Anschreiben** „bAV & Arbeitgebermarke“
- **Social-Media-Posts** für Ihre Kanäle

Erstgespräch

- **Schaubild** „Arbeitgeber-Attraktivität“
- **Schaubild** „Beliebter Mitarbeiter-Benefit“
- **Schaubild** „Nr. 1-Benefit im Vergleich“
- **Checkliste** „bAV-Markenqualität“
- **Infoblatt** „bAV & Arbeitgebermarke“

bAV-Konzept

- **Infoblatt** „bAV im Ticketmodell“

Laufende Betreuung

Diese Vorlagen erhalten Sie exklusiv bei Ihrem Stuttgarter Ansprechpartner.

- **Service-Schreiben** an „noch-nicht-Versicherte“ und an „Versicherte“
- **Siegel** „Arbeitgeber-Rente“
- **Policendeckblatt** „Arbeitgeber-Rente“
- **Urkunde** „Arbeitgeber-Rente“



Hintergrundwissen
für Vermittler



Idee

In dem Motto **“Mitarbeitermagnet bAV”** steckt der zeitgemäße Vertriebsansatz, die betriebliche Altersversorgung als einen Baustein einer attraktiven Arbeitgebermarke („employer branding“) zu präsentieren.



Die Impulspräsentation zum Vertriebspaket liefert Argumente, Impulse, Hintergrundinfos sowie weiterführende Informationen rund um das Thema Arbeitskräftemangel in Deutschland.

Dateiname: impulspraesentation_mitarbeitermagnet_bav.pdf




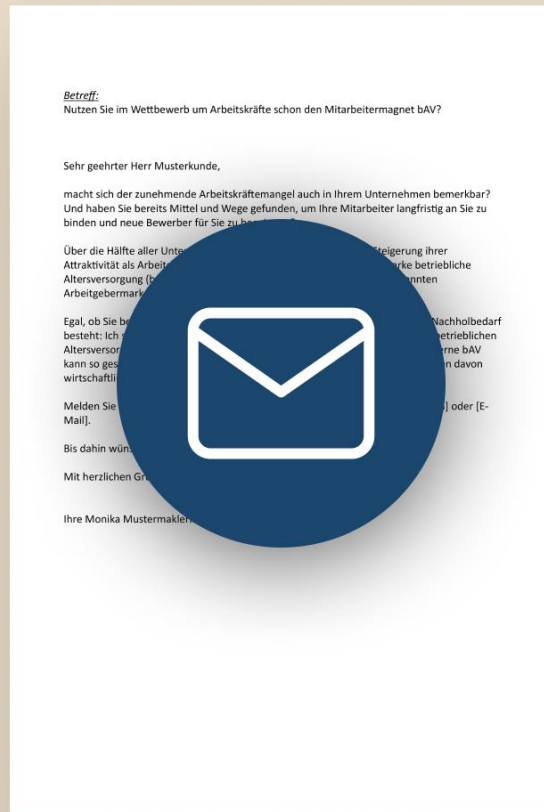
Material für die Ansprache & Akquise

Anschreiben „bAV & Arbeitgebermarke“

Idee

Das Thema „Arbeitskräftemangel“ zählt zu den größten Herausforderungen von Unternehmen. Dieses Anschreiben hilft, Arbeitgeber in diesem Zusammenhang **gezielt auf eine betriebliche Altersversorgung** anzusprechen und eine Beratung anzubieten.

 Nutzen Sie unsere Textvorlage (Word-Datei) und passen Sie diese nach Ihren Vorstellungen an. Sie können damit ein Postmailing oder ein E-Mailing an Ihre Kunden senden.



Dateiname: anschreiben_bav_arbeitgebermarke_erstansprache.doc



Dateiname Zip-Ordner: social_media_post_bav_mitarbeitermagnet.zip

Idee

Die sozialen Medien lassen sich nutzen, um **Aufmerksamkeit zu gewinnen und Interesse zu wecken.**

Unsere 3 Social-Media-Posts sprechen spielerisch **verschiedene Stärken der bAV** an:

1. Die bAV als Mitarbeitermagnet im Kontext Arbeitskräftemangel
2. die bAV als Instrument zur Steigerung der „Arbeitgeber-Attraktivität“
3. die bAV als attraktivster finanzieller Mitarbeiter-Benefit bei einem Jobwechsel.



Nutzen Sie die Posts lizenzfrei und kostenlos für Ihre sozialen Netzwerke (Xing, LinkedIn, Facebook & Co). Sie erhalten je Post 1 Bildmotiv mit passendem Textvorschlag.



