

JEDER VIERTE MITTELSTÄNDLER WILL DIE MÖGLICHKEITEN DES BRSG UMSETZEN

Die Assekuranz baut den eigenen Marktanteil im Mittelstand aus, während der bAV-Markt noch auf den Eisbrecher bei Sozialpartnermodellen wartet.

Von Michael Reinelt und Dr. Guido Birkner

Ein Viertel der mittelständischen Betriebe will das eigene bAV-Portfolio mit den Möglichkeiten des Betriebsrentenstärkungsgesetzes (BRSG) ausbauen. Die Förderung für Geringverdiener und die Weitergabe der Sozialversicherungsbeiträge kommen dabei am besten an. Die Versicherungsgesellschaften verbessern ihre Spitzenposition als Partner des Mittelstands, Pensionskassen müssen einen deutlichen Rückgang verkraften.

Jedes vierte mittelständische Unternehmen will die Möglichkeiten der „neuen bAV-Welt“ aufgreifen und das eigene Vorsorgeangebot um Lösungen gemäß dem BRSG erweitern. Zugleich entscheidet sich ein weiteres Viertel der Unternehmen gegen einen Ausbau des bAV-Portfolios. Rund die Hälfte des Mittelstands ist noch unentschlossen. Zu diesen Ergebnissen kommt die Studie „Betriebliche Altersversorgung im Mittelstand 2018“, die die Generali Versicherungen und das F.A.Z.-Institut gemeinsam herausgeben. Die Untersuchung basiert auf einer Befragung der Marktforschungsgesellschaft forsa unter 200 Personalverantwortlichen mit der Zuständigkeit für die betriebliche Altersversorgung in deutschen mittelständischen Unternehmen mit 50 bis

500 Mitarbeitern. Die Generali Versicherungen und das F.A.Z.-Institut veröffentlichten die Studienreihe seit 2011.

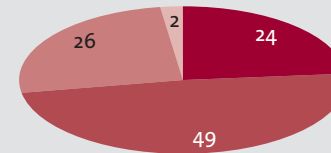
Mittelstand bewertet das BRSG überwiegend positiv

Die überwiegende Zahl der Unternehmen erwartet eine insgesamt positive Wirkung des BRSG für die bAV. Nur 8 Prozent äußern sich hierzu skeptisch. Als wichtigste Wirkung sehen die Personalentscheider, dass das neue Gesetz einen positiven Impuls für mehr Engagement der Beschäftigten bei der eigenen Altersvorsorge geben kann, auch wenn die Mitarbeiter die neuen Möglichkeiten bislang kaum wahrnehmen. 40 Prozent von ihnen erwarten, dass das Interesse der Beschäftigten an der bAV steigen wird. Im vergangenen Jahr waren es noch 64 Prozent. Immerhin 35 Prozent der Befragten

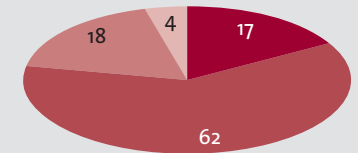
Jedes vierte KMU erweitert die eigene bAV mittels BRSG

(voraussichtliche Reaktion des eigenen Unternehmens auf das BRSG; in % aller befragten bAV-Verantwortlichen)

