



bAV-KOMPASS MITTELSTAND
STUDIENERGEBNISSE KURZFASSUNG
PROF. DR. FRED WAGNER
INSTITUT FÜR VERSICHERUNGSWISSENSCHAFTEN
AN DER UNIVERSITÄT LEIPZIG
11. MAI 2015

INHALT

1	Hintergrund und Zielsetzung	3
2	Forschungsdesign	5
3	Studienergebnisse	
3.1	Allgemeine Unternehmensangaben	7
3.2	Status quo der bAV	11
3.3	Hemmnisse in Verbindung mit der bAV	20
3.4	Opting-out in der bAV	24
4	Resümee	36

1 HINTERGRUND UND ZIELSETZUNG

- demographische Entwicklungen stellen eine schwere Belastungsprobe für das umlagefinanzierte System der gesetzlichen Rentenversicherung dar
- Ergänzung der gesetzlichen Rente durch eine eigenverantwortliche private bzw. betriebliche Altersvorsorge (bAV) ist unabdingbar
- Ausdehnung der bAV speziell in kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) bietet große Potenziale, bestehende Versorgungslücken in der Bevölkerung zu schließen, zumindest aber merklich zu reduzieren



Ziele der Studie:

- Ermittlung von Einschätzungen und Erwartungen leitender Repräsentanten von KMU zu den Herausforderungen und Perspektiven der bAV
- Identifizierung von Hemmnissen, die im Zusammenhang mit der bAV gesehen werden
- Ermittlung von Einschätzungen der Unternehmensvertreter zum Opting-out-Modell, insbesondere dahingehend, inwiefern in diesem Modell zur automatischen Entgeltumwandlung mit Widerrufsrecht eine Möglichkeit gesehen wird, den Durchdringungsgrad der bAV im Mittelstand zu erhöhen

INHALT

1	Hintergrund und Zielsetzung	3
2	Forschungsdesign	5
3	Studienergebnisse	
3.1	Allgemeine Unternehmensangaben	7
3.2	Status quo der bAV	11
3.3	Hemmnisse in Verbindung mit der bAV	20
3.4	Opting-out in der bAV	24
4	Resümee	36

2 FORSCHUNGSDESIGN

I Interviews

- Durchführung von 48 Interviews mit Entscheidungsträgern und leitenden Repräsentanten kleiner und mittelständischer Unternehmen
 - 39 Interviews wurden als Vor-Ort-Interviews durchgeführt
 - neun Befragungen fanden als Telefoninterviews statt
- Dauer der Interviews: 90 min

II Zeitraum der Befragung

- Die Befragung der Entscheidungsträger und leitenden Repräsentanten der Unternehmen fand von Juli 2014 bis März 2015 statt.

III Hinweise

- $n \triangleq$ Anzahl der Befragten, die auf die jeweilige Frage geantwortet haben
- Aufgrund von Rundungsdifferenzen lassen sich die Prozentangaben nicht immer auf exakt 100% summieren.
- Ermittlung von Indexwerten zur Einordnung der Zustimmung/Ablehnung bestimmter Aussagen bzw. Bedeutung bestimmter Kriterien¹

