

Zurich bAV-Unternehmensbefragung bAV-Durchdringung bei 54 Prozent - Tendenz steigend

Die Bedeutung der betrieblichen Altersversorgung (bAV) nimmt zu: Im Schnitt aller Unternehmen, die eine bAV anbieten, besitzen 54 Prozent der Mitarbeiter eine bAV-Absicherung. Sechs Prozentpunkte mehr als im Jahr 2011. In den nächsten zwölf Monaten wird mit einem weiteren Zuwachs der bAV-Durchdringung um sieben Prozentpunkte gerechnet. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Studie, welche das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen YouGov im Auftrag der Zurich Versicherung unter 550 bAV-Verantwortlichen durchführte. Eine ähnliche Arbeitgeberbefragung wurde im Jahr 2011 durchgeführt. Unbestrittener Nutzen: bAV am besten zur Versorgung der Mitarbeiter geeignet Von allen untersuchten Maßnahmen ist die bAV nach Meinung der Unternehmen am besten zur Versorgung der Mitarbeiter geeignet. Insgesamt 76 Prozent sehen in der bAV den höchsten Effekt (2011: 82 Prozent), gefolgt von Arbeitszeitkonten (69 Prozent) und vermögenswirksamen Leistungen (63 Prozent). Fast jeder Zweite bestätigt, dass ein Auto-Enrollment mit Abwahloption (Opt-Out-Prinzip) ein wirksames Instrument zur Steigerung der bAV ist. Über das Auto-Enrollment werden alle Arbeitnehmer automatisch in bAV-Pensionspläne einbezogen.

Die Bedeutung der betrieblichen Altersversorgung (bAV) nimmt zu: Im Schnitt aller Unternehmen, die eine bAV anbieten, besitzen 54 Prozent der Mitarbeiter eine bAV-Absicherung. Sechs Prozentpunkte mehr als im Jahr 2011. In den nächsten zwölf Monaten wird mit einem weiteren Zuwachs der bAV-Durchdringung um sieben Prozentpunkte gerechnet. Zu diesen Ergebnissen kommt eine Studie, welche das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen YouGov im Auftrag der Zurich Versicherung unter 550 bAV-Verantwortlichen durchführte. Eine ähnliche Arbeitgeberbefragung wurde im Jahr 2011 durchgeführt.

Unbestrittener Nutzen: bAV am besten zur Versorgung der Mitarbeiter geeignet Von allen untersuchten Maßnahmen ist die bAV nach Meinung der Unternehmen am besten zur Versorgung der Mitarbeiter geeignet. Insgesamt 76 Prozent sehen in der bAV den höchsten Effekt (2011: 82 Prozent), gefolgt von Arbeitszeitkonten (69 Prozent) und vermögenswirksamen Leistungen (63 Prozent). Fast jeder Zweite bestätigt, dass ein Auto-Enrollment mit Abwahloption (Opt-Out-Prinzip) ein wirksames Instrument zur Steigerung der bAV ist. Über das Auto-Enrollment werden alle Arbeitnehmer automatisch in bAV-Pensionspläne einbezogen. Wichtig ist hier die Abwahloption für Arbeitnehmer, welche nicht an der bAV teilnehmen möchten. Auch betriebliche Berufsunfähigkeits- und Todesfallabsicherung wird von 55 Prozent der Befragten als eine wirksame Maßnahme zur Existenzsicherung der Mitarbeiter angegeben. "Die bAV ist ein bedeutender Vorsorgebaustein für die Deutschen geworden. Um diesen Vorsorgebaustein weiter zu verankern, sollten Arbeitgeber einen rechtssicheren Rahmen bekommen, um alle Arbeitnehmer in bestehende bAV-Pensionspläne automatisch einbeziehen zu können. Voraussetzung für ein solches System ist die Abwahloption für Arbeitnehmer, wenn diese nicht an der bAV teilnehmen möchten. Wie die Ergebnisse der Studie zeigen, würden auch die Arbeitgeber diese Regelung mittragen und aktiv nutzen", sagt Björn Bohnhoff, Leiter betriebliche Altersvorsorge bei Zurich. In Ländern wie den Niederlanden oder Großbritannien, die ähnliche Regelungen bereits eingeführt haben, liegt die Verbreitung der Rente vom Chef bei mehr als 95 Prozent.

Motive für das Angebot einer bAV

Die Fürsorgepflicht gegenüber den Mitarbeitern ist nach wie vor der wichtigste Grund für das Angebot einer Betriebsrente, gefolgt von dem formalen Aspekt, den Rechtsanspruch auf eine bAV zu erfüllen. Immer stärker rücken jedoch sekundäre Motive wie Mitarbeiterbindung,

Mitarbeitermotivation, Imagegewinn und die Gewinnung neuer Mitarbeiter in den Vordergrund. Im Vergleich zu 2011 haben die letzten vier Gründe an Wichtigkeit gewonnen und werden insbesondere von größeren Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern angeführt.