2017



2016

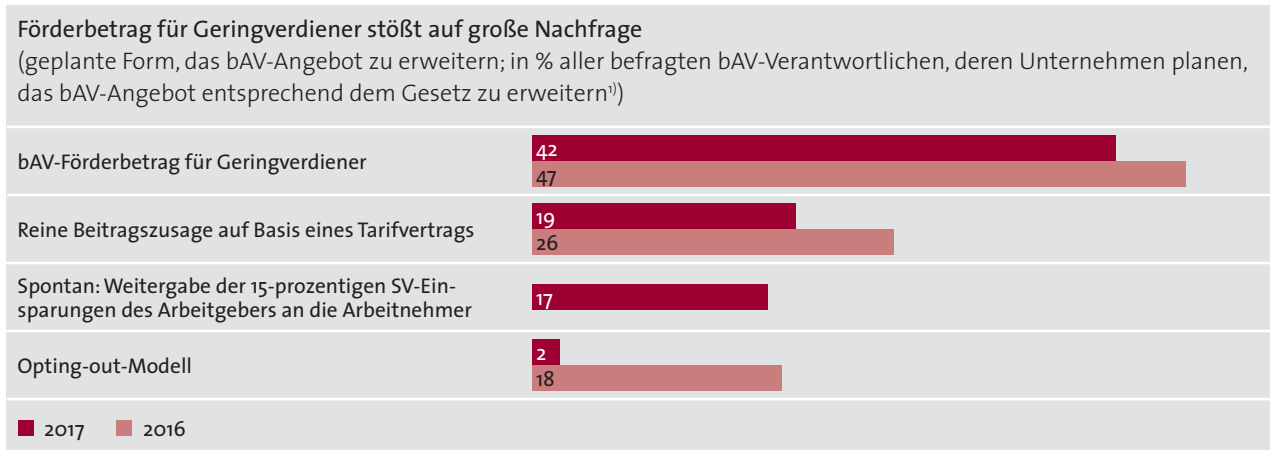


- Wir werden unser bAV-Angebot entsprechend dem Gesetz erweitern
- Wir wissen noch nicht, ob wir unser bAV-Angebot erweitern
- Wir werden unser bAV-Angebot nach dem Gesetz nicht ausbauen
- weiß nicht/keine Antwort

© Generali Versicherungen, F.A.Z.-Institut.

rechnen mit einem größeren Interesse der Arbeitnehmer mit geringen Einkommen an der bAV, nachdem der Gesetzgeber die Förderbeiträge für Geringverdiener angehoben hat.

Gleichzeitig heben die Befragten die positive Wirkung des Gesetzes für die Unternehmen hervor. 39 Prozent loben die Erleichterungen für Arbeitgeber bei den Haftungspflichten im Zusammenhang mit der ➤



¹⁾ Mehrfachnennungen möglich. © Generali Versicherungen, F.A.Z.-Institut.

bAV (2016: 44 Prozent). Fast ebenso viele Befragte heben die positive Wirkung des BRSG auf das Interesse der Arbeitgeber an einem eigenen bAV-Angebot hervor (35 Prozent; 2016: 41 Prozent). Ein gutes Drittel der Personalverantwortlichen rechnet damit, dass sich die Arbeitgeber in Zukunft stärker mit einem eigenen finanziellen Beitrag an der bAV beteiligen (34 Prozent; 2016: 44 Prozent). Auch erwarten 32 Prozent der Befragten, dass den Arbeitnehmern in Zukunft größere finanzielle Reserven für die Entgeltumwandlung zur Verfügung stehen – deutlich weniger als 2016 (43 Prozent).

Insbesondere unter den größeren Betrieben mit 250 bis 500 Mitarbeitern ist der Anteil der potenziellen BRSG-Anwender besonders groß. Dagegen sehen fast drei von zehn kleineren und mittleren Betrieben für sich keinen Anlass, die neuen Möglichkeiten der Altersvorsorge ihren Mitarbeitern zugänglich zu machen. Dabei sind gerade die kleineren Betriebe mit 50 bis unter 100

Mitarbeitern auf Informationen angewiesen, denn hier ist die Marktdurchdringung der bAV noch am geringsten.