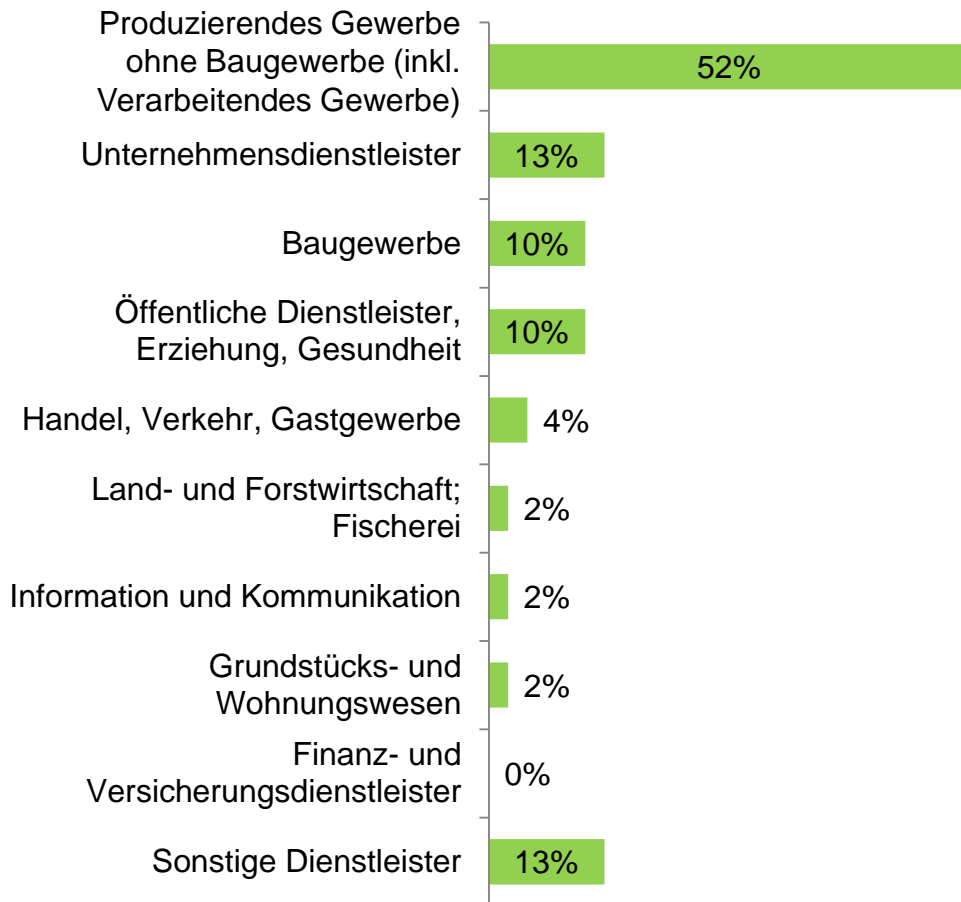
¹ Berechnungsbeispiel Indexwert für 5 Merkmalsausprägungen/Antwortmöglichkeiten: (rel. Häufigkeit „trifft voll und ganz zu“ * 5 + rel. Häufigkeit „trifft eher zu“ * 4 + rel. Häufigkeit „teils teils“ * 3 + rel. Häufigkeit „trifft eher nicht zu“ * 2 + rel. Häufigkeit „trifft überhaupt nicht zu“ * 1) * 25-25

INHALT

1	Hintergrund und Zielsetzung	3
2	Forschungsdesign	5
3	Studienergebnisse	
3.1	Allgemeine Unternehmensangaben	7
3.2	Status quo der bAV	11
3.3	Hemmnisse in Verbindung mit der bAV	20
3.4	Opting-out in der bAV	24
4	Resümee	36

3.1 ALLGEMEINE UNTERNEHMENSANGABEN

In welchem Wirtschaftsbereich ist Ihr Unternehmen tätig?¹



Sonstige Dienstleister:

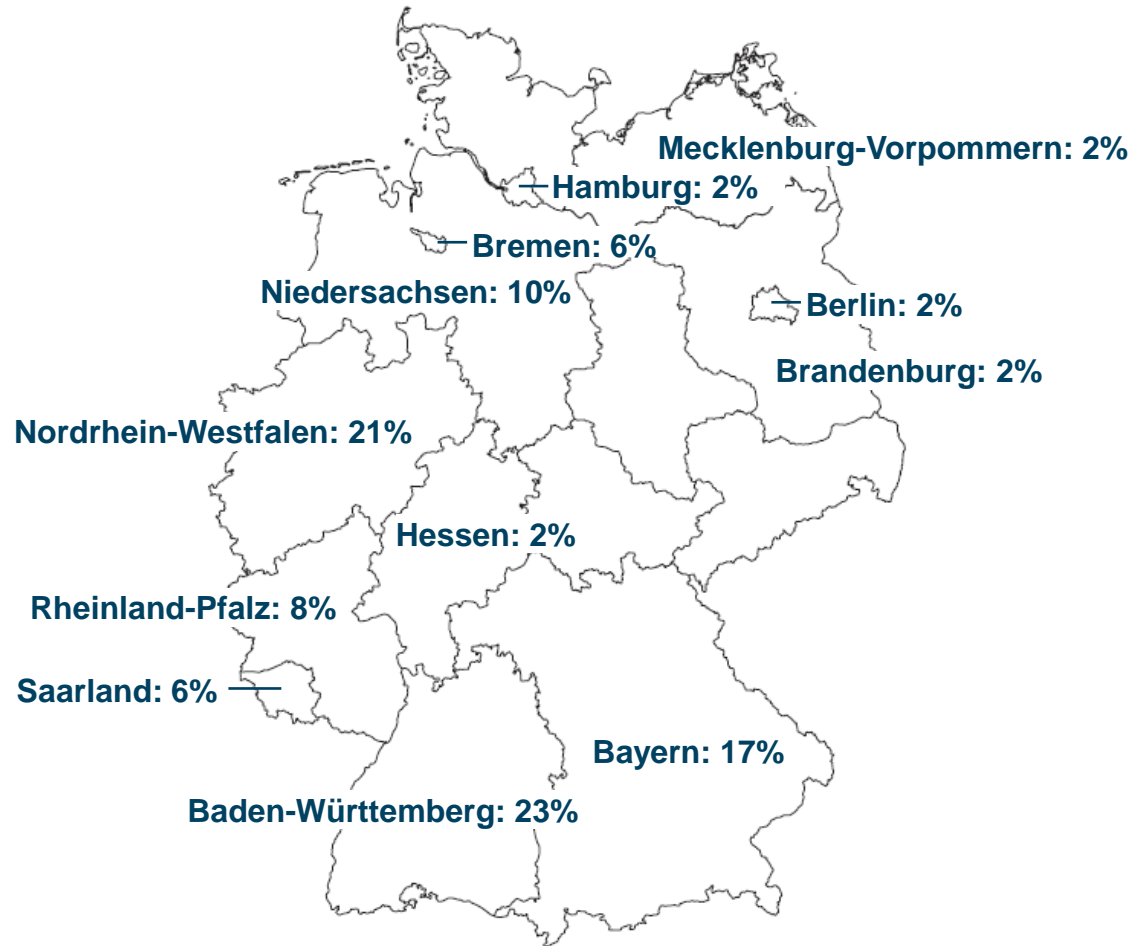
- Bestattungsgewerbe
- Buchführung und Steuern
- Consulting (Chemie)
- Dienstleister im Bereich der Wirtschaftsförderung
- Recycling („Schrotthandel“, aber kein Handel im eigentlichen Sinn; kein klassisches produzierendes Gewerbe; Versorger/Entsorger)
- Strom und Fernwärme

n=48

¹ Mehrfachnennungen möglich

3.1 ALLGEMEINE UNTERNEHMENSANGABEN

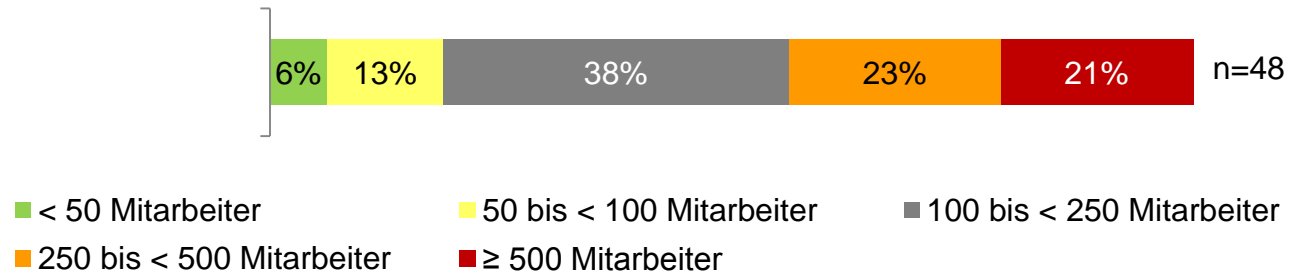
In welchem Bundesland liegt der (Haupt-)Sitz Ihres Unternehmens?¹



¹ Ein Unternehmen gibt zwei Bundesländer an, in denen sich der (Haupt-)Sitz des Unternehmens befindet. Daher ergibt die Summe der Prozentangaben mehr als 100%. |
Bildquelle: Pietruska Verlag & Geo-Datenbanken GmbH (Hrsg.): Kontur-Deutschlandkarte, URL: <http://geodressing.de/freie-karten/kontur-deutschlandkarte> (Abruf: 06.03.2015).