Material für das Erstgespräch

Schaubild „Arbeitgeber-Attraktivität“



Idee

Studien belegen: Die Steigerung der Attraktivität als Arbeitgeber ist das **häufigste Instrument** von Unternehmen im Wettbewerb um Arbeitskräfte. Dieses Schaubild ermöglicht es Ihnen, Arbeitgeber in einem Gespräch hierfür zu sensibilisieren bzw. den aktiven Austausch über die Möglichkeiten der betrieblichen Altersversorgung anzuregen.



Sie können dieses Schaubild (lizenzfrei) als Bildmotiv beispielsweise in Ihre Präsentationen einfügen, auf Ihrer Homepage einbinden oder im Rahmen Ihrer Social-Media-Aktivitäten einsetzen.

Schaubild „Beliebter Mitarbeiter-Benefit“



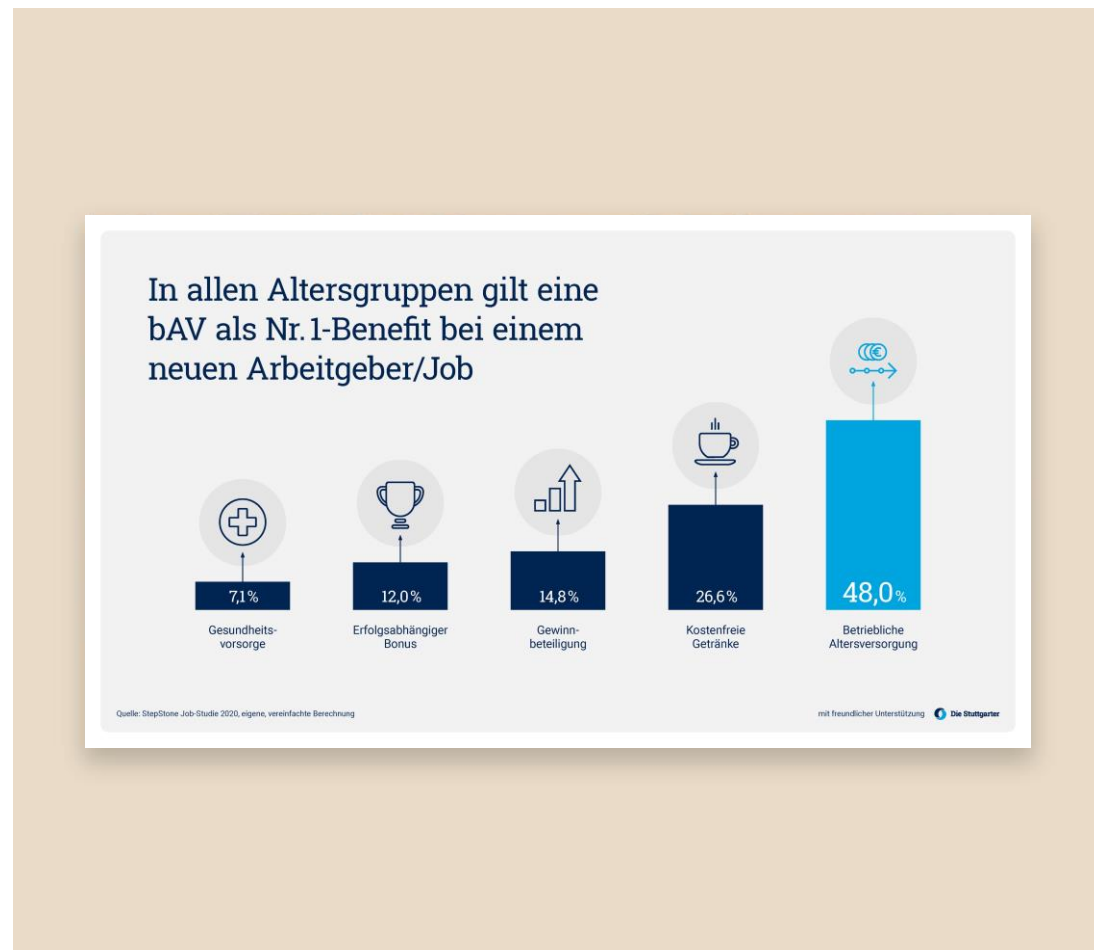
Idee

Viele Arbeitgeber gehen davon aus, dass sich die betriebliche Altersversorgung bei ihren Mitarbeitern keiner großen Beliebtheit erfreut. Verschiedene Studien widerlegen diese Annahme. Das Schaubild zeigt im Sinne der Einwandbehandlung, wie **relevant die bAV als finanzieller Benefit für alle Altersgruppen** ist.



