



Betriebliche Altersversorgung: Einfach, verlässlich – uninteressant?

Warum Personalverantwortliche die bAV
derzeit selten auf ihrer Agenda haben



Bertram Valentin,
Geschäftsführer
Standard Life Versicherung



Ass. jur. Katharina Schmitt,
Redaktion Personalmagazin
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG

Desinteresse an der bAV trifft alle

Die betriebliche Altersversorgung (bAV) wird bereits als wichtiger Bestandteil des deutschen Vorsorgesystems erkannt, ihr weiteres Wachstum aber skeptisch beurteilt. So lautete das Ergebnis einer umfassenden Untersuchung, die das Personalmagazin und der britische Lebensversicherer Standard Life vor gut einem Jahr präsentierten.

Doch nicht etwa fehlende finanzielle Attraktivität, hoher administrativer Aufwand oder mangelnde Verbreitung waren die Gründe, warum sich die bAV sieben Jahre nach ihrer gesetzlichen Verankerung nicht weiter durchsetzen konnte. Ausschlaggebend war vielmehr das geringe Interesse der Mitarbeiter in den Unternehmen an der Betriebsrente. Das gaben zumindest die Personalverantwortlichen in kleinen und großen Firmen in ganz Deutschland zu Protokoll, die die Marktforschung des Haufe-Verlags für diese Studie befragt hatte.

Ein Jahr später – die Folgen der Finanz- und Wirtschaftskrise sind immer noch spürbar – haben wir diese Befragung wiederholt. Wir wollten wissen, ob sich etwas an den Einstellungen geändert hat, und wenn ja: was.

Der Titel der vorliegenden Studie gibt Ihnen einen Hinweis auf unsere Erkenntnisse aus dieser umfassenden Befragung von rund 270 bAV-Entscheidern: An der Attraktivität der betrieblichen Altersversorgung, die sich in den Betrieben erfreulicherweise immer mehr durchgesetzt hat, zweifelt niemand mehr – das Interesse an der

guten, soliden bAV hat jedoch weiter nachgelassen. Offensichtlich standen andere Aspekte im Krisenjahr weiter oben auf der Agenda der Unternehmen und Mitarbeiter.

Man mag über diese Entwicklung mit den Schultern zucken und sie als alleiniges Problem der Versicherer betrachten. Langfristig gesehen kommt ein wachsendes Desinteresse an der bAV aber allen teuer zu stehen: den Mitarbeitern, die die einfachste Möglichkeit vergeben, mit geringem finanziellen Aufwand für die Zeit nach ihrem Arbeitsleben vorzusorgen; den Betrieben, die eine Chance verschenken, ihre Angestellten staatlich gefördert zu motivieren und an sich zu binden; und auch den Produktanbietern und Beratern, denen eine Stütze ihres Geschäfts wegzubrechen droht.

Mit der vorliegenden Folgestudie wollen wir einen Beitrag dazu leisten, das Wachstum der betrieblichen Altersversorgung wieder zu stärken.

Bertram Valentin, Geschäftsführer
Standard Life Versicherung

Ass. jur. Katharina Schmitt,
Redaktion Personalmagazin



Inhalt

Vorwort

1.	Zielsetzung und Zielgruppenbestimmung	6
2.	Durchdringung der bAV in den Unternehmen	9
3.	Gründe, warum keine bAV angeboten wird	14
4.	Verbreitung der bAV und Interesse bei den Mitarbeitern	18
5.	Kriterien für die Auswahl von bAV-Produkten und -Anbietern	27
6.	Information und Beratung bei der bAV	37
7.	Resümee	43
8.	Methodik	45
9.	Impressum	46

1. Zielsetzung und Zielgruppen

„Die betriebliche Altersversorgung (bAV) hat vor allem in kleinen und mittelgroßen Firmen einen schweren Stand – drei Viertel der bAV-Verantwortlichen in Unternehmen dieser Größe sehen nur wenig Chancen, ihren bAV-Anteil auszubauen. Grund ist das geringe Interesse der Mitarbeiter selbst an einer Altersversorgung.“

So lautete die ernüchternde Kernaussage der Studie „Hoffnungsträger im Stimmungstief“, die das Personalmagazin und der britische Lebensversicherer Standard Life im vergangenen Jahr vorgestellt haben.

Was hat sich ein Jahr danach verändert? Welchen Einfluss hat die Finanz- und Wirtschaftskrise auf die Vorsorgesysteme in den Unternehmen? Haben sich das Interesse an einer betrieblichen Altersversorgung und der Informationsgrad der Mitarbeiter verbessert? Und welche Voraussetzungen stellen die Betriebe inzwischen an die Auswahl von bAV-Produkten und -Anbietern? Diese Fragen standen im Mittelpunkt der Folgestudie „Betriebliche Altersversorgung: Einfach, verlässlich – uninteressant?“, die das Personalmagazin und Standard Life jetzt präsentieren.

Um die neuen Ergebnisse mit den alten Resultaten vergleichen und so einige Trends aufzeigen zu können, ist wenig am Studienaufbau verändert worden. Zielgruppe der Befragung waren erneut die Verantwortlichen in mittelständischen Unternehmen in Deutschland, die über die Einführung und Umsetzung der bAV entscheiden, in erster Linie die Firmeninhaber, Geschäftsführer und Niederlassungsleiter oder die Personalverantwortlichen. Knapp 270 solcher bAV-Entscheider nahmen sich die Zeit und standen bei den telefonischen Interviews in der zweiten Januar-Hälfte 2010 Rede und Antwort. Für ihre Hilfe möchten wir uns an dieser Stelle noch einmal herzlich bedanken. Befragt wurden, wie im Vorjahr, sowohl Personen, die eine bAV in ihrem Unternehmen anbieten, als auch solche, bei denen es (noch) keine bAV gibt.

Die meisten **Interviewpartner** arbeiten als Leiter der Personalabteilung oder in einer ähnlichen Position im Unternehmen – mit 77,4 Prozent hat ihr Anteil an den Befragten gegenüber dem



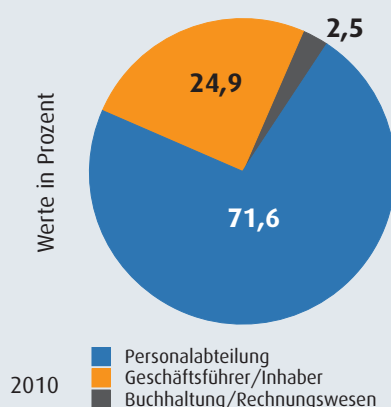
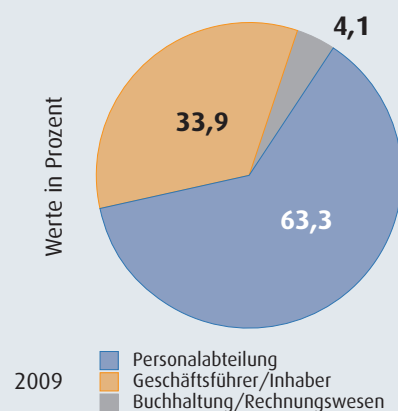
Vorjahr (61,5 Prozent) zugenommen. Nur noch 13,1 Prozent (2009: 25,7 Prozent) stammen aus der Unternehmensleitung. Führungskräfte mit Personal- und Budgetverantwortung machen unverändert 5,5 Prozent der Befragten aus. Auch bei Betrieben, in denen keine bAV existiert, wandelt sich das Verhältnis: Kamen bei der vorherigen Befragung noch drei von fünf Interviewpartnern aus der Geschäftsführung, so waren es jetzt nur noch etwas mehr als ein Viertel (27,7 Prozent). Auch hier nahm der Anteil der Befragten aus dem Personalbereich mit 55,4 Prozent gegenüber 2009 (29,5 Prozent) stark zu.

Blickt man auf die **Betriebsgrößen**, so lag der Schwerpunkt der Befragung unverändert auf den kleinen und mittelgroßen Unternehmen: 67,2 Prozent (2009: 68,3 Prozent) der Interviewpartner kommen aus Firmen mit höchstens 100 Mit-

arbeitern. Im weiteren Verlauf der Studie trennen wir, zur besseren Unterscheidung, in „kleinste Unternehmen“ (Firmen mit bis zu neun Mitarbeitern), „kleine Unternehmen“ (zehn bis 50 Mitarbeiter), „mittlere Unternehmen“ (51 bis 100 Mitarbeiter), „größere Unternehmen“ (101 bis 200 Mitarbeiter), „große Unternehmen“ (201 bis 500 Mitarbeiter).

Noch stärker als im Vorjahr zeigt sich, dass die Verantwortung für die bAV zunehmend im Personalbereich angesiedelt ist (71,6 Prozent gegenüber 63,3 Prozent 2009). Nur noch rund ein Viertel der Geschäftsführer/Inhaber (24,9 Prozent) ist für das Thema zuständig (2009: 33,9 Prozent); andere Bereiche spielen so gut wie keine Rolle. Dennoch: Je kleiner die Firma, desto häufiger ist bAV noch „Chefsache“.

Personalabteilungen sind zuständig

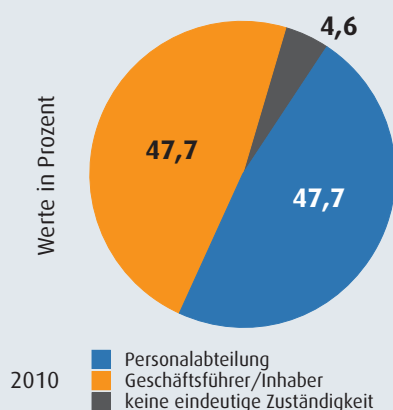
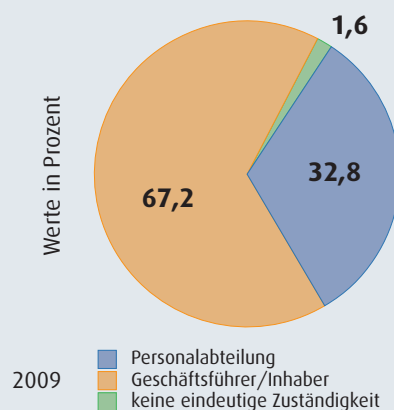


Unternehmen mit bAV: Die Zuständigkeit der Personalabteilungen für die Belange der betrieblichen Altersversorgung wird immer deutlicher. Im Vergleich zu 2009 zeigt sich, dass Geschäftsführung und Rechnungswesen diese Aufgaben abgeben.

Im Umkehrschluss heißt es: Je größer das Unternehmen, desto öfter ist die Personalabteilung damit beauftragt. Eine Ausnahme bilden nur die großen Betriebe (201 bis 500 Mitarbeiter): Bei ihnen kümmern sich noch 26,1 Prozent der Geschäftsführer um die bAV. Bei Unternehmen ohne bAV ist die Tendenz ähnlich. Zwar geben hier noch 47,7 Prozent der Befragten an,

die Verantwortung für diesen Bereich liege bei der Geschäftsführung, ebenso viele der befragten Unternehmen haben diese Aufgaben aber schon den Personalabteilungen übertragen. Im Vorjahr lag dieser Bereich in 67,2 Prozent der Unternehmen in der Zuständigkeit der Geschäftsführung.

Geschäftsführung und Personalabteilung teilen sich die Zuständigkeit



Unternehmen ohne bAV: Betriebe, in denen die Geschäftsführung für die bAV zuständig ist, und Betriebe, in denen diese Verantwortung der Personalabteilung obliegt, halten sich noch die Waage. Aber auch hier zeigt sich eine Verschiebung hin zum Personalbereich seit dem letzten Jahr.

2. Durchdringung der bAV in den Unternehmen

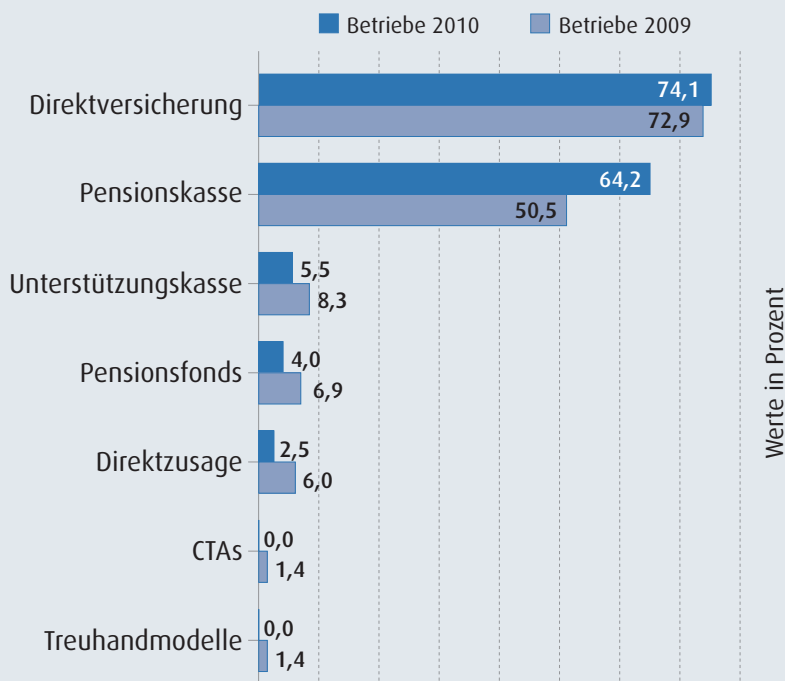
Welche Formen der betrieblichen Altersversorgung bieten Sie in Ihrem Unternehmen an?