3.1 ALLGEMEINE UNTERNEHMENSANGABEN

Welcher Größenklasse ist Ihr Unternehmen zuzuordnen?

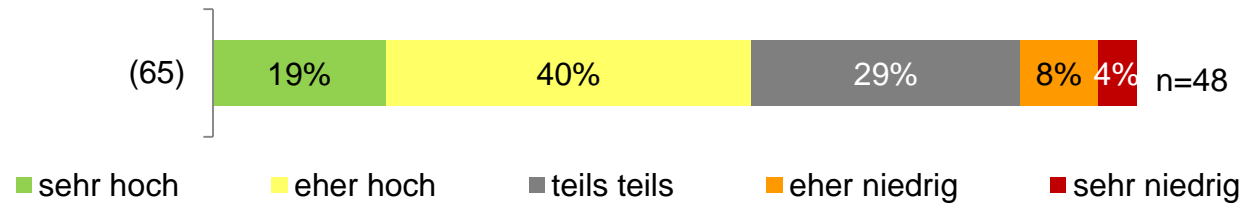


INHALT

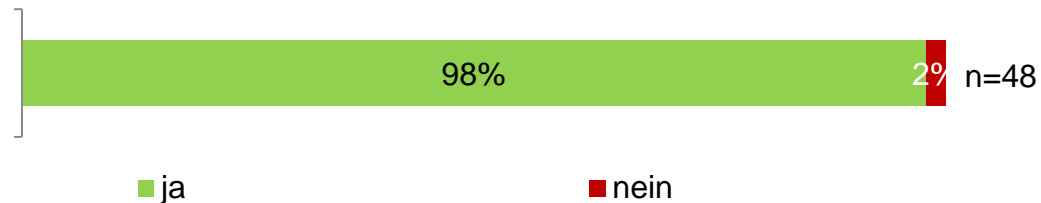
1	Hintergrund und Zielsetzung	3
2	Forschungsdesign	5
3	Studienergebnisse	
3.1	Allgemeine Unternehmensangaben	7
3.2	Status quo der bAV	11
3.3	Hemmnisse in Verbindung mit der bAV	20
3.4	Opting-out in der bAV	24
4	Resümee	36

3.2 STATUS QUO DER bAV: HOHER STELLENWERT IM MITTELSTAND

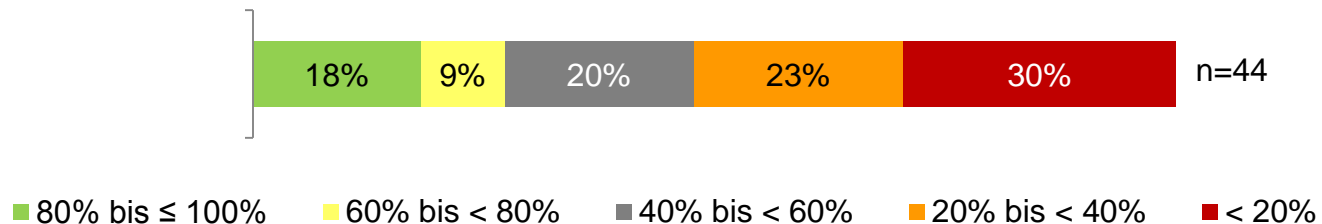
Bitte beurteilen Sie den Stellenwert einer bAV für Ihr Unternehmen.



Wird in Ihrem Unternehmen die bAV genutzt?



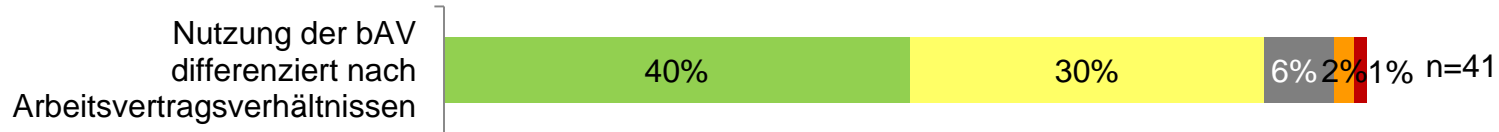
Bitte geben Sie an, wie viel Prozent Ihrer Arbeitnehmer insgesamt die bAV nutzen.