Sie können dieses Schaubild (lizenzfrei) als Bildmotiv beispielsweise in Ihre Präsentationen einfügen, auf Ihrer Homepage einbinden oder im Rahmen Ihrer Social-Media-Aktivitäten einsetzen.

Schaubild „Nr. 1-Benefit im Vergleich“



Idee

Arbeitgebern stehen verschiedene Möglichkeiten zur Verfügung, Ihren Mitarbeitern über das reguläre Gehalt hinaus Wertschätzung entgegen zu bringen. Doch auch im Vergleich mit anderen Benefits liegt die Betriebsrente mit großem Abstand vorne – und ist damit der **Nr. 1-Benefit für Mitarbeiter.**



Sie können dieses Schaubild (lizenzfrei) als Bildmotiv beispielsweise in Ihre Präsentationen einfügen, auf Ihrer Homepage einbinden oder im Rahmen Ihrer Social-Media-Aktivitäten einsetzen.

Checkliste „bAV-Markenqualität“

Checkliste

 **Hat Ihre bAV bereits „Markenqualität“?**

Immer mehr Unternehmen nutzen die betriebliche Altersversorgung (bAV), um ihre Attraktivität für Arbeitnehmer zu steigern. Mit einigen wenigen Antworten identifizieren wir gemeinsam, ob Sie die bAV als Beitrag zu Ihrer Arbeitgebermarke (Employer Branding) bereits ausschöpfen.

 
Ja Nein

1	Wird in Ihrer Belegschaft bereits die Möglichkeit zur Entgeltumwandlung in eine bAV genutzt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Bieten Sie Mitarbeitern regelmäßig und aktiv die Möglichkeit zur Entgeltumwandlung in eine bAV an?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Bieten Sie Mitarbeitern eine ausschließlich vom Unternehmen finanzierte bAV („Arbeitgeberrente“) an?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nur wenn Frage 3 mit „Ja“ beantwortet wurde:			
4	Erhalten Ihre Mitarbeiter die Arbeitgeberrente, ohne dafür irgendwelche Bedingungen erfüllen zu müssen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Ist die Höhe Ihrer Arbeitgeberrente an bestimmte Bedingungen gekoppelt, z.B. Dauer der Betriebszugehörigkeit?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Informieren Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig (jährlich) über den aktuellen Wert Ihrer Arbeitgeberrente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Wissen Sie, ob, bzw. sind Sie sicher, dass Ihre Arbeitgeberrente mit den Angeboten Ihrer direkten Wettbewerber um Arbeitskräfte mithalten kann?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Haben Sie Ihre Arbeitgeberrente „gebrandet“, z.B. mit Ihrem Firmennamen („Müller-Rente“)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Informieren Sie Bewerber über Ihr Betriebsrentenangebot (z.B. über Ihre Homepage)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Informieren Sie Bewerber in Stellenausschreibungen aktiv über Ihr Arbeitgeberrenten-Angebot?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Bieten Sie Mitarbeitern Möglichkeiten, sich weiterführend über Ihre Arbeitgeberrente zu informieren (z.B. Infoblatt)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Dateiname: checkliste_bav_markenqualität.pdf

Idee

Viele Arbeitgeber kennen oder nutzen die Chancen und Potenziale einer bAV im Sinne ihrer Arbeitgebermarke nicht (ausreichend). Diese Checkliste **zeigt die Potenziale einer Arbeitgeber-Rente** auf – und erfasst gleichzeitig den Status quo Ihres Kunden.



Die Checkliste eignet sich sowohl für den Versand per E-Mail als auch für die gemeinsame Bearbeitung mit Kunden im Rahmen eines ersten Informationsgesprächs.

Die PDF-Datei ist digital „beschreibbar“, sie kann also auch am Bildschirm ausgefüllt werden.

Infoblatt „bAV & Arbeitgebermarke“



Idee

Um die bAV als Baustein der Arbeitgebermarke zu nutzen, ist es mit der bloßen „Einrichtung“ nicht getan. Dieses Infoblatt zeigt Firmenkunden, wie sie ihre **Betriebsrente als „Mitarbeitermagnet“ professionell bewerben und vermarkten** – und wo Sie als ihr Berater aktiv unterstützen können.

