

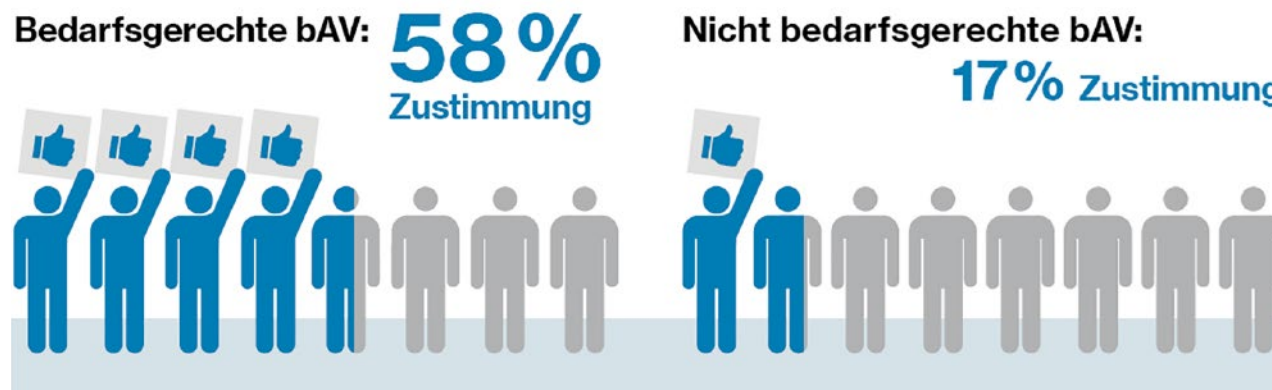
BAV: GUT GESTALTET BRINGT SIE DEN GRÖSSTEN NUTZEN

Personalpolitische Effekte bei bedarfsgerechter Gestaltung sprunghaft höher

Von Dr. Heinke Conrads und Wilhelm-Friedrich Puschinski

Eine bedarfsgerechte bAV stärkt die Mitarbeiterbindung

„Meine bAV ist ein wichtiger Grund für meine Entscheidung, bei diesem Arbeitgeber zu bleiben.“



Quelle: Willis Towers Watson Global Benefits Attitudes Survey 2017/18

Für 72 Prozent der Deutschen ist die Alterssicherung in den vergangenen Jahren wichtiger geworden. Allerdings schafft es ohne bAV nur rund ein Drittel der Befragten, die geplanten Sparziele zu erreichen. Dabei profitieren von einer bedarfsgerechten bAV sowohl Mitarbeiter als auch Unternehmen. Das sind die zentralen Ergebnisse der Studie „Global Benefits Attitude“, für die Willis Towers Watson mehr als 2.000 Arbeitnehmer in Deutschland zu ihrer Sicht auf die bAV befragt hat.

Betriebliche Altersversorgung lohnt sich für Unternehmen ...

Was erwarten die Deutschen von der betrieblichen Altersversorgung? Sicherheit, also eine risikofreie Anlage der bAV-Sparbeiträge, stellt mit Abstand die wichtigste Anforderung dar: 78 Prozent legen darauf den größten Wert. Auf Platz zwei: Flexibilität. 69 Prozent möchten ihre bAV bei einem Arbeitgeberwechsel fortführen. Fast genauso viele (68 Prozent) möchten bei Eintritt in die Rente flexibel zwischen einer lebenslangen

Rente und einer sofortigen Kapitalauszahlung wählen können. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) bevorzugt eine garantierte lebenslange Rente. Und schließlich 48 Prozent wünschen sich eine höhere Absicherung für den Invaliditäts- oder Todesfall.

Die Möglichkeit, eine höhere Auszahlung bei Berufsunfähigkeit oder Todesfall zu erhalten, spielte bisher eher eine untergeordnete Rolle. Aber nun gewinnt das Thema Risikoleistungen in der Wahrnehmung der Mitarbeiter an Bedeutung. Bei den Arbeitnehmern steigt etwa das Bewusstsein dafür, dass psychische Erkrankungen ebenfalls zu Berufsunfähigkeit führen können. Immer mehr Unternehmen erkennen diesen Bedarf nach zusätzlicher Absicherung und passen die Altersvorsorgepläne entsprechend an.