Die Haufe-Marktforschung erkundigte sich bei den Verantwortlichen in den Betrieben auch danach, welcher bAV-Durchführungsweg bei ihnen am häufigsten zum Einsatz kommt. Zur Auswahl standen die fünf bekannten Formen (Direktversicherung, Pensionskasse, Unterstützungskasse, Pensionsfonds und Direktzusage) plus Treuhandmodelle und sogenannte „Contractual Trust Arrangements“ (CTAs). Es bestand

die Möglichkeit, Mehrfachnennungen vorzunehmen, wenn unterschiedliche Durchführungswege im Unternehmen angeboten werden.

Unverändert vorne in der Gunst der Betriebsangehörigen liegen die Direktversicherung und die Pensionskasse: Beide haben ihren Anteil an den hierzulande möglichen Durchführungsweisen sogar noch ausgebaut. Die übrigen Durchführungswege haben an Bedeutung verloren und kommen zusammen nur noch auf zwölf Prozent (2009: 24 Prozent).

Direktversicherung bleibt stärkster Durchführungsweg



Direktversicherungen und Pensionskassen sind gegenüber 2009 nochmals gewachsen: Fast 75 Prozent der Betriebe bieten nun Direktversicherungen an, die Nutzung von Pensionskassen ist um fast 14 Prozent auf 64,2 Prozent gestiegen. Die Nachfrage in allen anderen Durchführungsweisen ist zurückgegangen.

Betrachtet man die Durchführungswege nach Unternehmensgrößen, ergibt sich folgendes Bild: Die Direktversicherung ist am stärksten in den kleinsten und kleinen Betrieben (je 81 Prozent), am schwächsten in den größten Firmen (45,5 Prozent) vertreten. Die Pensionskasse ist umso häufiger anzutreffen, je größer das Unternehmen ist; überdurchschnittlich gilt dies für Firmen mit mehr als 100 Mitarbeitern.

Was planen Sie für die einzelnen Formen der bAV in Zukunft in Ihrem Unternehmen?

Erstmals fragten wir nach der Zukunft der gewählten bAV-Formen. Offensichtlich ist in den wenigsten Unternehmen vorgesehen, etwas an den bisher angebotenen Durchführungswegen zu verändern. „Keine Änderung“ soll es demnach vor allem bei der Direktversicherung (91,5 Prozent) geben, die damit am stärksten verankert zu sein scheint. Nichts verändern wollen

auch 90,5 Prozent der befragten bAV-Verantwortlichen bei der Pensionskasse. Bei Pensionsfonds, CTAs, Direktzusage, Treuhandmodellen und der Unterstützungskasse zeigen sich immer noch mehr als 80 Prozent der Interviewpartner nicht an einer Änderung interessiert. Übrigens offenbarten die kleinsten Betriebe über alle angebotenen Durchführungswege hinweg (außer bei den Pensionsfonds) die geringste Bereitschaft, etwas an ihrem bestehenden bAV-System zu ändern.

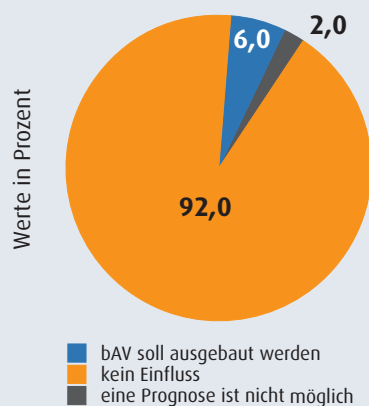


Welchen Einfluss hat die Wirtschafts- und Finanzkrise auf die Pläne der Unternehmensleitung hinsichtlich der bAV?

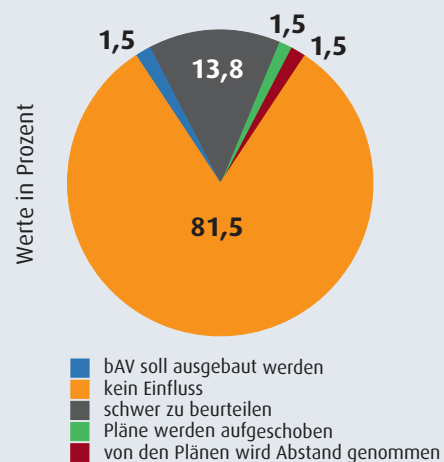
Altersvorsorge in Unternehmen ist langfristig angelegt. Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat deshalb für neun von zehn Unternehmen, in denen es bereits eine bAV gibt, keine Auswirkungen auf ihre Planungen.

Diese Aussage trifft vor allem auf die kleinsten und die größten Unternehmen in der Befragung zu: Hier hat die Krise angeblich überhaupt keinen Einfluss. Den größten Ausbaubedarf sehen hingegen die mittelgroßen (12,5 Prozent) und großen (13 Prozent) Betriebe. Auch bei Firmen ohne betriebliche Altersversorgung ist der Einfluss der Krise auf ihre eventuellen Pläne zum Aufbau einer solchen gering.

Betriebsrente bleibt krisenfest



Unternehmen mit bAV: Die betriebliche Altersversorgung gibt Stabilität in der Finanz- und Wirtschaftskrise: 92 Prozent der befragten Betriebe werden unverändert an ihr festhalten, sechs Prozent wollen sie sogar ausbauen.



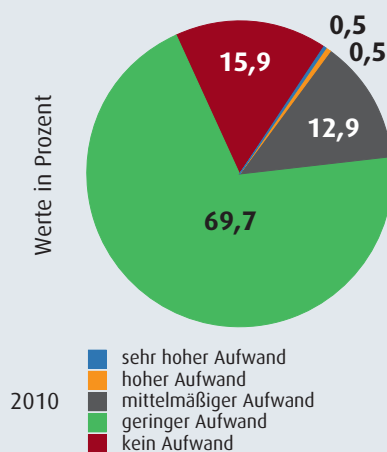
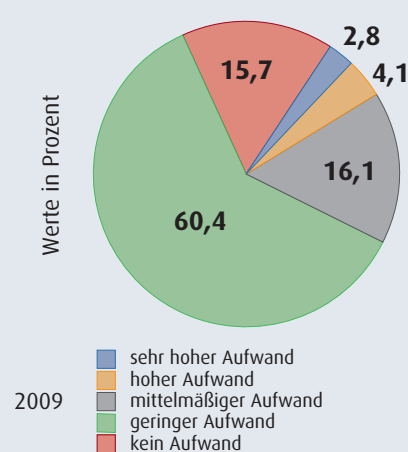
Unternehmen ohne bAV: Auf Betriebe, die ihre Pläne zur bAV noch nicht spruchreif oder umgesetzt haben, hat die Krise diesbezüglich wenig Einfluss: Nur je 1,5 Prozent wollen diese nun ausbauen oder aufschieben beziehungsweise ganz davon Abstand nehmen.

Wie hoch ist der Zeitaufwand, den Sie bzw. die verantwortlichen Mitarbeiter aufbringen müssen, um die betriebliche Altersversorgung abzuwickeln?

Die Unternehmen müssen immer weniger Zeit für ihre betriebliche Altersversorgung aufwenden. Angesichts bewährter Durchführungswege und geringer Veränderungsbereitschaft ist dies nicht weiter verwunderlich: 85,6 Prozent der

Unternehmen (2009: 76,1 Prozent), die eine bAV anbieten, haben damit „geringen“ (69,7 Prozent/2009: 60,4 Prozent) oder sogar „keinen Aufwand“ (15,9 Prozent/2009: 15,7 Prozent). Einen „hohen“ oder sogar „sehr hohen“ Aufwand gibt nur noch ein Prozent (2009: 6,9 Prozent) der Befragten an. Erfreulich: Vor allem die kleinsten Firmen haben mit 27,8 Prozent der Nennungen „keinen Aufwand“ mit der bAV.

bAV verursacht immer weniger Arbeit



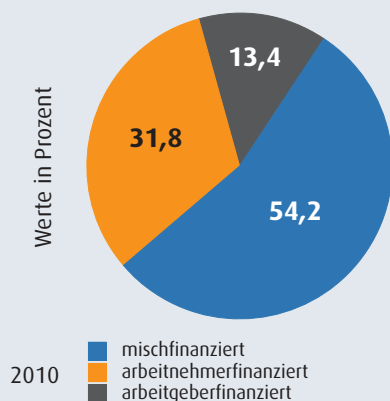
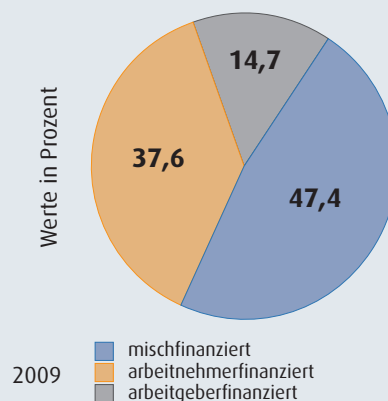
Unternehmen mit bAV: Die wenigsten Unternehmen fühlen sich mit dem Verwaltungsaufwand ihrer betrieblichen Altersversorgung übermäßig belastet: Gaben 2009 noch fast 7 Prozent an, einen hohen oder sehr hohen Aufwand zu haben, sind es heute nur noch ein Prozent der Befragten. Fast 70 Prozent geben ihren Aufwand als gering an.

Welche Finanzierungsform bieten Sie den Mitarbeitern in Ihrem Unternehmen an? Werden Sie dieses System in den nächsten fünf Jahren beibehalten oder sind hier Änderungen beabsichtigt?

Der Trend zur Mischfinanzierung der bAV setzt sich fort. Arbeitgeber scheinen immer häufiger bereit zu sein, die Arbeitnehmer zumindest teilweise bei ihrer Altersvorsorge finanziell zu unterstützen. Entsprechend ist der Anteil der Mischfinanzierung gestiegen und der der rein arbeitnehmerfinanzierten bAV zurückgegangen. Die rein arbeitgeberfinanzierte bAV ist dagegen nahezu unverändert geblieben.

Am häufigsten ist die arbeitgeberfinanzierte Förderung in den kleinsten Betrieben (30,6 Prozent) anzutreffen; die arbeitnehmerfinanzierte findet man am meisten in größeren Unternehmen (34,4 Prozent). Eine Änderung dieser Vorsorgesysteme ist bei 98 Prozent (95,4 Prozent) der Unternehmen nicht vorgesehen – der Trend aus dem Vorjahr setzt sich also fort.

Gemeinsame Finanzierung der bAV bleibt beschlossene Sache



Unternehmen mit bAV: Die Mischfinanzierung nimmt zu. Seit der Befragung 2009 wurde die 50-Prozent Marke von den Unternehmen, die eine mischfinanzierte Altersvorsorgelösung anbieten, überschritten.

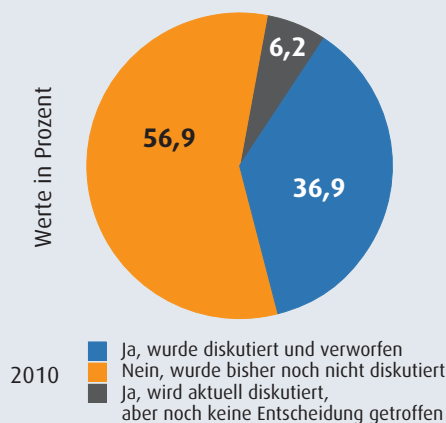
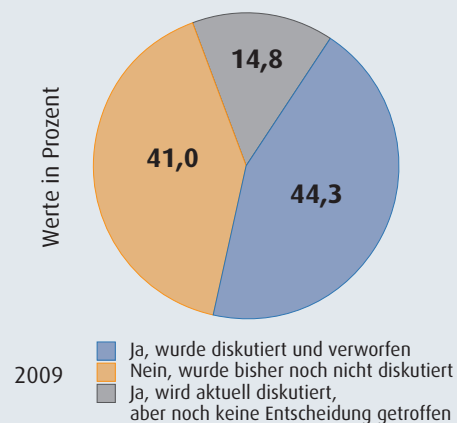
3. Gründe, warum keine bAV angeboten wird

Wurde in Ihrem Unternehmen bereits über die Einführung einer betrieblichen Altersversorgung nachgedacht?

Wie schon im Vorjahr wurden außer den Vertretern von Firmen mit einer betrieblichen Altersversorgung auch diejenigen befragt, deren Arbeitgeber keine bAV anbieten. Ihre Antworten sollen Aufschluss darüber geben, was bislang gegen eine solche Einführung gesprochen und ob sich etwas an dieser ablehnenden Haltung im Laufe der Zeit verändert hat.

In neun von zehn Firmen (93,8 Prozent) steht die bAV zumindest derzeit nicht auf der Agenda, ein höherer Anteil als noch vor einem Jahr (85,3 Prozent). Das momentane Desinteresse lässt sich auch daran erkennen, dass die Gruppe derer, die über das Thema Vorsorge überhaupt noch nicht gesprochen hat, größer geworden ist. Die Gruppe derjenigen, die sich nach einer Diskussion gegen die Einführung einer bAV ausgesprochen hat, ist aber kleiner geworden.

bAV steht derzeit nicht auf der Agenda



Unternehmen ohne bAV: In fast 57 Prozent der Unternehmen, die keine bAV anbieten, ist diese auch kein Thema. Der Anteil derer, die die Einführung einer bAV nach der Diskussion verwerfen, ist jedoch von 14,8 auf 6,2 Prozent gesunken.