- **bAV ist wichtig und wird in fast allen befragten Unternehmen genutzt; Absicherungsdichte bietet jedoch noch große Potenziale**

3.2 STATUS QUO DER bAV: INSGESAM GROßER NACHHOLBEDARF

Wie viel Prozent der Arbeitnehmer in folgenden Arbeitsvertragsverhältnissen nutzen die bAV?¹



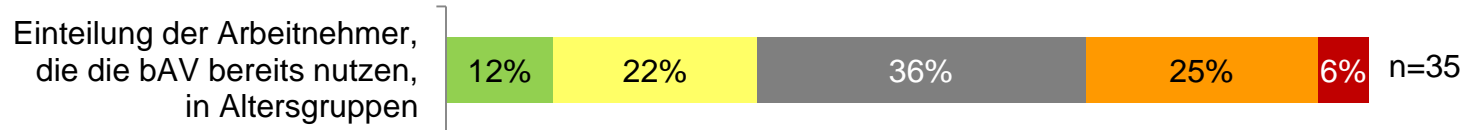
- AN in Normalarbeitsverhältnissen
- AN in Teilzeitarbeitsverhältnissen
- AN in befristeten Arbeitsverhältnissen
- AN in Midi-Jobs
- AN in geringfügigen Beschäftigungsverhältnissen

➤ über alle Formen von Arbeitsvertragsverhältnissen hinweg bestehen noch große Absicherungspotenziale

¹ Angabe in % aller Arbeitnehmer in den jeweiligen Arbeitsvertragsverhältnissen (ohne Zeitarbeitsverhältnisse) über alle befragten Unternehmen hinweg

3.2 STATUS QUO DER bAV: NOCH GROßES POTENZIAL BEI JÜNGEREN

Bitte geben Sie an, wie sich die Arbeitnehmer Ihres Unternehmens, die die bAV bereits nutzen, in folgende Altersgruppen einteilen.¹



■ unter 30-Jährige;
MIN: 0%; MAX: 55%

■ 30- bis unter 40-Jährige;
MIN: 0%; MAX: 81,05%

■ 40- bis unter 50-Jährige;
MIN: 0%; MAX: 100%

■ 50- bis unter 60-Jährige;
MIN: 0%; MAX: 75%

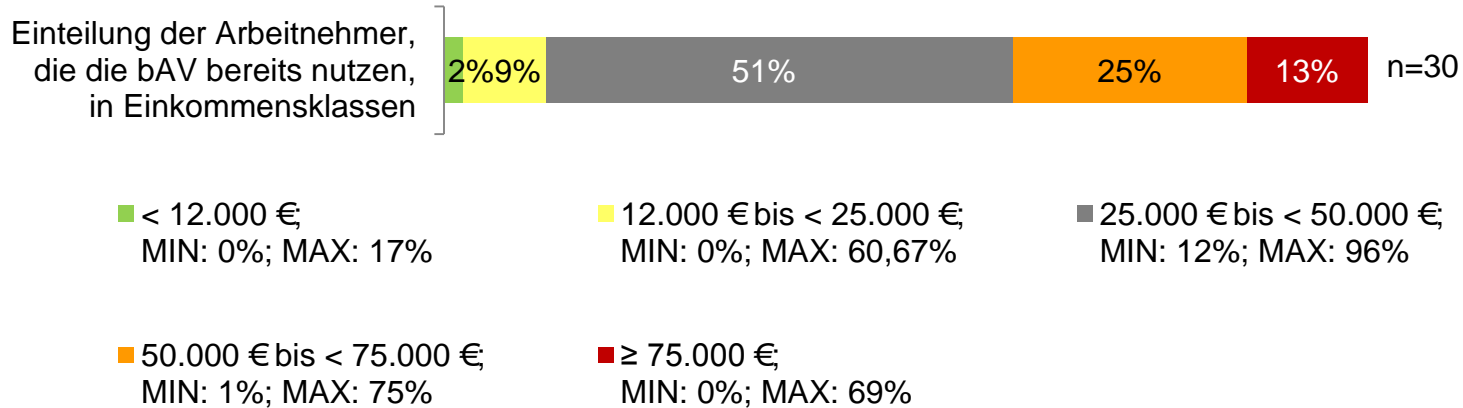
■ 60-Jährige und Ältere;
MIN: 0%; MAX: 25%