Die Analyse der Befragungsergebnisse nach Branchengruppen zeigt in der Frage nach den Reaktionen der Betriebe auf das BRSG einen signifikanten Unterschied zwischen Industrie und Dienstleistungsgesellschaften. Während beide Branchengruppen fast gleich große Anteile bei den Befürwortern des neuen Gesetzes aufweisen (Industrie: 25 Prozent; Dienstleistungen: 23 Prozent), weichen sie bei den Vergleichswerten zu den Unternehmen, die aus dem BRSG keinen Handlungsbedarf für sich ableiten, voneinander ab. So wollen 32 Prozent der Industrieunternehmen sowie 19 Prozent der Dienstleistungsgesellschaften ihr bAV-Angebot nicht erweitern. Zugleich sind 55 Prozent der Dienstleister und 42 Prozent der Industrie noch unentschieden. Damit bestätigt sich das Ergebnis von 2016, dass sich mehr

Industrieunternehmen als Dienstleister schon früh festlegen, ob und wie sie auf das neue Gesetz reagieren wollen.

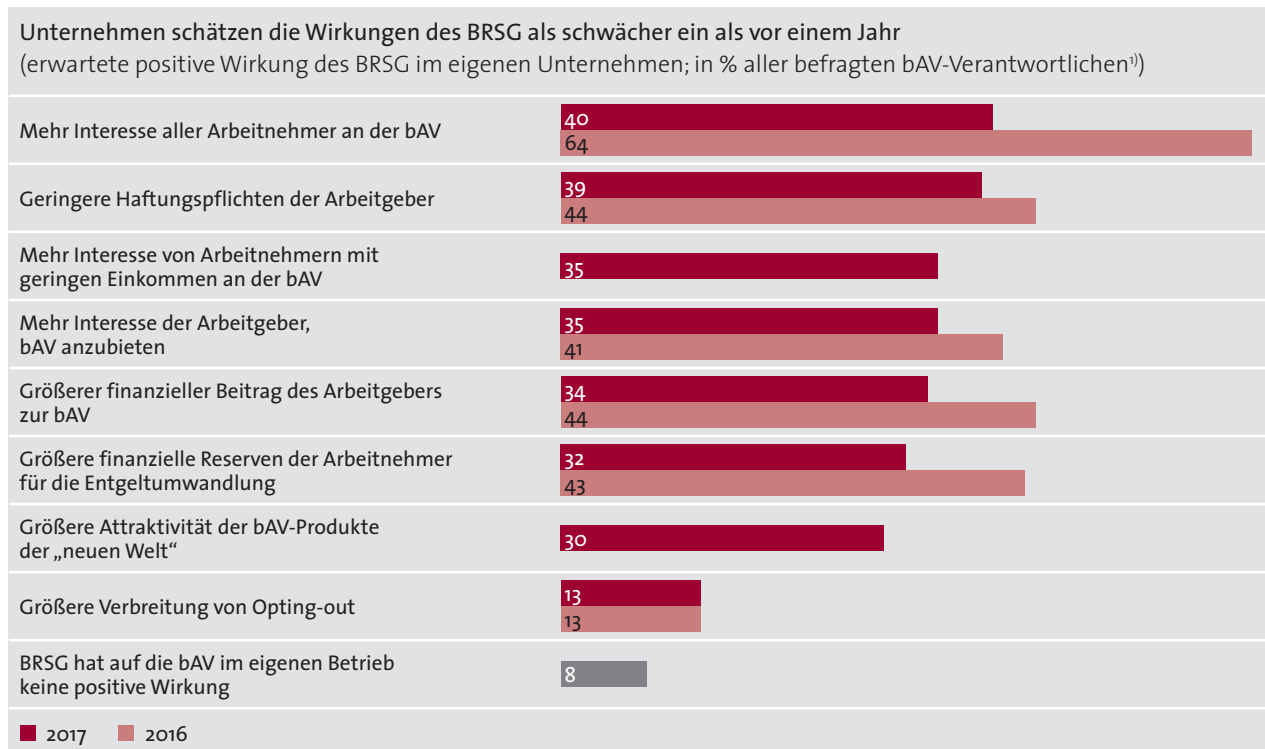
Jedes zweite Unternehmen will Geringverdiener fördern