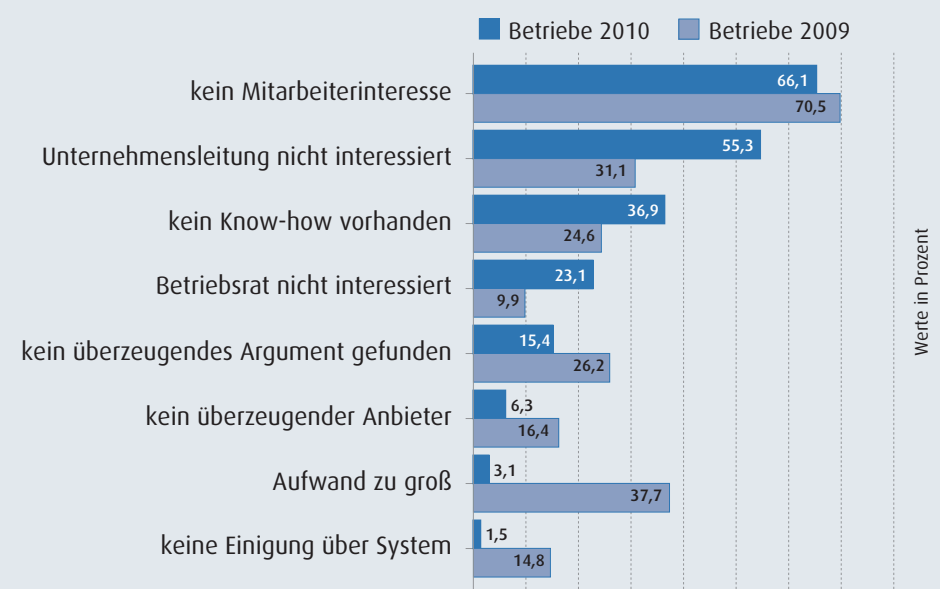
Welche Gründe waren ausschlaggebend für Ihr Unternehmen bei der Ablehnung einer betrieblichen Altersversorgung?

Als Hauptgrund für die Ablehnung der bAV in ihrem Betrieb machen die bAV-Verantwortlichen wie im Vorjahr das mangelnde Interesse der Mitarbeiter verantwortlich – 66,1 Prozent (2009: 70,5 Prozent) von ihnen erklären, diese Aussage „trifft zu“ oder „trifft stark zu“.

Doch auch die Chefs bekamen ihr Fett weg: Mit 55,3 Prozent gaben beinahe doppelt so viele Teilnehmer wie im vergangenen Jahr (31,1 Prozent) der Unternehmensleitung und ihrem man-

gelnden Interesse die Schuld für die Ablehnung der bAV in ihrem Betrieb. „Kein Know-how vorhanden“ (36,9 Prozent/2009: 24,6 Prozent), „Betriebsrat nicht interessiert“ (23,1 Prozent/2009: 9,9 Prozent), „keine ausreichenden Argumente für eine Einführung“ (15,4 Prozent/2009: 26,2 Prozent), „kein passender Anbieter“ (6,3 Prozent/2009: 16,4 Prozent) und „keine Einigung über das richtige System“ (1,5 Prozent/2009: 14,8 Prozent) folgten auf den weiteren Plätzen. Dass der Aufwand für die Durchführung der bAV insgesamt zu groß sei, sagt mit 3,1 Prozent (2009: 37,7 Prozent) inzwischen nur noch ein Bruchteil der Befragten. Dieser Trend gilt sowohl für Firmen mit als auch für solche ohne bAV.

Mitarbeiter und Chefs wollen keine bAV



Mangelndes Interesse der Mitarbeiter selbst, aber auch der Unternehmensleitung geben die meisten Befragten als Gründe an, warum sie keine bAV eingeführt haben. Ein eventueller Aufwand schreckt dagegen mit 3,1 Prozent wesentlich weniger als bei der Befragung 2009 ab.

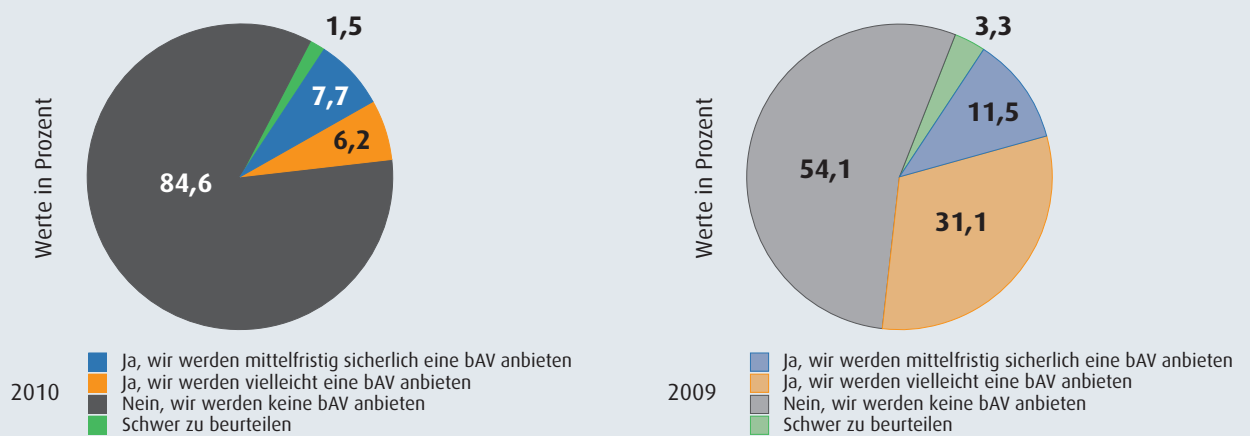
Planen Sie bzw. Ihr Unternehmen, mittelfristig eine betriebliche Altersversorgung anzubieten?

Auch bei dieser Frage zeigt sich, dass die bAV in Unternehmen ohne Vorsorge momentan eine sehr untergeordnete Rolle spielt. Die Zukunftsaussichten werden deutlich negativer beurteilt, als das noch vor einem Jahr der Fall war.

War es im Vorjahr noch knapp die Hälfte (54,1 Prozent) aller Befragten, die keine bAV anbieten wollte, so sind es diesmal fast 85 Prozent. Immer weniger Unternehmen, nämlich nur noch rund 14 Prozent (2009: 42,6 Prozent), ziehen überhaupt noch die Einführung einer bAV in Betracht.



Interesse an der bAV sinkt weiter



Unternehmen ohne bAV: Mit 84,6 Prozent der Befragten ohne bAV sind 2010 wesentlich mehr Unternehmen als 2009 überzeugt auch in absehbarer Zukunft keine bAV einführen zu wollen. Zogen 2009 noch über 30 Prozent eine bAV zumindest in Betracht, antworteten 2010 nur noch 6,2 Prozent mit „vielleicht“.

Nur acht Prozent der Befragten gehen davon aus, dass sie mit Sicherheit eine bAV anbieten werden. Das größte Interesse zeigen Firmen mit wenigen Mitarbeitern: „Vielleicht“ oder „sicher-

lich“ eine betriebliche Altersversorgung anbieten wollen 25 Prozent der mittleren und 18,8 Prozent der kleinen Betriebe.

4. Verbreitung der bAV und Interesse bei den Mitarbeitern

Wie hoch schätzen Sie ungefähr den prozentualen Anteil der Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen ein, die bereits über eine betriebliche Altersversorgung verfügen?

Um einen besseren Eindruck davon zu bekommen, wie stark die bAV tatsächlich in den Betrieben verankert ist, bat die Haufe-Marktforschung die bAV-Verantwortlichen erneut um ihre Einschätzung. Die Antworten lassen darauf schließen, dass der Anteil der Mitarbeiter ohne betriebliche Altersversorgung leicht abgenommen hat.

In etwas weniger als zwei Dritteln (63,1 Prozent/2009: 66,5 Prozent) aller Unternehmen hat weniger als die Hälfte der Mitarbeiter eine solche Betriebsrente, vermuten die Personalverantwortlichen. Dabei stehen sich die geringste und die höchste angenommene bAV-Beteiligung wie starke Pole gegenüber: Die nach wie vor größte Gruppe (20,9 Prozent/2009: 23,4 Prozent) der Befragten glaubt, dass höchstens zehn Prozent ihrer Mitarbeiter eine bAV haben – dicht dahinter (20,4 Prozent) ist die Gruppe der Unternehmen, bei denen schätzungsweise mehr als 90 Prozent der Mitarbeiter eine bAV nutzen.



Eine überdurchschnittlich hohe Durchdringung der bAV unter den Mitarbeitern (91 bis 100 Prozent der Belegschaft) ist vor allem bei den kleinsten Unternehmen (25 Prozent) zu finden. Auf den ersten Blick mag es da paradox erscheinen, dass auch die unterdurchschnittliche bAV-Verbreitung (weniger als zehn Prozent der Belegschaft) bei den kleinsten Firmen häufig (30,6 Prozent) anzutreffen ist – gemäß dem Motto „ganz oder gar nicht“. Doch auch in vielen großen Betrieben (43,5 Prozent) verfügt nur jeder Zehnte über eine bAV.

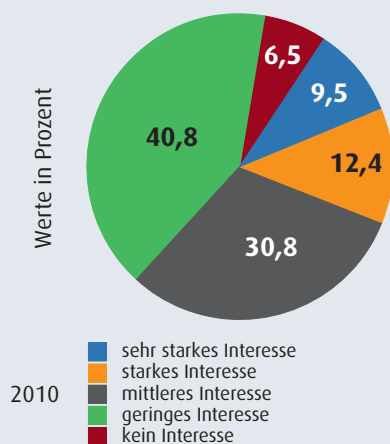
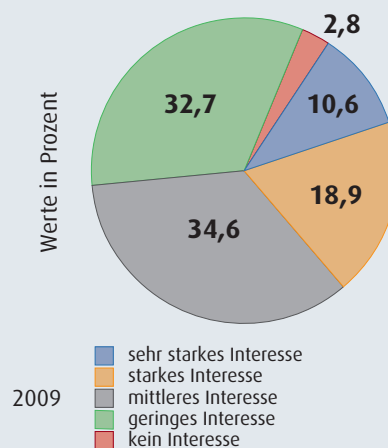
Die Personalentscheider schätzen, dass mindestens die Hälfte ihrer Kollegen einen der folgenden Durchführungswege nutzt: Direktzusage (60 Prozent), Pensionsfonds (50 Prozent), Pensionskasse (33,4 Prozent), Direktversicherung (33,6 Prozent) und Unterstützungskasse (9,1 Prozent).

Wie stark ist das Interesse der Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen an Formen der betrieblichen Altersversorgung?

Aus Sicht der bAV-Verantwortlichen scheint das Interesse ihrer Mitarbeiter an einer eigenen betrieblichen Altersversorgung weiter abzunehmen.

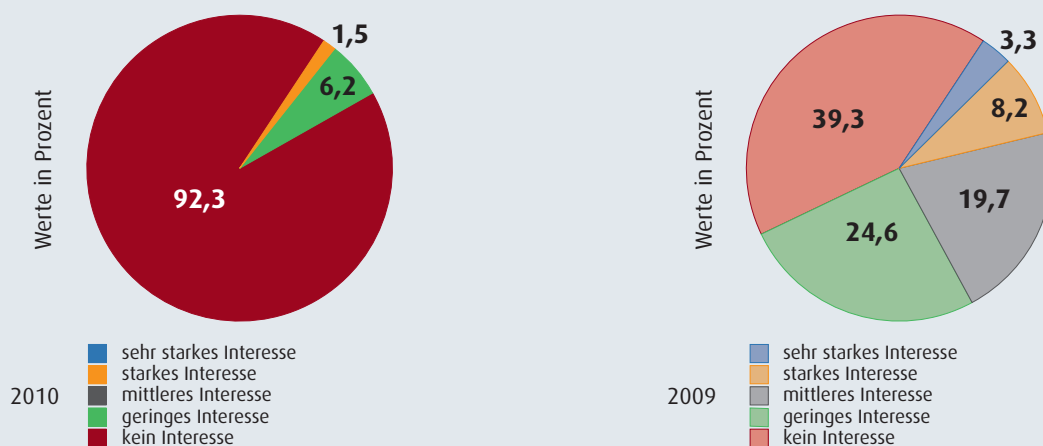
Sieben von zehn (71,6 Prozent/2009: 67,3 Prozent) der Befragten glauben inzwischen, dass ihre Kollegen nur noch „geringes“ oder „mittleres Interesse“ für die bAV aufbringen. Entsprechend schätzen nur noch 21,9 Prozent das Interesse der Mitarbeiter als „stark“ oder sogar „sehr stark“ ein. (2009: 29,5 Prozent).

Betriebe mit bAV: Mitarbeiterinteresse sinkt stetig



Unternehmen mit bAV: Das Interesse der Mitarbeiter an ihrer eigenen Altersversorgung ist gering und sinkt stetig weiter – so die Einschätzung der befragten Unternehmen, die eine Altersversorgung anbieten. Sehr starkes oder zumindest starkes Interesse vermuten mit 21,9 Prozent über 17 Prozent weniger als im Vorjahr. Fast die Hälfte sieht nur geringes oder gar kein Interesse.

Keinerlei Interesse der Mitarbeiter an einer Betriebsrente



Unternehmen ohne bAV: Keinerlei Interesse ihrer Mitarbeiter an einer bAV vermuten 92,3 Prozent der befragten Unternehmen, die keine Altersversorgung anbieten. Im Vorjahr lag diese Quote noch unter 40 Prozent. An mittleres, starkes oder sehr starkes Interesse ihrer Mitarbeiter glaubten damals noch 31,2 Prozent, 2010 sind das nur noch 1,5 Prozent.