- **auch jüngere Altersgruppen stellen wichtige potenzialträchtige Zielgruppen für den Abschluss einer bAV dar**

¹ Angabe in % der Arbeitnehmer, die die bAV nutzen | Angabe in Mittelwerten

3.2 STATUS QUO DER bAV: DEFIZITE BEI GERINGEN EINKOMMEN

Bitte geben Sie an, wie sich die Arbeitnehmer Ihres Unternehmens, die die bAV bereits nutzen, in folgende Einkommensklassen (Bruttojahreseinkommen) einteilen.¹

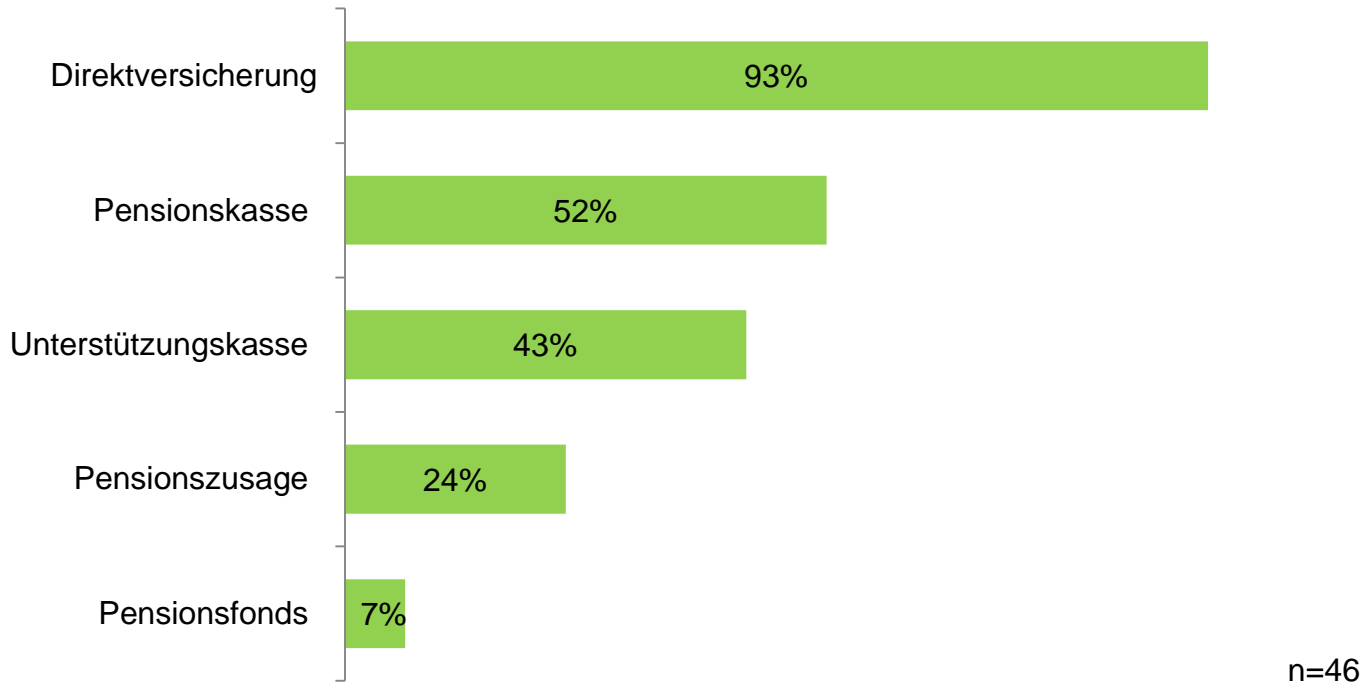


- **das Problem begrenzter Budgets erfordert Anreize für geringere Einkommensklassen zum Abschluss einer bAV**

