

Newsletter zur betrieblichen Altersvorsorge vom 16.09.2024

Aktueller Trend in der bAV

Die betriebliche Altersvorsorge (bAV) erlebt eine Phase der digitalen Transformation. Von individuellen Einzellösungen für größere Versorgungssysteme geht der Trend hin zu marktweiten Konzepten von Drittanbietern, die vielen offen stehen. Die Gründe dafür sind naheliegend: Demografische Effekte führen zum Mangel an Experten auf allen Seiten, sei es, um bestehende Systeme auf dem neuesten Stand zu halten oder zu bringen, die immer komplexer werdende Administration zu bewerkstelligen oder auch die notwendige Beratung von Beschäftigten sicherzustellen.

Gesamtkostenbetrachtungen für die bAV rücken stärker in den Fokus. Bei steigender Komplexität und kürzeren Innovationszyklen wird es für Unternehmen immer wichtiger, flexibel zu reagieren und mit ihrer bAV „auf Ballhöhe zu bleiben“ und um die Ziele nicht aus dem Auge zu verlieren. Gleichzeitig soll die Attraktivität für die Beschäftigten und Job-Interessierten leicht erkennbar sein. Die Anpassung der bAV an diese Herausforderungen erfordert innovative Lösungen und damit verbunden häufig eine regelmäßige strategische Bewertung der bAV. Dies führt in unserer Wahrnehmung zum zweiten großen Trend der letzten Jahre: Versicherungslösungen mit einem All-inclusive-Ansatz.

Insbesondere Risikoabwägungen der Arbeitgeber und die Erkenntnis vieler Beschäftigten, dass sie finanzielle Rücklagen fürs Alter bilden müssen, zusammen mit dem Wunsch nach unkomplizierten und verwaltungsärmeren Lösungen, stützen in den letzten Jahren diesen starken Trend hin zu versicherungsförmigen Modellen. Selbst das niedrige Zinsniveau und die daraus resultierende Absenkung der Garantieleistungen bei Lebensversicherungsprodukten konnte den Trend nicht stoppen. Im Gegenteil: Es beflügelte stattdessen die Lebensversicherer zur Entwicklung kapitalmarktorientierter Produkte, die nun besser von den Chancen am Kapitalmarkt profitieren können. Diese Entwicklung wird auch durch die Anhebung des Höchstrechnungszinses auf 1 % ab 1. Januar 2025 nicht gestoppt werden. Nach unserer Einschätzung wird es im Kernfeld der betrieblichen Altersvorsorge keine gravierende Veränderung in den Produktgestaltungen geben. Auch wenn für die nun seit einigen Jahren etablierten Tarife (bspw. mit dem quasi Marktstandard 80 % Beitragsgarantie) rechnerisch wieder ein höheres Garantieniveau darstellbar wäre, erscheint dies wirtschaftlich für die Unternehmen und Versicherten nicht sinnvoll. Warum für geringe zusätzliche Garantien Geld bezahlen, wenn darunter die Renditechance in der Kapitalanlage deutlich leidet? Es bleibt abzuwarten, in welchen Bereichen tatsächlich Nachfrage auf Unternehmensseite nach einem höheren Garantiezins entstehen wird. Für die Lebensversicherer entsteht jedenfalls ein Dilemma durch eine noch größere Vielfalt an Tarifen.

Der dritte Trend ist das Thema Matching, also die kombinierte Beteiligung von Arbeitgebern und Beschäftigten am Aufbau der bAV. Wie aktuelle Studien zeigen, erwarten vor allem junge Beschäftigte eine Beteiligung des Arbeitgebers. Eine mit Arbeitgeberbeteiligung finanzierte bAV erweist sich als eine wertvolle Leistung für die Beschäftigten. Mit diesem Engagement ermöglicht das Unternehmen den Beschäftigten eine bessere finanzielle Sicherheit für den Ruhestand und schafft damit auch mehr Bindung und Attraktivität als Arbeitgeber. Dabei, so die Studien, ist es den meisten Beschäftigten durchaus Recht, wenn Sie automatisch daran teilnehmen, auch wenn ein Teil der Finanzierung mit eigenen Beiträgen erfolgt (Opting-Out Modelle).

Ein noch zarter Trend, aber doch mit stark steigender Aufmerksamkeit versehen, ist die richtige Kommunikation der bAV. Der dauerhaften Kommunikation von Mehrwerten und Möglichkeiten der angebotenen bAV-Lösungen wurde insbesondere nach der Einführung oftmals wenig Aufmerksamkeit geschenkt. Ein entscheidender Erfolgsfaktor für Unternehmen, die ihre Leistung gewürdigt sehen wollen, ist eine klare Informationskultur und eine gut strukturierte dauerhaft angelegte interne Kommunikation: „Tue Gutes und sprich darüber“. Hierbei wird schnell erkennbar, dass bAV mit ihrer direkten Ansprache, den papierlosen Prozessen und der 24/7-Verfügbarkeit viele Möglichkeiten eröffnet: Mehrere Kanäle, wie Intranet, App oder E-Mail ersetzen das Papier und ermöglichen Informationen in persönlicher Form in Echtzeit. Die Erwartung der Beschäftigten, dies nicht nur beschränkt auf jüngere Generationen (!), ist verknüpft mit dem Image des Unternehmens. Auch hier: Ist man auf Ballhöhe? Ist der Umgang mit Informationen, wie aus dem privaten Umfeld bekannt, auch hier zeitgemäß?

Wie gewinnt man derzeit als Unternehmen auf dem Personalmarkt mit dem Benefit bAV? Die Strategie sollte in Richtung einfacher und leicht verständlicher Versorgungspläne ausgerichtet sein, die viel besser angenommen werden als vermeintlich ausgeklügelte, jedoch komplexe und undurchschaubar konstruierte Produkte. Finessen von Anlagestrategien und Wahlmöglichkeiten beispielsweise mögen im privaten Umfeld für einige durchaus spannend sein, gehören allerdings aus unserer Sicht und der Sicht der überwiegenden Mehrheit der Beteiligten doch eher in den Bereich der ungeliebten Entscheidungen und werden nicht genutzt oder nur zögerlich angenommen. Sind die Vorteile eines Konzepts verständlich und leicht erkennbar, erhöht dies das Vertrauen und die Bereitschaft zur Vorsorge. Ein Eingriff und aktives Steuern der Beschäftigten in der Anwartschaftsphase werden somit komplett entbehrlich.

Nun macht es uns der Gesetzgeber nicht immer leicht, den einfachsten Weg zu gehen. Steuerliche Höchstgrenzen oder Restriktionen bei der Portabilität sind exemplarisch genannt, weil dann doch der ganz einfache Weg verlassen werden muss. Umso wichtiger ist es dabei, alle Aspekte zu berücksichtigen, abzuwägen und unternehmensindividuell zu gewichten. Beispielhaft sind hier die versicherungsförmigen Wege genannt. Für Unternehmen lassen sich mit dem Beitrag und überschaubarem eigenen Aufwand für die Verwaltung ein attraktives Gesamtpaket schnüren.

Für weitere Fragen stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen
Jürgen Abstreiter

WIRTSCHAFTSBERATUNG
Jürgen Abstreiter
Mittlerer Weg 5a
86919 Utting a. Ammersee

Tel: +49 (0)8806 9574913
Fax: +49 (0)8806 95749176
Mobil: +49 (0)171 4235081

Email: j.abstreiter@wbja.de
Internet: www.wbja.de