Geradezu erdruckschartig ist die Veränderung bei Firmen ohne bAV: Hier glauben weniger als zehn Prozent der Entscheider (7,7 Prozent/2009: 55,8 Prozent) an ein irgendwie geartetes Interesse ihrer Kollegen an der bAV. Von einem „starken“ oder „sehr starken“ Interesse gehen sogar nur noch 1,5 Prozent aus (2009: 11,5 Prozent).

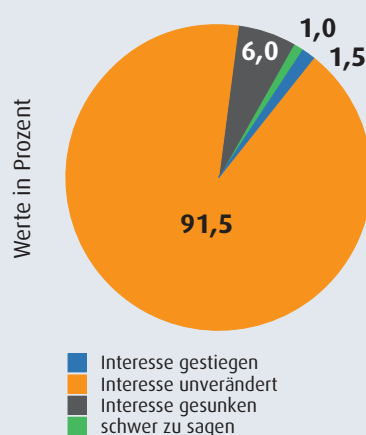
Während im vergangenen Jahr zumindest noch 3,3 Prozent der Mitarbeiter nach Auskunft der Personalverantwortlichen sehr starkes Interesse an der bAV hatten, gibt dies 2010 kein Befragter mehr an. Und auch ein mittleres Interesse bekundete in diesem Jahr keiner der Teilnehmer mehr.

Hat sich das Interesse der Mitarbeiter an einer betrieblichen Altersversorgung durch die Finanz- und Wirtschaftskrise verändert?

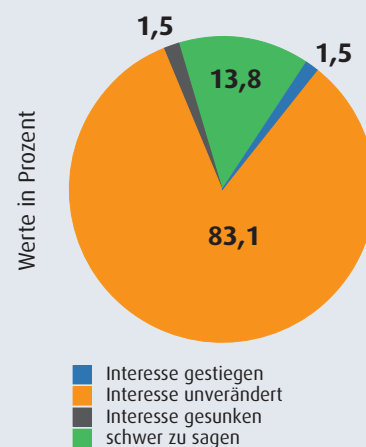
Wie schon bei der früheren Frage nach dem Einfluss der Krise auf die Unternehmenspläne zur bAV zeigt sich auch an dieser Stelle: Die Verantwortlichen messen der Finanz- und Wirtschaftskrise keine Bedeutung bei, wenn es um

das (vermutete) Interesse der Mitarbeiter an der betrieblichen Altersvorsorge geht. Von einem gänzlich unveränderten Interesse unter allen Mitarbeitern (100 Prozent) gehen die Personalverantwortlichen der größten Unternehmen aus. Ein ähnliches Bild ergibt sich, fragt man in den Firmen ohne eine betriebliche Altersversorgung nach dem Interesse der Mitarbeiter.

Finanzkrise: Keine Auswirkungen auf das Mitarbeiterinteresse



Unternehmen mit bAV: Keinerlei Eindruck auf das Interesse der Mitarbeiter durch die Finanz- und Wirtschaftskrise konstatieren mehr als 91 Prozent der befragten bAV-Verantwortlichen, die eine Altersversorgung anbieten.



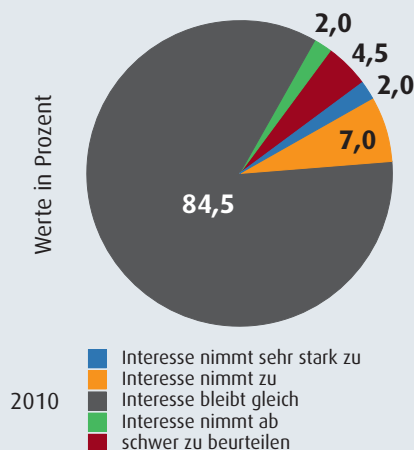
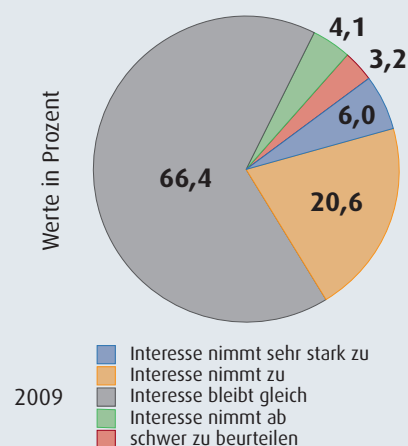
Unternehmen ohne bAV: Auch in Betrieben ohne Altersversorgung ist die Nachfrage nach einer bAV durch die Finanzkrise weitgehend gleich geblieben – 83,1 Prozent sehen keine Auswirkungen der Krise auf das Mitarbeiterinteresse.

Wie würden Sie das zukünftige Interesse der Mitarbeiter an der betrieblichen Altersversorgung in den nächsten fünf Jahren in Ihrem Unternehmen einschätzen?

Auch hier verstärkt sich der Trend aus dem Vorjahr: Der überwiegende Teil der Befragten geht auch mittelfristig nicht von einem steigen-

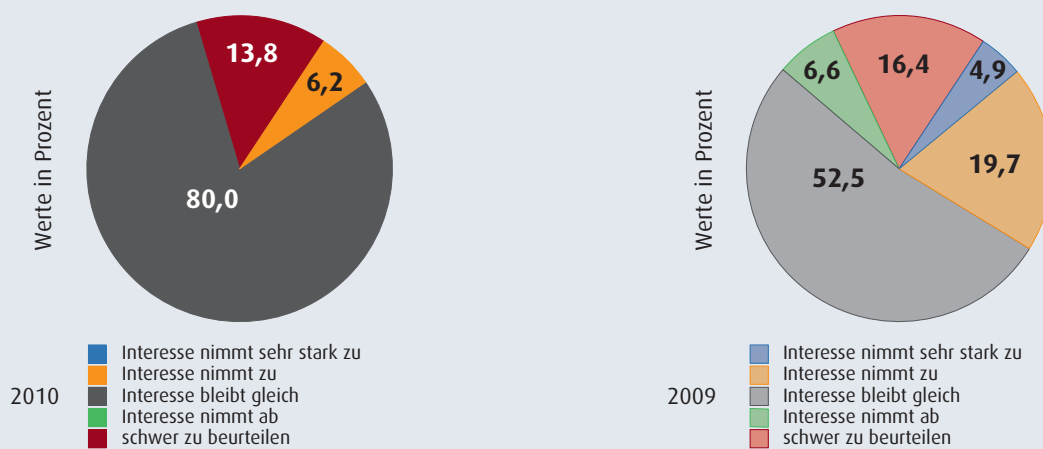
den Interesse der Mitarbeiter aus. Weniger als ein Zehntel (9 Prozent/2009: 26,6 Prozent) der bAV-Verantwortlichen glaubt, dass das Interesse der Kollegen an der bAV in den nächsten fünf Jahren wachsen wird. Der überwiegende Teil der Befragten geht davon aus, dass das Interesse gleich bleiben wird.

Betriebe mit bAV erwarten kein weiteres Interesse in der Zukunft



Unternehmen mit bAV: Weitgehend gesättigt schätzen die bAV-Verantwortlichen das Interesse der Mitarbeiter in Betrieben mit bAV ein. Für die Zukunft erwarten über 84 Prozent ein gleichbleibendes Interesse ihrer Mitarbeiter, eine Steigerung des Interesses erwarten nur noch 7 Prozent. 2009 erwarteten 20,6 Prozent der Befragten eine Interessensteigerung.

Auch in Betrieben ohne bAV stagniert das Interesse



Unternehmen ohne bAV: Auch in Betrieben ohne bAV wird eine künftige Interessensteigerung der Mitarbeiter negativ eingeschätzt: 80 Prozent sind sich sicher, dass sich das Interesse auch in den nächsten Jahren nicht verändern wird. 2009 erwarteten noch fast 25 Prozent eine Zunahme des Interesses.

Auch in den Unternehmen ohne bAV nehmen die Verantwortlichen ein unverändertes Interesse der Mitarbeiter an. Nur knapp 6 Prozent glauben, dass es bis 2015 wachsen wird – 2009

nahmen dagegen noch fast 25 Prozent eine Zunahme des Interesses an. Ein „sehr starkes Interesse“, wie im vergangenen Jahr (4,9 Prozent), wird in diesem Jahr gar nicht mehr erwartet.

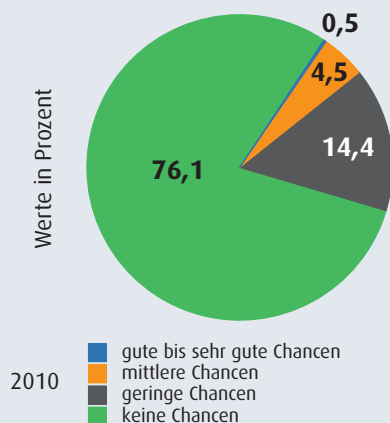
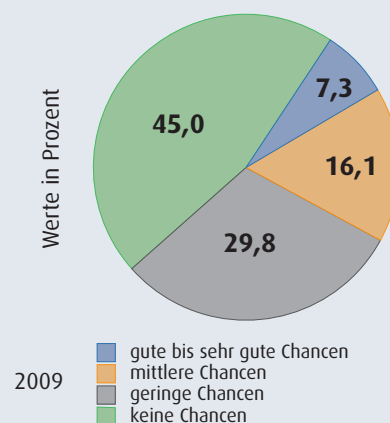
Sehen Sie eine Chance, den Anteil der Mitarbeiter mit einer betrieblichen Altersversorgung in den nächsten Jahren noch zu erhöhen?

Ob es in erster Linie an der leicht zunehmenden Verbreitung der bAV in den Betrieben liegt oder am angeblichen Desinteresse von Mitarbeitern und Unternehmensleitung: Die Chance, die betriebliche Altersversorgung im eigenen Unternehmen auszubauen, sehen die Verantwortlichen noch skeptischer als im vergangenen Jahr.

Neun von zehn Befragten (2009: 74,8 Prozent) sehen „keine“ oder bestenfalls „geringe Chancen“, den Anteil der bAV in ihrem Unternehmen zu erhöhen. Und von diesen Skeptikern glauben sogar mehr als drei Viertel (76,1 Prozent/2009: 45 Prozent) nicht daran, dass sich die bAV in ihrem Betrieb noch weiter durchsetzen wird.

Die größte Skepsis herrscht bei den kleinsten Betrieben: Hier gehen 91,7 Prozent der Befragten davon aus, dass es für die Verbreitung der bAV in ihrem Unternehmen keine Chance gibt, obwohl in fast einem Drittel dieser Betriebe weniger als zehn Prozent der Belegschaft bisher eine bAV haben.

Schlechte Aussichten auf mehr bAV unter den Mitarbeitern



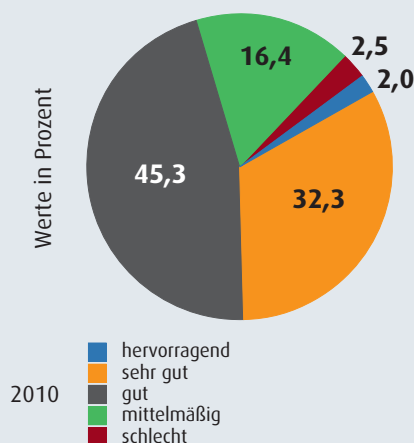
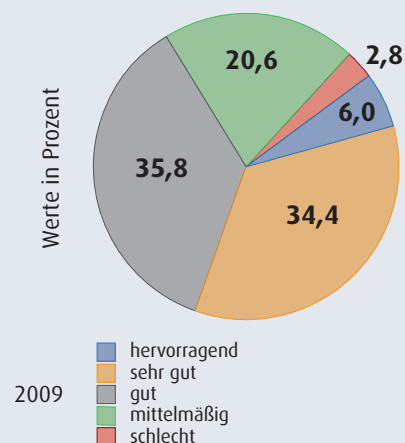
Unternehmen mit bAV: Skeptisch beurteilen die Befragten in der aktuellen Umfrage ihre Chancen, mehr Mitarbeiter für die bAV zu gewinnen. Gute oder sehr gute Chancen sehen hier nur 0,5 Prozent, 2009 waren es noch 7,3 Prozent. 76,1 Prozent rechnen sich heute keinen Einfluss mehr aus, den Durchdringungsgrad im Unternehmen erhöhen zu können.

Wie hoch schätzen Sie den Informationsgrad der Mitarbeiter in Ihrem Unternehmen in Bezug auf die betriebliche Altersversorgung ein?