¹ Angabe in % der Arbeitnehmer, die die bAV nutzen | Angabe in Mittelwerten

3.2 STATUS QUO DER bAV: DIREKTVERSICHERUNG BEVORZUGT

Welche Durchführungswege bietet Ihr Unternehmen im Rahmen der bAV an?¹

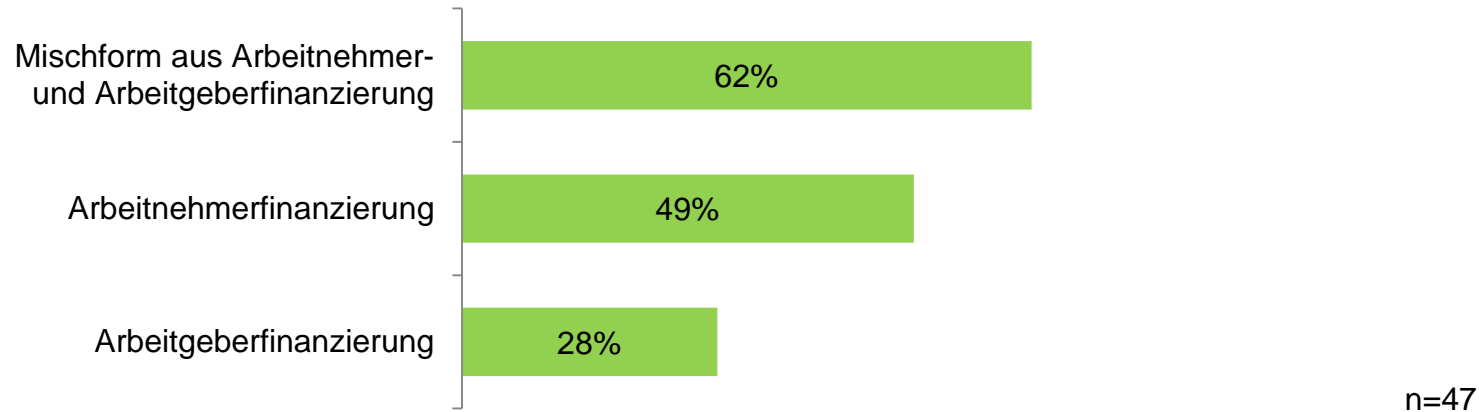


➤ **Direktversicherung wird von fast allen befragten Arbeitgebern angeboten**

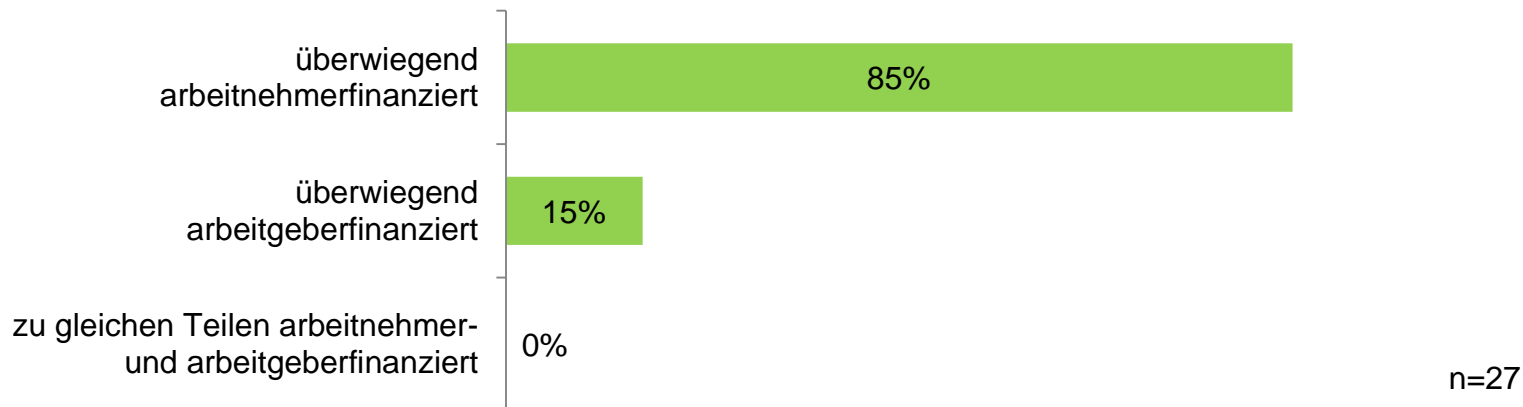
¹ Mehrfachnennungen möglich

3.2 STATUS QUO DER bAV: MISCHFINANZIERUNG BEVORZUGT

Welche Finanzierungsform der bAV bieten Sie Ihren Arbeitnehmern an?¹



Wenn Mischform: In welchem Verhältnis?