Fast die Hälfte der mittelständischen Unternehmen, die das BRSG nutzen wollen, planen, die Fördermöglichkeiten für Geringverdiener weiterzugeben. Jeder fünfte Betrieb fühlt sich derzeit von der reinen Beitragszusage im Rahmen eines Sozialpartnermodells angesprochen. Für ein Opting-out, eine seit langem geforderte Maßnahme zwecks einer stärkeren Marktdurchdringung, haben die Personalentscheider aktuell wenig übrig. Sprach sich vor einem Jahr noch knapp ein Fünftel der Befragten dafür aus (18 Prozent), sind es aktuell nur noch 2 Prozent. Hingegen äußert sich ein Teil der Befragten spontan positiv über eine Weitergabe der 15-prozentigen Einsparungen der Arbeitgeber bei den Sozialversicherungsbeiträgen.

Nur 30 Prozent der Personalentscheider erachten die bAV-Produkte der „neuen Welt“ für besonders attraktiv. Positiv sehen die Arbeitgeber hingegen die eigene Entlohnung im Rahmen eines Sozialpartnermodells. Auch rechnet gut jeder dritte Entscheider damit, dass die Arbeitgeber in Zukunft in der bAV aktiver sein und sich stärker finanziell daran beteiligen werden.

Kommunikation bleibt eine Kernaufgabe in der bAV

Wie viel bekommen die Beschäftigten im Mittelstand vom neuen Betriebsrentenstärkungsgesetz mit? Sprechen sie ihre Kollegen in den Personalabteilungen ➤



¹⁾ Mehrfachnennungen möglich. Quelle: Generali Versicherungen, F.A.Z.-Institut.

schon auf die „neue bAV-Welt“ an? Das Ergebnis ist ernüchternd. Nur 8 Prozent der befragten Personalentscheider verweisen bei der Frage nach relevanten bAV-Themen im eigenen Betrieb auf das BRSG. Somit hat die überwiegende Mehrheit der Menschen, denen das neue Gesetz zugutekommen soll, davon noch nichts gehört, oder es interessiert sie nicht.

Generell lässt sich aber kein fehlendes Interesse der Beschäftigten an Gesprächen und Informationen über die betriebliche Altersversorgung feststellen. Nach wie

vor vermeiden die Unternehmen eine hohe Nachfrage nach Auskünften zur bAV. Lediglich 5 Prozent der befragten Personalverantwortlichen mit bAV-Zuständigkeit geben an, dass sie kaum von Mitarbeitern auf die bAV angesprochen werden bzw. dass Nachfragen zum Betriebsrentenangebot an sie gerichtet werden.

Das Hauptinteresse der Mitarbeiter zielt zuerst auf das allgemeine Angebot des Unternehmens an bAV-Modellen (62 Prozent) und auf den finanziellen Beitrag der Arbeitgeber zur bAV (60 Prozent) ab. Damit liegen

die Nennungen für diese beiden Antwort-Items knapp unter den Vergleichswerten des Vorjahres. An dritter Stelle folgt der Wunsch nach einer individuellen Beratung. Mit 46 Prozent liegt der Wert für dieses Antwort-Item zwar deutlich unter dem des Vorjahres (56 Prozent), er entspricht aber dem Vergleichswert von 2015 (47 Prozent).

Die Versicherungsbranche kann ihre Marktführerschaft als Dienstleister für die betriebliche Altersversorgung im Mittelstand ausbauen. Damit ist die Assekuranz die einzige Anbietergruppe, die die eigene Position im Mittelstand im Vergleich zum Vorjahr deutlich verbessert hat. Zugleich verlieren Pensionskassen weiter an Boden. ◀



Michael Reinelt,
Abteilungsleiter,
Generali Lebensversicherung

pressestelle@generali.de
www.generali.de



Dr. Guido Birkner,
verantwortlicher Redakteur Human Resources
FRANKFURT BUSINESS MEDIA – Der F.A.Z.-Fachverlag

guido.birkner@frankfurt-bm.com
www.compbenmagazin.de