Trotz des angeblich mangelnden Interesses und trotz der Krise: Den Informationsgrad der Mitarbeiter über die bAV schätzen die Entscheider zu 79,6 Prozent als überwiegend gut oder sogar besser ein (2009: 76,2 Prozent). Nach wie vor nur ein Bruchteil (2,5 Prozent) der Befragten sagt, dass ihre Mitarbeiter schlecht informiert

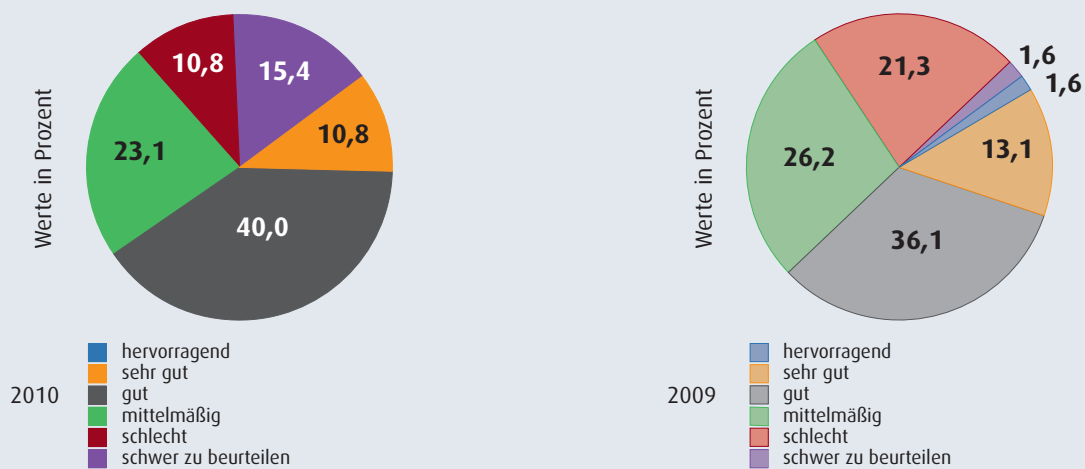
sind (2009: 2,8 Prozent). Einen guten oder noch besseren Informationsstand ihrer Angestellten nehmen vor allem die Personalverantwortlichen in Firmen ab 100 Mitarbeitern wahr, wohingegen ihre Kollegen in den kleinen Betrieben nur von einem mittelmäßigen bis schlechten Informationsstand ausgehen. Offen bleibt bei den Antworten auf diese Frage jedoch, wie weit die Verantwortlichen sich damit selbst ein Zeugnis über ihre Information gegenüber ihren Kollegen ausstellen wollten.

Mitarbeiter sind gut informiert



Unternehmen mit bAV: Nicht ganz die Hälfte der Befragten halten ihre Mitarbeiter für gut informiert, über 35 Prozent bescheinigen sogar eine sehr gute bis hervorragende Kenntnis ihrer Mitarbeiter über deren Belange der Alterssicherung. Die Anzahl der Unternehmen mit mittelmäßig oder schlecht informierten Mitarbeitern ist seit 2009 um 4,5 Prozentpunkte auf 18,9 Prozent gesunken.

Informationsgrad hat zugenommen



Unternehmen ohne bAV: In Firmen, die keine bAV anbieten, gehen über 50 Prozent (50,8 Prozent) der befragten Verantwortlichen von guten oder sehr guten bAV-Kenntnissen der Mitarbeiter aus. Allerdings vermuten fast ebenso viele einen mittelmäßigen bis schlechten Informationsstand oder geben zu, diesen nicht zu kennen.

Erfreulich: Auch bei Unternehmen ohne bAV scheint nach Auffassung der dortigen Entscheider der Informationsgrad der Mitarbeiter zugenommen zu haben: Nicht nur wird die Zahl der Mitarbeiter, die „gut“ oder „besser“ über die bAV

informiert sein sollen, mit über 50 Prozent als nahezu unverändert angegeben – die Zahl der Kollegen, die schlecht informiert sind, hat deutlich abgenommen (10,8 Prozent/2009: 21,3 Prozent).

5. Kriterien für die Auswahl von bAV-Produkten und -Anbietern

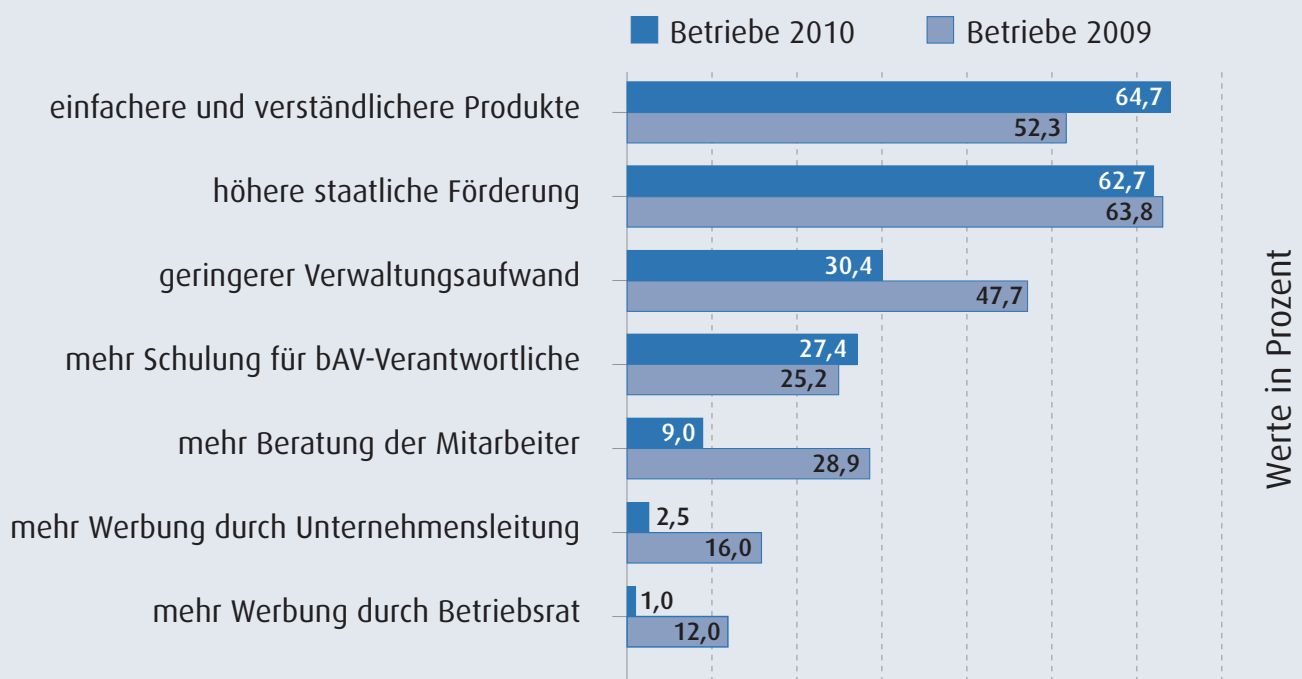
Was könnte die Verbreitung der betrieblichen Altersversorgung in Ihrem Unternehmen Ihrer Ansicht nach stärken?

Die Verständlichkeit der Vorsorgeprodukte steht im Vordergrund: Als „hilfreich“ oder „sehr hilfreich“ für eine bessere Verbreitung erachten die bAV-Verantwortlichen einfachere und verständlichere Produkte (64,7 Prozent/2009: 52,3 Prozent).

Produkte mit einer höheren staatlichen Förderung (62,7 Prozent/2009: 63,8 Prozent) sind vom ersten auf den zweiten Platz gerutscht. Einen geringeren Verwaltungsaufwand wünscht sich weniger als ein Drittel (30,4 Prozent/2009: 47,7 Prozent) – offensichtlich, weil die Befragten mit diesem Punkt bereits zufrieden sind. Mehr Beratung der Mitarbeiter (9 Prozent/2009: 28,9 Prozent), bessere Schulung für die bAV-Verantwortlichen (6,5 Prozent/2009: 25,2 Prozent) sowie mehr Werbung für die bAV durch die Unternehmensleitung (2,5 Prozent/2009: 16 Prozent) oder den Betriebsrat (1 Prozent/2009: 12 Prozent) sind weiter abgeschlagen als im Vorjahr.



Betriebe mit bAV wünschen mehr Förderung und einfachere Produkte

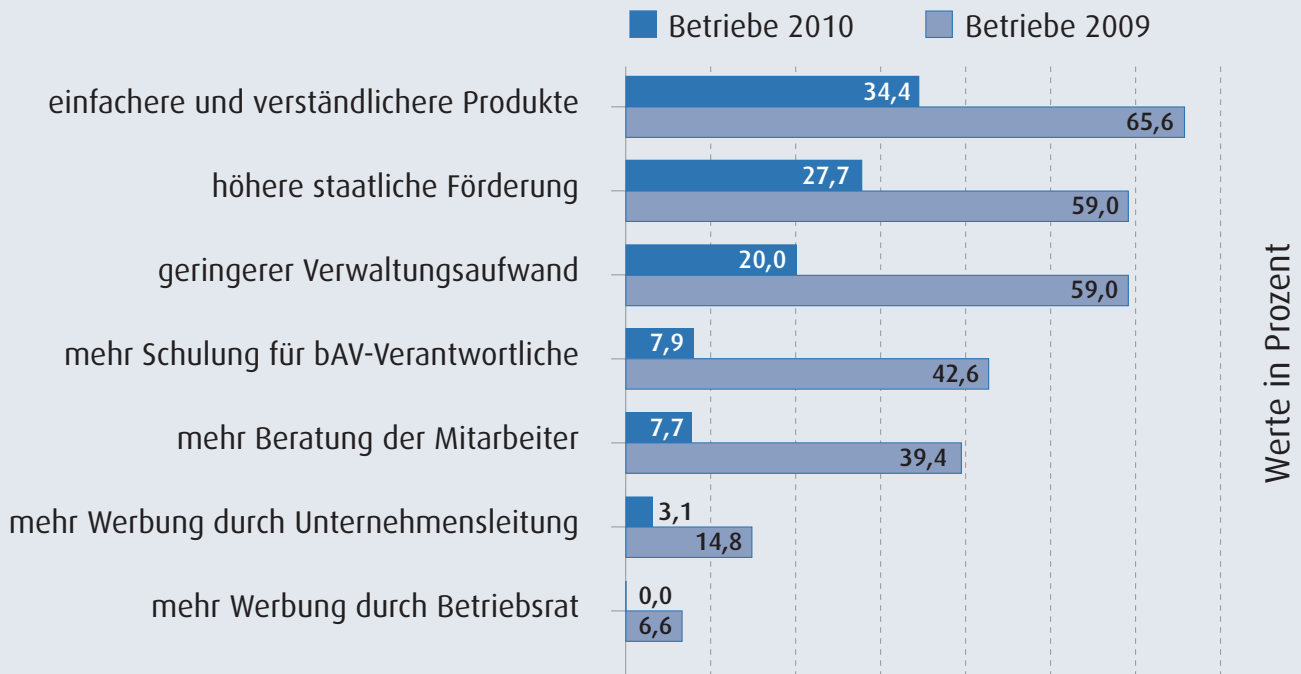


Unternehmen mit bAV: Ganz oben auf der Wunschliste der Verantwortlichen, die bereits eine bAV anbieten, steht die Arbeits-erleichterung im Umgang mit der bAV. Einfachere und verständlichere Produkte wünschen sich 64,7 Prozent, geringeren Verwaltungsaufwand 30,4 Prozent, mehr Information durch Schulungen 27,4 Prozent.

Bei den Firmen ohne bAV ist die Tendenz unverändert, auch wenn deutlich weniger Teilnehmer einen der genannten Gründe überhaupt für förderlich halten, um die bAV in ihrem Betrieb zu stärken. Als „hilfreich“ oder „sehr hilfreich“ für eine bessere Durchdringung erachten sie ebenfalls einfachere und verständlichere Produkte (34,4 Prozent/2009: 65,6 Prozent). Eine höhere staatliche Förderung (27,7 Prozent/2009: 59 Prozent) spielt für die Unternehmen eine wichtigere

Rolle als geringerer Verwaltungsaufwand (20 Prozent/2009: 59 Prozent). Die Bedeutung von interner Schulung für die bAV-Verantwortlichen (7,9 Prozent/2009: 42,6 Prozent), die Beratung der Mitarbeiter durch den Anbieter (7,7 Prozent/2009: 39,4 Prozent), mehr Werbung durch die Unternehmensleitung (3,1 Prozent/2009: 14,8 Prozent) oder durch den Betriebsrat (0 Prozent/2009: 6,6 Prozent) sind dagegen unwichtig geworden.

Keine besonderen Anforderungen an Vorsorgeprodukte



Unternehmen ohne bAV: Unternehmen, die noch keine bAV anbieten, scheinen auch keine besonderen Anforderungen an die Angebote zu haben. Auch einfachere und verständlichere Produkte könnten nur für 34,4 Prozent einen Anreiz bieten, bAV anzubieten. Eine höhere staatliche Förderung würde weniger als ein Drittel motivieren, bei den Betrieben mit bAV lag hier die Quote bei 62,7 Prozent.

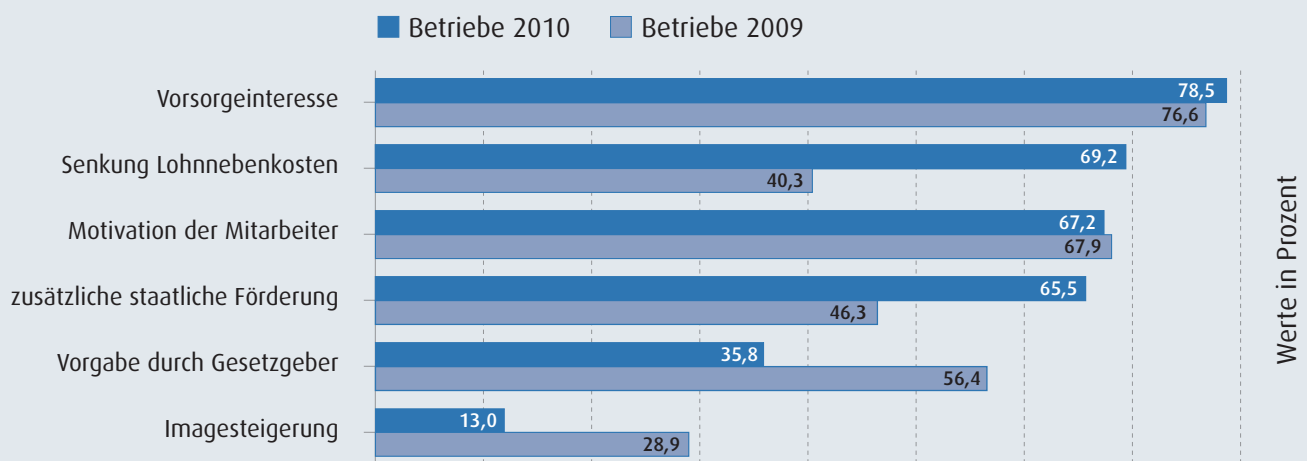
Welches sind die ausschlaggebenden Gründe für Ihr Unternehmen, eine bAV anzubieten?