Kleinunternehmen mit Nachholbedarf

Im Vergleich zu 2011 ist der Anteil der Unternehmen mit bAV-Angebot leicht von 85 auf 86 Prozent gestiegen. Nachholbedarf bei dem bAV-Angebot ist insbesondere bei den Kleinunternehmen besonders hoch:

Mehr als ein Drittel (36 Prozent) haben gar keine bAV-Angebote für ihre Mitarbeiter. Von den größeren Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern sind lediglich drei Prozent ohne Betriebsrente. Fehlendes Mitarbeiterinteresse und zu geringe Mitarbeiterzahl sind wie bei der Befragung im Jahr 2011 die Hauptgründe für den Verzicht auf ein bAV-Angebot seitens der Arbeitgeber. Erfreulicherweise bekunden sie Arbeitgeber aktives Interesse an einer Verbesserung der Situation - immerhin jedes sechste Unternehmen (17 Prozent) ohne aktuelles bAV-Angebot plant, die betriebliche Altersversorgung einzuführen.

Je größer das Unternehmen, desto größer das bAV-Interesse Auch diesmal gilt der Grundsatz: Je größer das Unternehmen, desto eher werden die befragten bAV-Verantwortlichen von den Mitarbeitern auf das Thema betriebliche Altersvorsorge angesprochen. In Unternehmen mit 101 bis 500 Mitarbeitern war dies bei fast zwei Drittel der bAV-Verantwortlichen der Fall. Das Potenzial wird deutlich höher eingeschätzt: Bis zu 48 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass mehr als jeder zweite Mitarbeiter Interesse an bAV-Angeboten hat.

Monetäre Anreize haben hohen Einfluss auf die Mitarbeiterbindung Auf die Mitarbeiterbindung haben nach Ansicht der Befragten weiterhin direkte monetäre Belohnungen wie Urlaubs-/ Weihnachtsgeld und Gehaltserhöhung den höchsten Einfluss. Dazu gehört auch der Arbeitgeberzuschuss für die bAV, der in vielen Fällen durch die Lohnnebenkostensparnis gegenfinanziert wird. Doch auch das reine bAV-Angebot hat einen Einfluss - anders als Kindergartenplätze oder Firmenhandys, die sich nach Meinung der Befragten kaum oder gar nicht auf die Loyalität der Mitarbeiter auswirken.

Auswirkungen der bAV auf die Unternehmen Seit mehr als zehn Jahren ist der Arbeitgeber verpflichtet, seinen Beschäftigten auf deren Wunsch hin ein Angebot zur betrieblichen Altersversorgung zu unterbreiten. Trotzdem ist mehr als jeder zweite Befragte nach wie vor der Meinung, dass Haftungsrisiken, die im Zusammenhang mit der bAV auf ein Unternehmen zukommen können, unterschätzt werden. Im Jahr 2009 trat das Bilanzrechtsmodernisierungsgesetz (BilMoG) in Kraft. Es verlangt von Kapitalgesellschaften mit Pensionsrückstellungen, dass diese künftig realistisch zu bewerten sind. Betroffen von dem Gesetz ist ein Drittel der befragten Kapitalgesellschaften. Unter den großen Unternehmen mit 101 bis 500 Mitarbeitern liegt der Anteil bei 42 Prozent. Zwar beklagen heute mehr betroffene Unternehmen negative Effekte auf Eigenkapitalquote oder Kreditwürdigkeit als kurz nach Einführung des Gesetzes, die überwiegende Mehrheit sieht jedoch keine großen Gefahren. Nur eine Minderheit der befragten bAV-Verantwortlichen aus diesen Unternehmen gibt an, dass in Folge des BilMoG Maßnahmen getroffen wurden: beispielsweise die Ausfinanzierung oder Auslagerung der Pensionszusage. Verbesserungen sehen 57 Prozent der befragten bAV-Verantwortlichen in der Unterstützung der Anbieter mit Hilfe von bAV-Portalen.

Zur Studie "Betriebliche Altersvorsorge - was Arbeitgeber bewegt"

Im Auftrag der Zurich Versicherung befragte das Marktforschungs- und Beratungsunternehmen YouGov in dem Zeitraum vom 15. Oktober bis zum 16. Dezember 2014 telefonisch über 550 bAV-Verantwortliche in deutschen Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern sowie zusätzlich 76 Geschäftsführer von Kapitalgesellschaften mit mehr als zehn Mitarbeitern.

Pressekontakt:

Bernd O. Engeli

- Unternehmenskommunikation -

Tel: +49 228 268-2725

Fax: +49 228 268-2809

E-Mail: bernd.engeli@zurich.com

Unternehmen:

Zurich Gruppe Deutschland

Poppelsdorfer Allee 25 - 33

53115 Bonn

Internet: www.zurich.de/presse

Über Zurich Gruppe Deutschland

Die Zurich Gruppe in Deutschland gehört zur weltweit tätigen Zurich Insurance Group. Mit Beitragseinnahmen (2014) von über 6,2 Milliarden EUR, Kapitalanlagen von mehr als 31 Milliarden EUR und rund 5.600 Mitarbeitern zählt Zurich zu den führenden Versicherungen im Schaden- und Lebensversicherungsgeschäft in Deutschland. Sie bietet innovative und erstklassige Lösungen zu Versicherungen, Vorsorge und Risikomanagement aus einer Hand. Individuelle Kundenorientierung und hohe Beratungsqualität stehen dabei an erster Stelle.