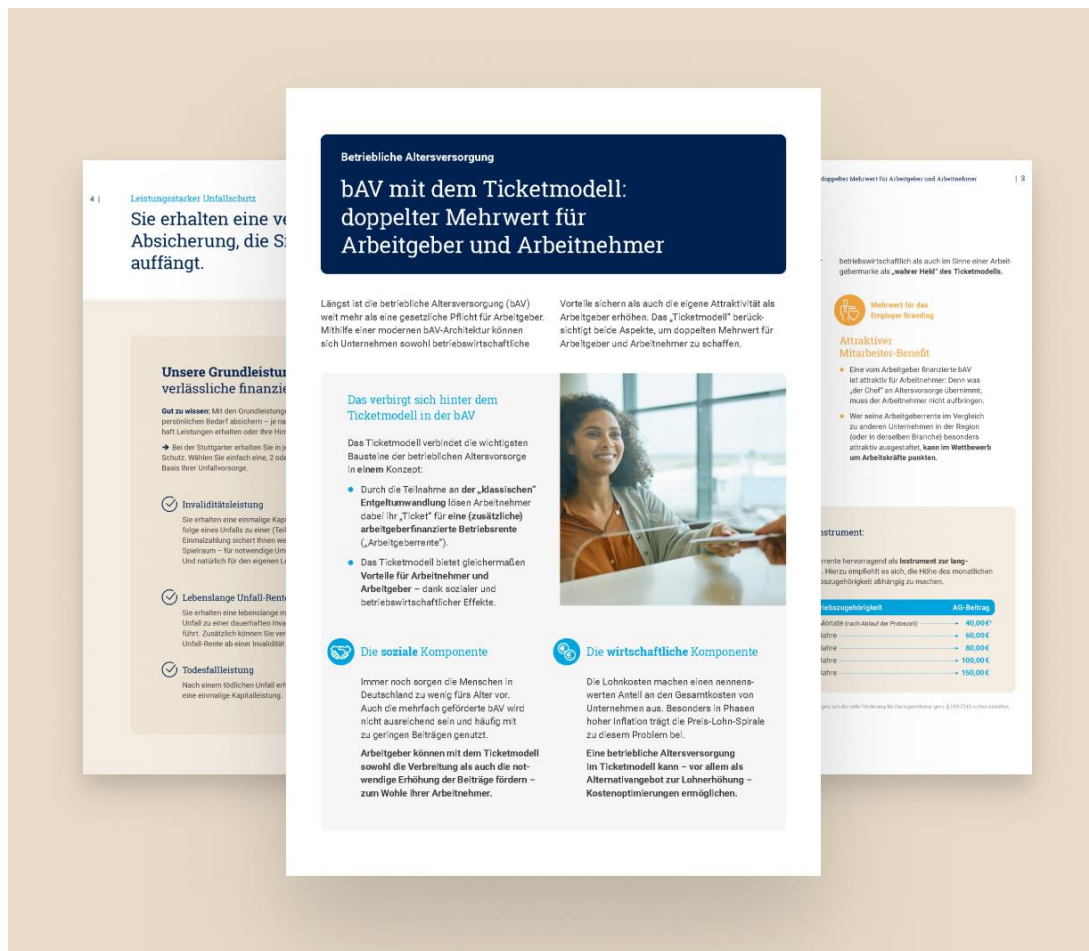


In Erstgesprächen können Sie das Infoblatt nutzen, um die **Potenziale** im Mitarbeitermarketing zu verdeutlichen. Nach erfolgreicher Einrichtung der bAV dient das Infoblatt als kleine **„Anleitung“** für das Mitarbeitermarketing Ihrer Kunden.



Material für die Erstellung des bAV-Konzepts

Infoblatt „bAV im Ticketmodell“



Idee

Um die bAV als „Mitarbeitermagneten“ zu nutzen, empfiehlt sich die **Kopplung von Entgeltumwandlung und arbeitgeberfinanzierter Betriebsrente**: das sogenannte „Ticketmodell“. Dieses Infoblatt erklärt, welche Idee dahinter steckt, wie eine wirksame Umsetzung aussehen kann – und wie sich das auch für Arbeitgeber finanziell rechnet.



Die Unterlage vermittelt Ihnen als Berater grundlegende Informationen zum „Stuttgarter Ticketmodell“. Im Rahmen der bAV-Konzept-Entwicklung können Sie diese außerdem in Ihren Arbeitgeber-Gesprächen einsetzen.