Das Interesse an der Vorsorge der Mitarbeiter und ihre Motivation stehen nach wie vor im Vordergrund, wenn eine betriebliche Altersversorgung eingeführt wird. Aber finanzielle Aspekte werden – gerade für Unternehmen ab 100 Mitarbeitern – immer wichtiger.

Vorsorgeinteresse (78,5 Prozent/2009: 76,6 Prozent) und Motivation der Mitarbeiter (67,2 Prozent/2009: 67,9 Prozent) waren unverändert die

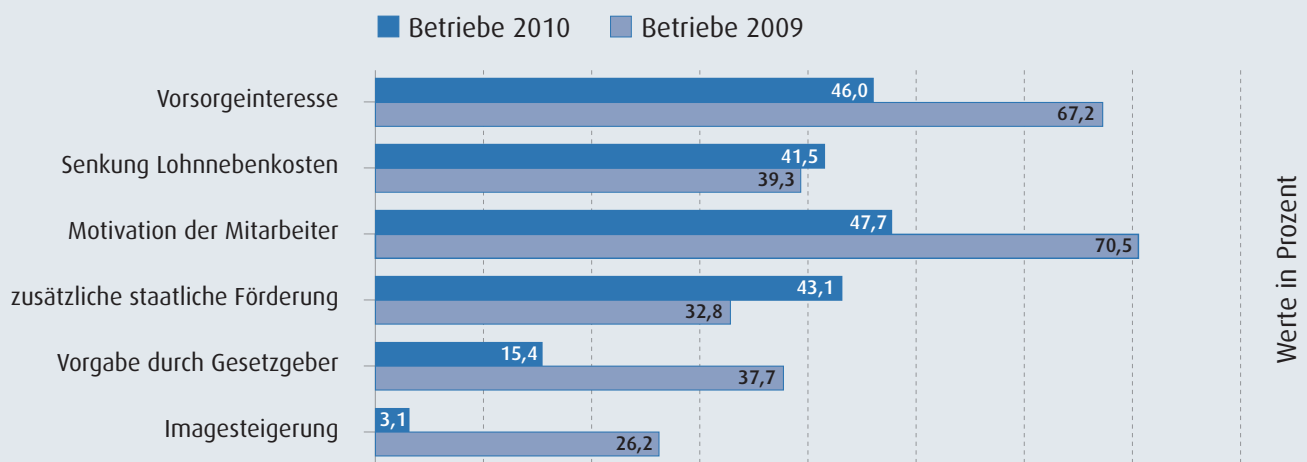
ausschlaggebenden Gründe für Einführung der bAV. Dann folgen bereits die Senkung der Lohnnebenkosten (69,2 Prozent/2009: 40,3 Prozent) und die zusätzliche staatliche Förderung (65,5 Prozent/2009: 46,3 Prozent) – beide Punkte haben im Vergleich zum Vorjahr erheblich an Bedeutung gewonnen. Die Vorgabe durch den Gesetzgeber (35,8 Prozent/2009: 56,4 Prozent), die langfristige Mitarbeiterbindung (33,4 Prozent; erstmals gefragt) und die Imagesteigerung (13 Prozent/2009: 28,9 Prozent) bezeichneten hingegen weniger Befragte als noch im Vorjahr als „sehr wichtig“ oder „wichtig“.

Finanzielle Gründe werden wichtiger



Unternehmen mit bAV: Vorsorgeinteresse und die mögliche Senkung der Lohnnebenkosten sind die Favoriten in der Motivation, eine betriebliche Altersversorgung anzubieten. Die reine Erfüllung einer Arbeitgeberpflicht ist nur noch für 35,8 Prozent der Befragten ein Grund, eine bAV im Unternehmen einzuführen.

Kaum Anreize für die Betriebsrente



Unternehmen ohne bAV: Generell wenig Anreize für eine bAV sehen Unternehmen, die bisher noch keine Altersversorgung anbieten. Trotz möglicher Mehrfachnennungen erreicht keines der möglichen Motive die Zustimmung von 50 Prozent der Befragten. 2009 waren Vorsorgeinteresse und Mitarbeitermotivation noch Gründe, die bei rund 70 Prozent der Befragten Zuspruch fanden.

Auch bei Unternehmen, die noch ohne eine bAV sind, könnten finanzielle Motive wichtiger werden: Wie im Vorjahr standen die Motivation der Mitarbeiter (47,7 Prozent/2009: 70,5 Prozent) und das Vorsorgeinteresse (46 Prozent/2009: 67,2 Prozent) an den ersten beiden Stellen. Als „wichtige“ oder „sehr wichtige“ Gründe, die für eine betriebliche Altersversorgung sprechen, wurden aber dann schon die zusätzliche staatli-

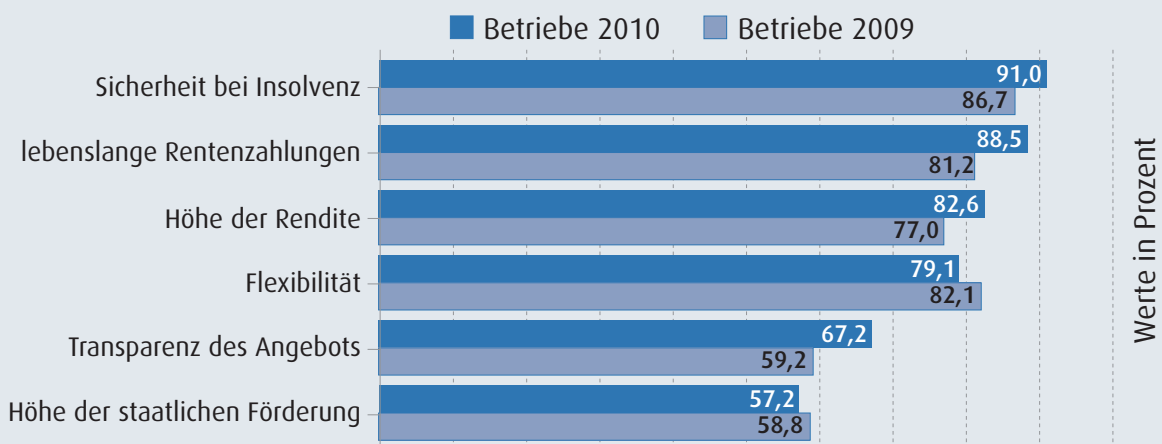
che Förderung (43,1 Prozent/2009: 32,8 Prozent) und weniger Lohnnebenkosten (41,5 Prozent/2009: 39,3 Prozent) angeführt. Der Wunsch, Mitarbeiter langfristig zu binden, spielt mit 33,8 Prozent der Nennungen eine geringere Rolle; weniger wichtig waren nur noch die Vorgabe des Gesetzgebers (15,4 Prozent/2009: 37,7 Prozent) sowie die Imagesteigerung (3,1 Prozent/ 2009: 26,2 Prozent).

Welche Merkmale von Angeboten zur betrieblichen Altersversorgung waren bei der Auswahl besonders wichtig gewesen?

Sicherheit, eine lebenslang garantierte Rente und die Höhe der Rendite sind noch wichtiger geworden als im Vorjahr. Flexibilität der Produkte und die Höhe der Förderung hingegen haben leicht an Bedeutung verloren. Bei der Auswahl der richtigen Produkte nennen über 91 Prozent der bAV-Entscheider Sicherheit bei Insolvenz, Hartz IV und Pfändungsschutz (2009: 86,7 Prozent) – bei den kleinsten Unternehmen lag der Wert sogar bei 100 Prozent –, lebenslange garantierte Rentenzahlung (88,5 Prozent/2009: 81,2 Prozent) und die Höhe der Rendite (82,6 Prozent/2009: 77,0 Prozent). Gerade der Sicherheitsaspekt wird von 26,4 Prozent der Befragten sogar als „sehr wichtig“ eingestuft – womöglich eine Auswirkung der Finanzkrise. Flexibilität bei der Ein- und Auszahlung (79,1 Prozent/2009: 82,1 Prozent) sowie die Höhe der staatlichen Förderung (57,2 Prozent/2009: 58,8 Prozent) – hier waren ausgerechnet die größten Unternehmen mit 63,7 Prozent überdurchschnittlich vertreten – haben etwas an Bedeutung eingebüßt; die Transparenz des Angebots (67,2 Prozent/2009: 59,2 Prozent) hingegen ist wichtiger geworden.

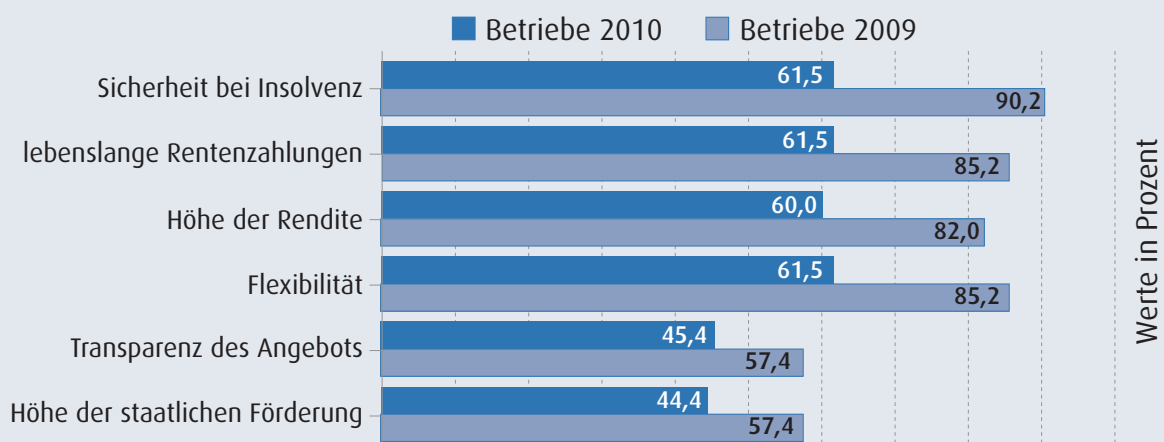
81,2 Prozent) und die Höhe der Rendite (82,6 Prozent/2009: 77 Prozent) als „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Gerade der Sicherheitsaspekt wird von 26,4 Prozent der Befragten sogar als „sehr wichtig“ eingestuft – womöglich eine Auswirkung der Finanzkrise. Flexibilität bei der Ein- und Auszahlung (79,1 Prozent/2009: 82,1 Prozent) sowie die Höhe der staatlichen Förderung (57,2 Prozent/2009: 58,8 Prozent) – hier waren ausgerechnet die größten Unternehmen mit 63,7 Prozent überdurchschnittlich vertreten – haben etwas an Bedeutung eingebüßt; die Transparenz des Angebots (67,2 Prozent/2009: 59,2 Prozent) hingegen ist wichtiger geworden.

Sicherheit und lebenslange Rente noch wichtiger



Unternehmen mit bAV: Für den überwiegenden Teil der Befragten sind Sicherheit bei Insolvenz und die Garantie lebenslanger Rentenzahlungen die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl der bAV. Beide Aspekte haben im Vergleich zu 2009 an Bedeutung gewonnen. Auch die Höhe der Rendite ist für über 82 Prozent der Befragten ein wichtigeres Kriterium geworden als 2009.

Alle bAV-Kriterien verlieren an Bedeutung



Unternehmen ohne bAV: Die Sicherheit bei Insolvenz gilt in Betrieben, die noch keine bAV anbieten, längst nicht mehr in dem Maße als Auswahlkriterium wie 2009. Schätzten dieses Kriterium 2009 noch über 90 Prozent als „besonders wichtig“ ein, so sind es 2010 nur noch 61,5 Prozent. Auch die lebenslangen Rentenzahlungen, die Höhe der Rendite und Flexibilität werden von weit weniger Befragten genannt.

Ein ähnlicher Trend ist in Betrieben, die noch keine bAV anbieten, zu verfolgen: Als „wichtig“ oder „sehr wichtig“ nennen die dortigen Entscheider mit jeweils 61,5 Prozent der Stimmen Sicherheit (2009: 90,2 Prozent), eine lebenslange garantierte Rentenzahlung (85,2 Prozent)

sowie Flexibilität bei der Ein- und Auszahlung (85,2 Prozent). Die Höhe der Rendite wurde von 60 Prozent genannt (2009: 82 Prozent), gefolgt von der Transparenz (45,4 Prozent/2009: 57,4 Prozent) und der Höhe der staatlichen Förderung (44,4 Prozent/2009: 57,4 Prozent).

Welche Merkmale eines bAV-Anbieters sind aus Ihrer Sicht wichtig?