Der Wunsch nach Sicherheit steht im Gegensatz zur reinen Beitragszusage, die jetzt im Rahmen des Betriebsrentenstärkungsgesetzes möglich ist. Die Studie legt nahe, dass viele Arbeitnehmer diesem Konzept skeptisch gegenüberstehen könnten. Möchten Unternehmen ihre Mitarbeiter davon überzeugen, so sollte der Pensionsplan intelligent gestaltet und mit Fingerspitzengefühl kommuniziert werden.



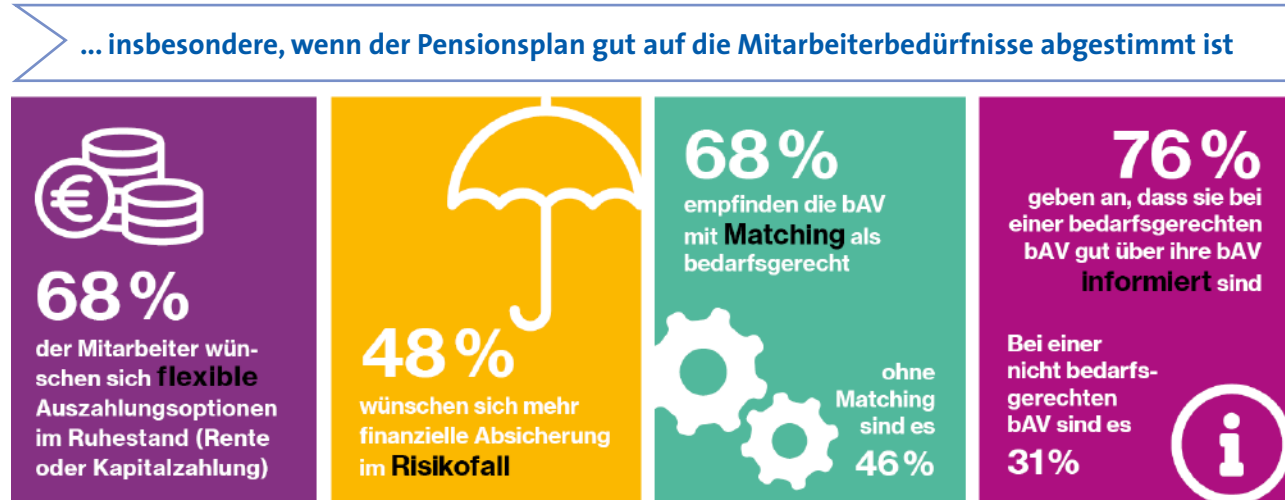
Bedarfsgerechte bAV hält Mitarbeiter im Unternehmen

Für drei Viertel (74 Prozent) der Mitarbeiter ist es wichtig, dass ihr Arbeitgeber sie bei der bAV aktiv unterstützt. Auch bei der Erläuterung der bAV sehen Mitarbeiter die Arbeitgeber in der Pflicht: 46 Prozent wünschen sich eine individuelle und persönliche Beratung zu ihrer bAV.

Wenn die betriebliche Vorsorge die Bedürfnisse der Mitarbeiter erfüllt, profitieren auch Unternehmen davon: Für 58 Prozent der Arbeitnehmer mit einer bedarfsgerechten bAV ist dies ein entscheidender Grund, um bei ihrem Arbeitgeber zu bleiben (bei nicht bedarfsgerechter bAV nur 17 Prozent). Etwa 77 Prozent der Arbeitnehmer mit bedarfsgerechter bAV würden ihren Arbeitgeber weiterempfehlen – bei irgendeiner bAV lediglich 51 Prozent. Und 72 Prozent der Befragten mit einer bedarfsgerechten bAV geben an, dass sie gerne bis zur Pensionierung bei ihrem derzeitigen Arbeitgeber bleiben würden (bei nichtbedarfsgerechter Lösung nur 48 Prozent). Dabei ist spannend, dass die Befragten unabhängig vom Alter bis zur Rente bleiben wollen, auch die jüngeren Mitarbeiter. Das verdeutlicht, welch hohen Stellenwert die bAV in der Mitarbeitergewinnung und -bindung hat.

Vorsorgemodell mit Potenzial

Grundsätzlich möchte fast jeder zweite Befragte mehr sparen: 49 Prozent wären bereit, eine höhere Summe aus ihrem monatlichen Gehalt in Alterssicherung zu investieren. Doch ohne bAV erreichen nur 29 Prozent ihre Sparziele, mit bAV hingegen 45 Prozent. Die Studie zeigt also, dass die bAV ein gutes Mittel zur Alterssiche-



Quelle: Willis Towers Watson Global Benefits Attitudes Survey 2017/18

rung ist: Arbeitnehmer haben Vertrauen in das Modell, und sie sind auch bereit, selbst etwas dafür zu tun.