Material für die laufende Betreuung

Die folgenden Marketing-Vorlagen erhalten
Sie exklusiv bei Ihrem Stuttgarter
Ansprechpartner.

Service-Schreiben „noch-nicht-Versicherte“



Idee

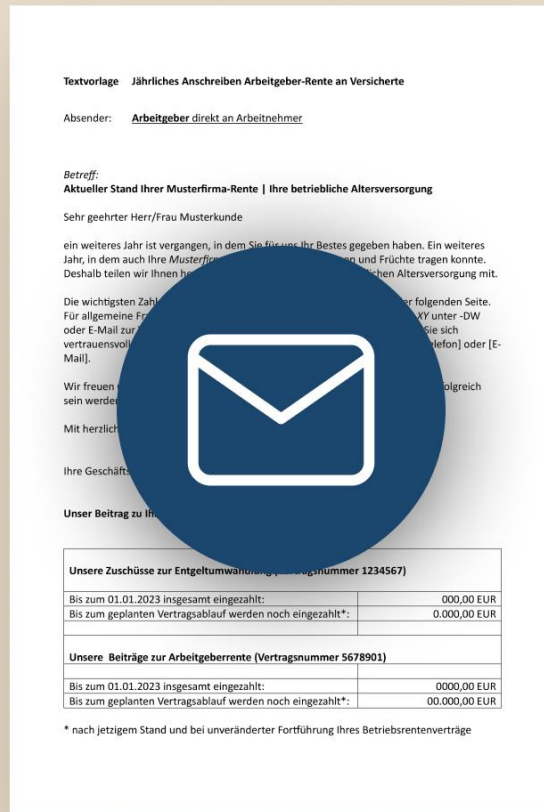
Damit die bAV im Sinne des employer branding wirkt, sollten alle Mitarbeiter a) das bAV-Angebot ihrer Firma kennen und b) regelmäßig erinnert werden. Mit einem jährlichen Service-Schreiben können Unternehmen ihre noch nicht versicherten Mitarbeiter über die **finanziellen Vorteile der bAV und Beratungsangebote** informieren.



Die personalisierbare Textvorlage (Word) dient als Vorschlag, wie Mitarbeiter angesprochen werden können. Wir empfehlen Ihnen, Ihre Kunden aktiv bei der jährlichen Vorbereitung der Service-Schreiben zu unterstützen.

Die Vorlage erhalten Sie exklusiv bei Ihrem Stuttgarter Ansprechpartner.

Service-Schreiben „Versicherte“



Idee

Auch bei bereits versicherten Arbeitnehmern ist es im Sinne der Arbeitgebermarke wichtig, die bAV und ihren **„Wert“ für die Mitarbeiter** regelmäßig zu unterstreichen und in Erinnerung zu bringen. In Form einer jährlichen Mitteilung über den Vertragswert kann dies wirksam und nachhaltig umgesetzt werden.



Die Textvorlage (Word) dient als Vorschlag, wie bereits versicherte Mitarbeiter angesprochen werden können. Wir empfehlen Ihnen, Ihre Kunden aktiv bei der jährlichen Vorbereitung der Service-Schreiben zu unterstützen.

Die Vorlage erhalten Sie exklusiv bei Ihrem **Stuttgarter Ansprechpartner**.

Marketingvorlagen „Arbeitgeber-Rente“



Idee:

Um die hauseigene Betriebsrente als Baustein der Arbeitgebermarke zu nutzen, zählt vor allem Sichtbarkeit. Dieses Paket enthält ein digitales Siegel sowie individualisierbare Vorlagen für eine Urkunde und ein Policen-Deckblatt. Mit diesen Vorlagen können Arbeitgeber ihr bAV-Angebot gegenüber Mitarbeitern und Bewerbern **sichtbar machen und intern und extern bewerben.**



Sie erhalten das Betriebsrenten-Siegel als Bilddatei sowie beschreibbare gestaltete Word-Vorlagen. Diese können Sie Ihren Unternehmenskunden nach Einrichtung der bAV für das Mitarbeitermarketing zur Verfügung stellen.

Diese Maßnahmen erhalten Sie exklusiv bei Ihrem Stuttgarter Ansprechpartner.

bAV?



**Einfach
gemacht!**

Vielen Dank –
und viel Erfolg.



Mehr zur Vertriebsaktion:
bAV-einfach-machen.stuttgarter.de



Die Stuttgarter
Der Vorsorge-Versicherer