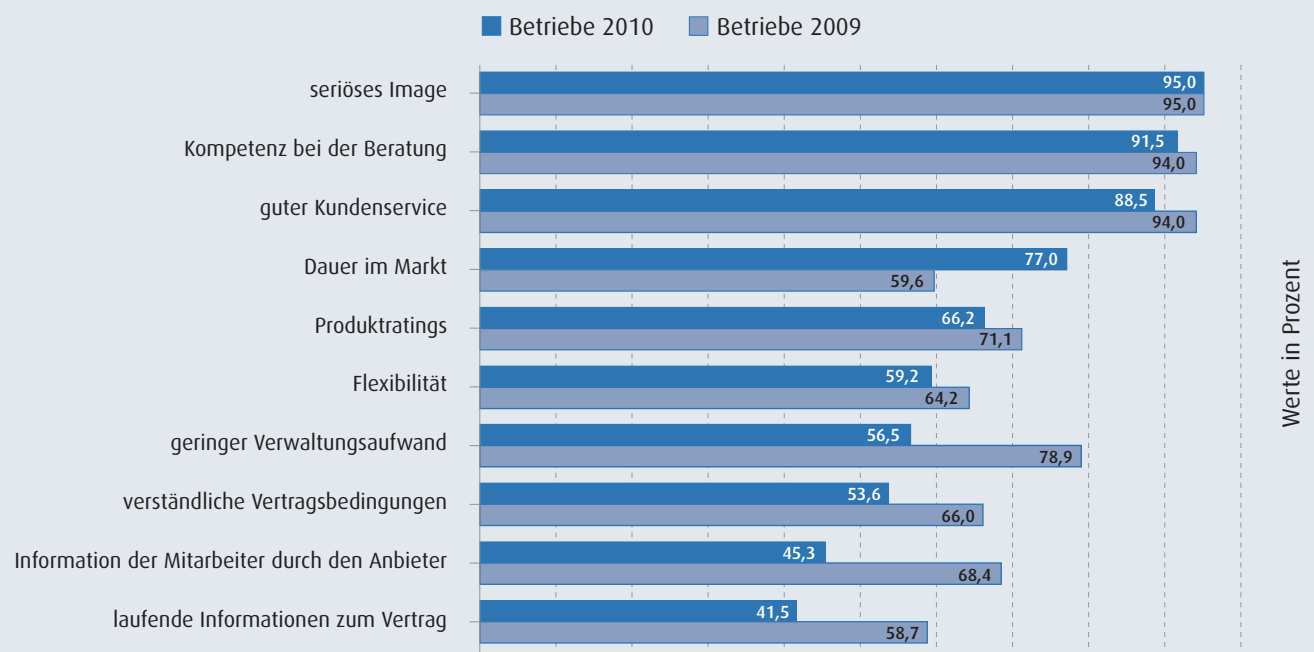
Herausragende, also „wichtige“ oder sogar „sehr wichtige“, Merkmale für einen guten bAV-Anbieter bleiben aus Sicht der Entscheider das seriöse Image, die Kompetenz bei der Beratung und ein guter Kundenservice. Die Dauer, mit der sich ein Anbieter am Markt bislang behaupten konnte, hat – möglicherweise auch unter dem Einfluss der Krise – erheblich an Relevanz zuge-

nommen. Hingegen haben alle anderen Merkmale nachgelassen, zum Teil sogar sehr stark wie der geringe Verwaltungsaufwand.

Auch in den Firmen ohne eine bAV ist ein seriöses Image ein herausragendes Merkmal für einen guten Anbieter, gefolgt von seiner Kompetenz bei der Beratung und einem guten Kundenservice. Alle drei Merkmale nehmen jedoch deutlich weniger Bedeutung ein als im Vorjahr.

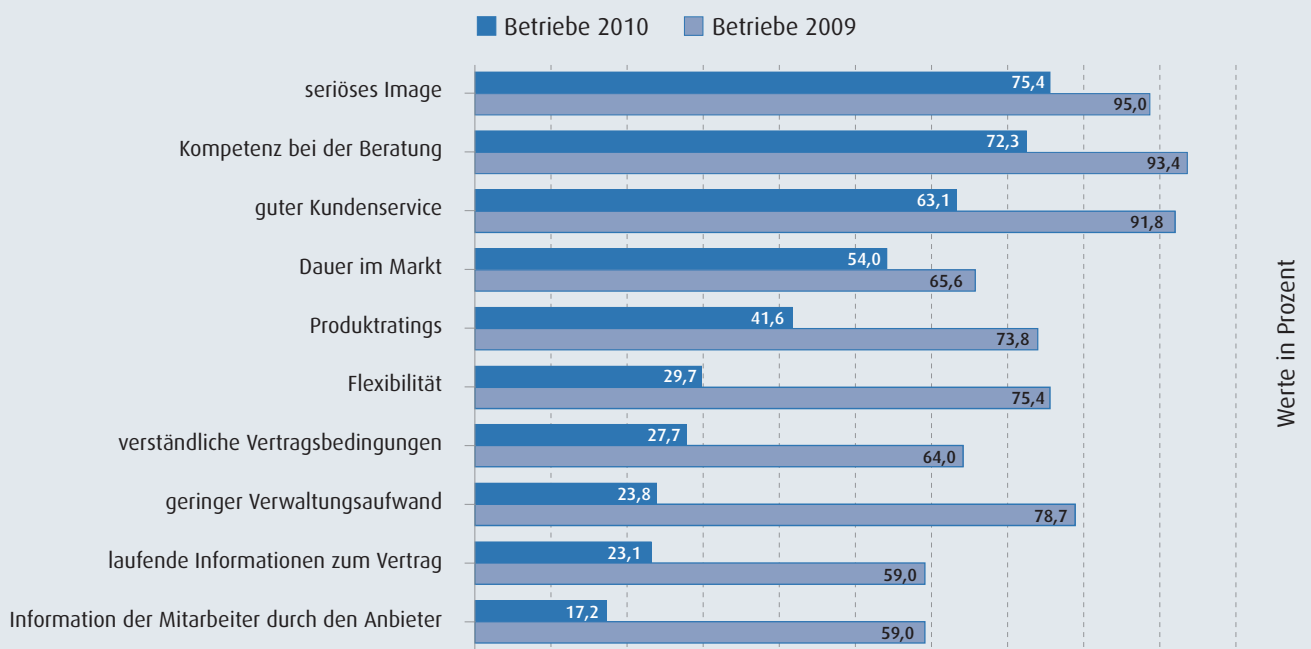


Seriosität, Kompetenz und Service machen einen guten bAV-Anbieter aus



Unternehmen mit bAV: Immer noch ist das seriöse Image des Anbieters das wichtigste Kriterium bei der Auswahl des bAV-Anbieters. Beratungskompetenz und Kundenservice sind weiterhin wichtig, sind allerdings in der Bewertungsskala leicht abgefallen. Mehr Wert als 2009 legen die Unternehmen auf die Dauer des Anbieters im Markt: 77 Prozent der Befragten bezeichnen dieses Merkmal als „wichtig“ oder „sehr wichtig“.

Alle Kriterien für guten bAV-Anbieter verlieren



Unternehmen ohne bAV: Insgesamt sind die Anforderungen an die Anbieter bei Unternehmen, die keine bAV anbieten, zurückgegangen. Weiterhin ist auch hier Seriosität des Anbieters das wichtigste Kriterium, allerdings nennen es mit 75,4 Prozent rund zwanzig Prozent weniger als 2009. Trotz möglicher Mehrfachnennungen halten nur noch 72,3 Prozent Kompetenz der Beratung für wichtig, nur 63,1 Prozent legen auf guten Kundenservice Wert.

6. Information und Beratung bei der bAV

Wie wichtig ist die Beratung beziehungsweise Unterstützung bei der betrieblichen Altersversorgung für Ihr Unternehmen?

Die Beratung über die betriebliche Altersversorgung bleibt für die Unternehmen weiterhin wichtig: 85,1 Prozent (2009: 89,9 Prozent) der bAV-Entscheider halten Beratung bei bAV für „wichtig“ oder „sehr wichtig“. Weniger als fünf Prozent (4,5 Prozent/2009: 2,8 Prozent) nennen externe Unterstützung „unwichtig“.

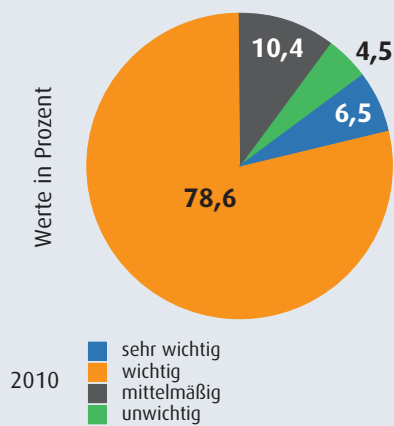
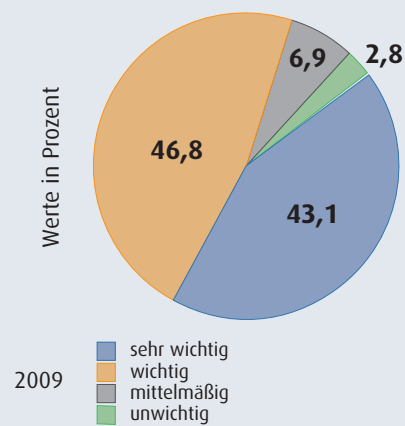
Einen überdurchschnittlichen Bedarf an externer Beratung sehen Entscheider in Unternehmen ab 100 Mitarbeitern. Die Betriebe, die keine bAV anbieten, sind noch weniger an Beratung interessiert als bisher: Nur noch 43,1 Prozent (2009: 60,7 Prozent) der Befragten halten Beratung für „wichtig“ oder „sehr wichtig“, kaum fünf Prozent (4,6 Prozent/2009: 23 Prozent) für „sehr wichtig“.



Knapp doppelt so viele (27,7 Prozent/2009: 14,8 Prozent) Entscheider wie im Vorjahr sagen sogar, externe Unterstützung sei für sie „unwichtig“ in

allen Unternehmen ab 100 Mitarbeitern (jeweils 91 Prozent).

Beratungsbedarf immer noch gegeben



Unternehmen mit bAV: Trotz leichten Rückgangs um 4,8 Prozentpunkte gegenüber dem Vorjahr hält immer noch der ganz überwiegende Teil der Befragten in Unternehmen mit bAV-Beratung in diesem Bereich für wichtig oder sogar sehr wichtig. Gänzlich desinteressiert an einer Beratung sind 4,5 Prozent der Befragten, 2009 waren das 2,8 Prozent.

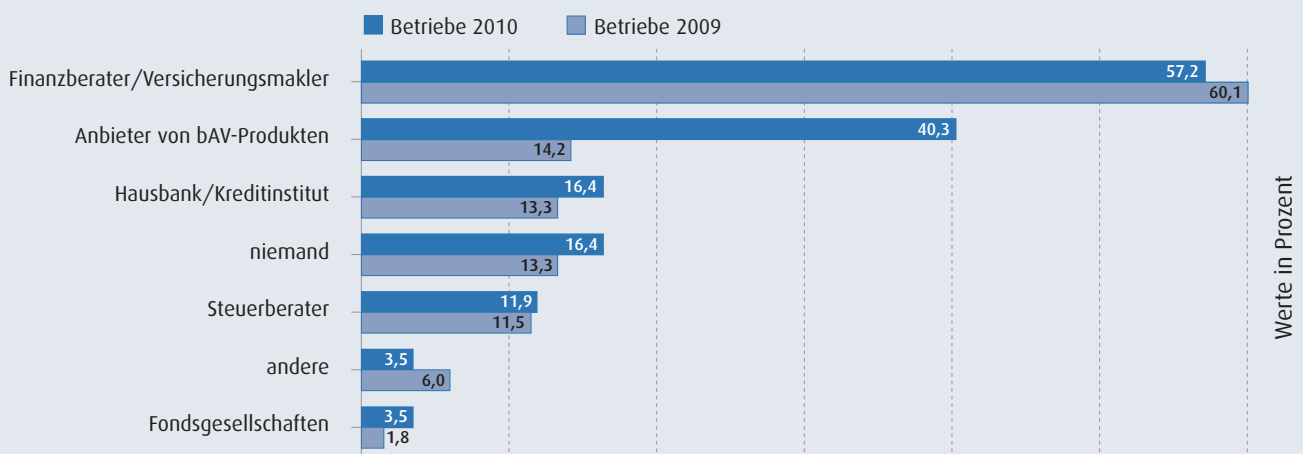
Wer berät Ihr Unternehmen bei Fragen zur betrieblichen Altersversorgung?

Mag sich an der Reihenfolge der Bedeutung der bAV-Berater auch nichts verändert haben und der unabhängige Finanzberater weiterhin an der Spitze stehen – der Anteil der Anbieter von bAV-Produkten (in erster Linie Versicherungen) ist in der Gunst der Entscheider im vergangenen Jahr stark gestiegen. Dennoch bleiben unabhängige Finanzberater und Versicherungsmakler die erste Adresse, wenn es um bAV-Kompetenz geht. Damit hat sich ein Ergebnis des vergangenen

Jahres bestätigt. Die geringe Bedeutung, die der Steuerberater in punkto bAV-Beratung einnimmt, hat sich fortgesetzt.