Für Unternehmen lohnt es sich, auf den Wunsch der Arbeitnehmer nach einer betrieblichen Risiko- und Altersabsicherung einzugehen – und nicht nur irgendeine, sondern eine wirklich gute bAV anzubieten. Ist die bAV bedarfsgerecht gestaltet, zeigt sie auch wesentlich stärkere personalpolitische Effekte: Mit einer bedarfsgerechten bAV setzen sich Mitarbeiter eher für den Erfolg des Unternehmens ein, sind stolz auf ihre Firma, empfehlen sie als guten Arbeitgeber weiter und sehen ihre bAV als wichtigen Grund, um bei ihrem Arbeitgeber zu bleiben.

Wichtiger Erfolgsfaktor: Clever gestaltetes bAV-Modell

Doch nicht jede bAV-Regelung kommt bei den Mitarbeitern gleich gut an. Um herauszufinden, welche bAV in

dem jeweiligen Unternehmen als bedarfsgerecht wahrgenommen wird, muss man sowohl die Unternehmenskultur als auch die Bedürfnisse der einzelnen Zielgruppen innerhalb des Unternehmens verstehen und diese durch intelligente Plangestaltung entsprechend in der bAV-Regelung verankern.

Hierfür bedarf es nicht immer gleich eines neuen bAV-Systems. Zum Teil lassen sich auch bereits bestehende Pensionszusagen modifizieren und erweitern. Daher lohnt sich auch bei bereits bestehenden bAV-Plänen die Prüfung, ob sie den Wünschen und Bedürfnissen der Mitarbeiter entsprechen. Hierfür stehen dem Arbeitgeber viele Möglichkeiten zur Verfügung – von einer direkten Mitarbeiterbefragung bis hin zu einer umfangreichen bAV-Markt- und Wettbewerbsstudie.

Keinesfalls zu vernachlässigen ist bei einer bAV-Regelung die Kommunikation. Der Mitarbeiter ➤

muss seine bAV verstehen und sich ihrer Vorteile bewusst sein. Nur dann kann er ihre Bedarfsgerechtigkeit angemessen beurteilen und sie wertschätzen. Durch die Animation zur aktiven Auseinandersetzung mit der Altersvorsorge stärkt der Arbeitgeber darüber hinaus die Sparmotivation der Mitarbeiter – sowohl in Form von Entgeltumwandlung als auch privat.

Kurz gesagt: Durch ein bedarfsgerechtes bAV-Angebot, verbunden mit einer zielgruppengerechten Kommunikation, wird ein Unternehmen nicht nur der sozialen Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeitern gerecht, sondern ist auf dem besten Weg, als guter Arbeitgeber geschätzt zu werden – von Mitarbeitern, die gerne in das Unternehmen eintreten, langfristig bleiben wollen und bereit sind, motiviert und engagiert ihrer Arbeit nachzugehen. Wird die bAV im – wohl verstandenen – Eigeninteresse des Unternehmens intelligent gestaltet, steigt ihr Nutzen für beide Seiten. ◀



Dr. Heike Conrads,
Leiterin Retirement Deutschland und Österreich,
Willis Towers Watson

heike.conrads@willistowerswatson.com
www.willistowerswatson.com



Wilhelm-Friedrich Puschinski,
Leiter General Consulting bAV,
Willis Towers Watson

wilhelm-friedrich.puschinski@willistowerswatson.com
www.willistowerswatson.com

VERGÜTUNGSSTRATEGIE

DAS PRAXISFORUM FÜR VERGÜTUNG,
bAV UND BENEFITS

Save
the
Date

3. Praxisforum Vergütungsstrategie

11. April 2019
Marriott Hotel
Frankfurt am Main

Unser Thema 2019: Total Rewards

- └ Wie legen Unternehmen Total Rewards als Teil der HR-Strategie an?
- └ Welche Bausteine umfasst Total Rewards neben Entgelt und Benefits?
- └ Wie verankert HR die Total-Rewards-Strategie innerhalb der Organisation?
- └ Wie wirkt Total Rewards auf die Mitarbeiterbindung?

– geschlossene Veranstaltung für Entscheider aus den Bereichen Vergütung, HR und bAV –

www.praxisforum-verguetung.de