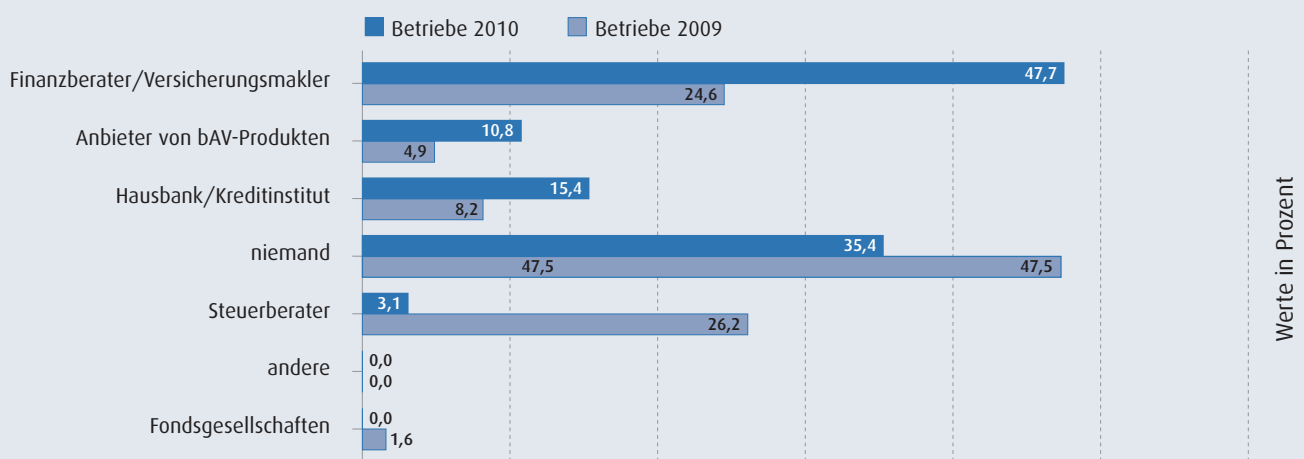
Interessanter Widerspruch: Obwohl in der vorhergehenden Frage vor allem die Betriebe mit mehr als 100 Mitarbeitern Bedarf an externer bAV-Beratung angemeldet haben, stammen die meisten Firmen, die tatsächlich von einer der genannten Institutionen beraten werden, der Gruppe der mittleren Unternehmen (51 bis 100 Mitarbeiter) an.

bAV-Anbieter werden zum Berater



Unternehmen mit bAV: Deutlich gestiegen ist die Beratung im bAV-Bereich durch Anbieter. Nannten 2009 noch 14,2 Prozent den bAV-Anbieter als bevorzugten Berater, so sind es heute 40,3 Prozent. Ganz oben in der Gunst der bAV anbietenden Unternehmen behaupten sich weiterhin Finanzberater und Versicherungsmakler mit 57,1 Prozent der Nennungen.

Wenn Beratung – dann durch unabhängige Finanzberater oder Makler



Unternehmen ohne bAV: Wenn überhaupt, dann lassen sich Betriebe ohne bAV von Finanzberatern und Versicherungsmaklern beraten. 47,7 Prozent der Befragten geben diese als Berater an. Zurückgefallen ist die Beratung durch Steuerberater: Im Bereich bAV werden nur noch 3,1 Prozent von diesem Berufsstand beraten, im Jahr 2009 waren es noch 26,2 Prozent.

Auch mehr Betriebe ohne bAV als im Vorjahr lassen sich jjetzt diesbezüglich beraten. Bei ihnen ist der Finanzmakler ebenfalls der wichtigste Berater – der Steuerberater, der diese Rolle bisher einnahm, ist kaum noch gefragt. Er hat über 20 Prozentpunkte verloren und ist auf 3,1 Pro-

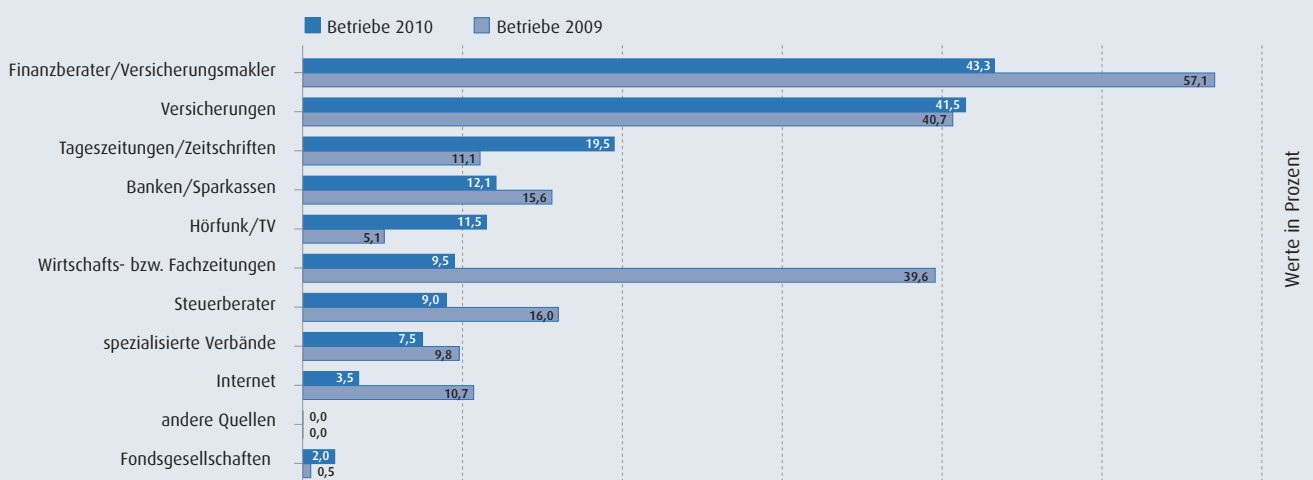
zent abgestürzt. Vorbeigezogen am Steuerberater sind auch die Hausbank und die Anbieter von bAV-Produkten. Zweitgrößte Gruppe mit mehr als einem Drittel der Nennungen sind dennoch die Betriebe, die überhaupt keine Beratung in Anspruch nehmen."



Wie informieren Sie sich bei der betrieblichen Altersversorgung normalerweise?

Unabhängige Finanzberater bleiben – wenn auch mit Abstrichen – bei der Information zur bAV die erste Anlaufstelle, weiterhin gefolgt von Versicherungen. Tageszeitungen und Zeitschriften sowie Hörfunk und Fernsehen haben als häufige Informationsquelle aufgeholt, Wirtschafts- bzw. Fachzeitschriften hingegen eingebüßt. Am meisten (über alle Quellen hinweg) informieren sich die bAV-Entscheider in den großen und größten Unternehmen. Der Steuerberater ist am häufigsten in den kleinsten Betrieben gefragt.

Finanzberater und Makler bleiben häufigste Informationsquellen



Unternehmen mit bAV: Die beliebteste Informationsquelle für bAV-Verantwortliche bleiben der Finanzberater und Versicherungsmakler, wenngleich mit 43,3 Prozent fast 14 Prozent weniger als im Vorjahr diese als erste Anlaufstelle angeben. Stark abgefallen sind Wirtschafts- und Fachzeitungen, sie dienen nur noch 9,5 Prozent als zuverlässige Informationsquelle.

Bei Unternehmen ohne betriebliche Altersversorgung hat der Informationsbedarf über alle Quellen hinweg ebenfalls stark abgenommen. Wenn überhaupt, dann werden Informationen vom Finanzberater und Versicherungsmakler

(18,4 Prozent), Versicherungsanbieter (12,5 Prozent) oder aus Tageszeitungen geholt. Wirtschafts- und Fachzeitschriften wie Steuerberater liefern nur noch für 1,6 Prozent Informationen, im Vorjahr waren es noch 27,9 Prozent.

7. Resümee



Betriebliche Altersversorgung bleibt von der Finanz- und Wirtschaftskrise unberührt

Die betriebliche Altersversorgung (bAV) steht – auch unter dem Einfluss der anhaltenden Finanz- und Wirtschaftskrise – derzeit nicht oben auf der Agenda der Betriebe. Andererseits hat die Krise auch nicht dazu geführt, dass an der bAV gespart beziehungsweise ihre Einführung forciert worden wäre: 92 Prozent der Unternehmen mit bAV sagen, dass die Finanzkrise keinen Einfluss auf ihre bestehende betriebliche Altersversorgung hat. 82 Prozent der Betriebe ohne bAV lassen sich auch trotz oder wegen der Krise nicht von ihrer bisherigen Weigerung abbringen.

Direktversicherung behauptet sich im Mittelstand

Lösungen zur betrieblichen Altersvorsorge haben sich in den Unternehmen weiter durchgesetzt. Das gilt vor allem für die nach wie vor am weitesten verbreiteten Durchführungswege Direktversicherung (74 Prozent der Unternehmen mit bAV bieten sie an) und Pensionskasse (64 Prozent der Unternehmen mit bAV). Die Direktversicherung ist mit 81 Prozent am häufigsten in den kleinsten und kleinen Betrieben mit maximal 50 Angestellten vertreten.

Schlechte Chancen auf weitere Durchdringung

Während die bAV in größeren Betrieben mittlerweile zum Standard gehört, ist dies bei Unternehmen mit weniger als 100 Mitarbeitern noch nicht der Fall. Insgesamt ist der Anteil der Mitarbeiter mit bAV aber gestiegen, und nur in den wenigsten Betrieben ist vorgesehen, etwas am Status quo zu ändern. Vermutlich auch deshalb schätzen die Befragten die Chancen mit 19 Prozent (2009: 43 Prozent) als relativ gering ein, überhaupt noch neue Mitarbeiter für die bAV zu gewinnen.

Information gut – Interesse gering

Die Information der Mitarbeiter über die bAV ist stabil gut – ihr Interesse an diesem Thema sinkt jedoch. In knapp 80 Prozent (2009: 76 Prozent) der Unternehmen sind die Mitarbeiter gut oder besser informiert, aber nur 53 Prozent (2009: 64 Prozent) der Angestellten in Betrieben mit bAV zeigen zumindest ein mittleres Interesse daran.

Verwaltungsaufwand kein Hindernis mehr

Die Systeme zur betrieblichen Altersversorgung haben sich eingespielt: Der zeitliche und administrative Aufwand, der mit der bAV verbunden ist, hat weiter abgenommen – für 86 Prozent (2009: 76 Prozent) der Unternehmen bereitet die bAV keine oder nur noch geringe Arbeit. Den geringsten Aufwand mit ihrer bAV haben danach die kleinsten Betriebe und solche, die eine Direktzusage anbieten.

bAV bleibt Vertrauenssache

Betriebliche Altersvorsorge bleibt Vertrauenssache – an den Motiven für die Auswahl eines guten Anbieters hat sich wenig geändert: Seriöses Auftreten (95 Prozent), kompetente Beratung (92 Prozent) und guter Kundenservice des Anbieters (89 Prozent) sind tonangebend. Bei den Merkmalen eines guten bAV-Produkts stehen Sicherheit (91 Prozent), die lebenslange garantierte Rente (89 Prozent) und die Höhe der Rendite (83 Prozent) im Vordergrund und sind wesentlich wichtiger geworden als noch vor einem Jahr.

Mitarbeiterinteressen sind die Hauptmotivatoren

Auch die wichtigsten Gründe, warum eine bAV eingeführt wurde, sind unverändert das Interesse an der Vorsorge der Mitarbeiter (79 Prozent) und ihre Motivation (67 Prozent). Finanzielle Aspekte wie niedrigere Lohnnebenkosten (69 Prozent) und eine Förderung durch den Staat (66 Prozent) spielen aber, gerade für größere Firmen mit vielen Mitarbeitern, eine wichtigere Rolle als noch im Vorjahr.

Finanzberater und Versicherungsmakler bleiben erste Anlaufstelle

Nach wie vor ist der Beratungsbedarf in Sachen bAV hoch und beträgt 85 Prozent (2009: 90 Prozent). Das größte Interesse an externer Beratung ist in Betrieben mittlerer Größe zu finden. Unabhängige Finanzberater und Versicherungsmakler bleiben die erste Anlaufstelle für Information (43 Prozent) und Beratung (57 Prozent).

8. Methodik

Für die vorliegende Studie befragte die Marktforschung von Haufe-Lexware die Verantwortlichen für die betriebliche Altersversorgung (bAV) in Unternehmen in Deutschland (zum Beispiel Firmeninhaber, Mitglieder der Geschäftsführung und Personalverantwortliche). Es wurden sowohl Personen befragt, die eine bAV in ihrem Unternehmen anbieten, als auch solche, die keine bAV in ihrer Firma haben. Thema der Befragung war die Anwendung der bAV in Betrieben mit maximal 500 Mitarbeitern. Auftraggeber war der britische Lebensversicherer Standard Life.

An den computergestützten Telefoninterviews (CATI – Computer Assisted Telephone Interviewing), die zwischen dem 14. und 27. Januar 2010 stattfanden, nahmen insgesamt 265 Personen teil: 200 von ihnen antworteten, ihr Unternehmen biete eine bAV an („aktiv“); 65 sagten, ihre Firma biete keine bAV an („passiv“). Dieser zweiten Personengruppe wurde ein angepasster Fragebogen vorgelegt.

Alle verwendeten Adressen für die Befragung stammen aus der Datenbank der Haufe-Abonnenten. Die Auswahl der Personen erfolgte aus der Adressliste der Haufe-Lexware GmbH & Co. KG nach dem Zufallsprinzip.



9. Impressum



Durchführung der Studie

Redaktion Personalmagazin
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg

Wissenschaftliche Leitung

Oliver Höflich,
Standard Life Versicherung
Thomas Pahnke, Leitung Marktforschung
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Freiburg
Stand: Freiburg, Februar 2010

Redaktion

Hagen Gerle,
Gerle Kommunikationsberatung
Katharina Schmitt,
Redaktion Personalmagazin

Gestaltung und Schaubilder

FURRER grafik-design,
www.furrer-grafik.de