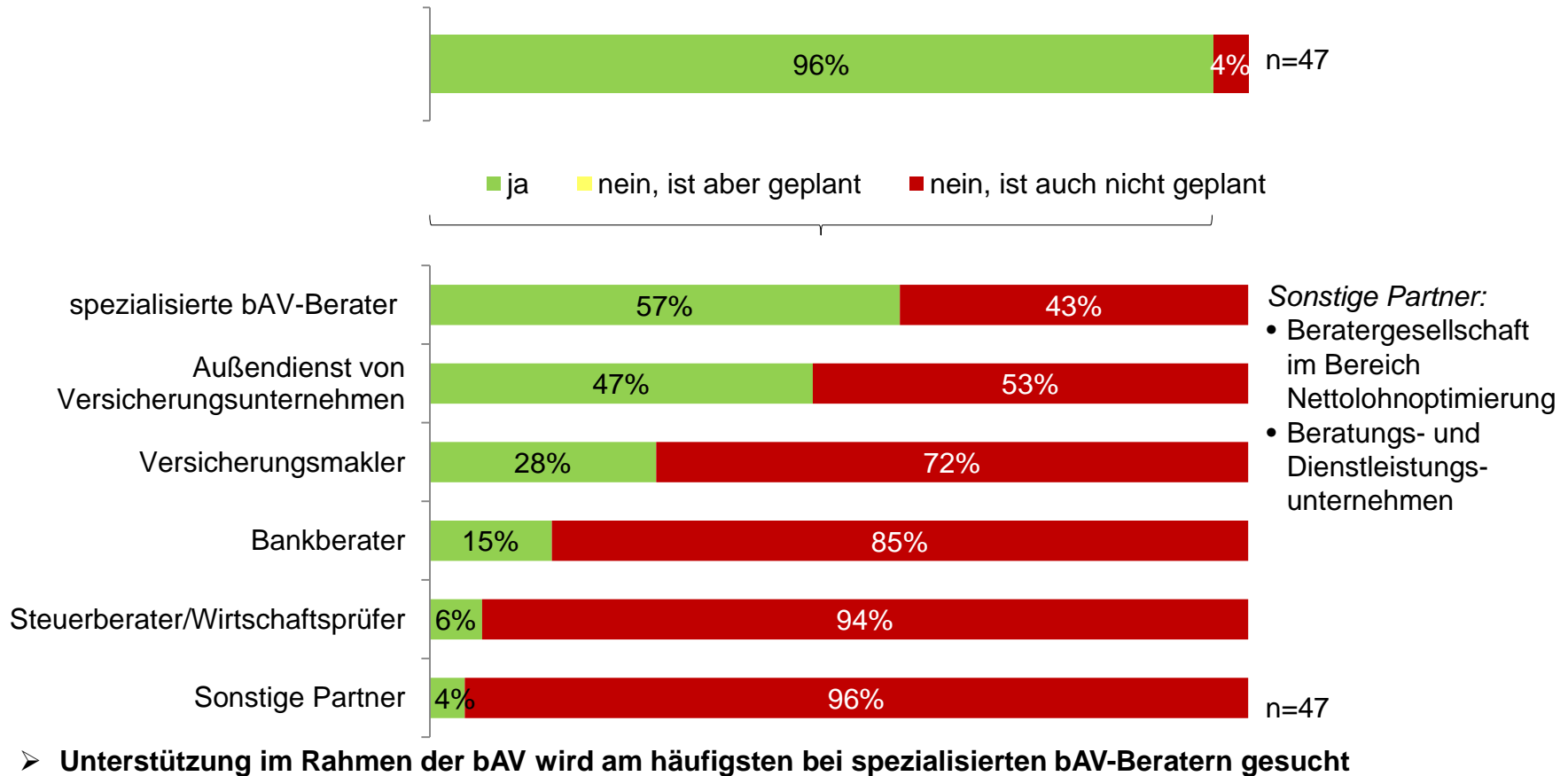


- **Mischfinanzierung der Beitragszahlungen zur bAV überwiegt; den größeren Anteil leisten i. d. R. die Arbeitnehmer**

¹ Mehrfachnennungen möglich

3.2 STATUS QUO DER bAV: KNOW-HOW VON bAV-BERATERN UND VERSICHEREREN GEFRAGT

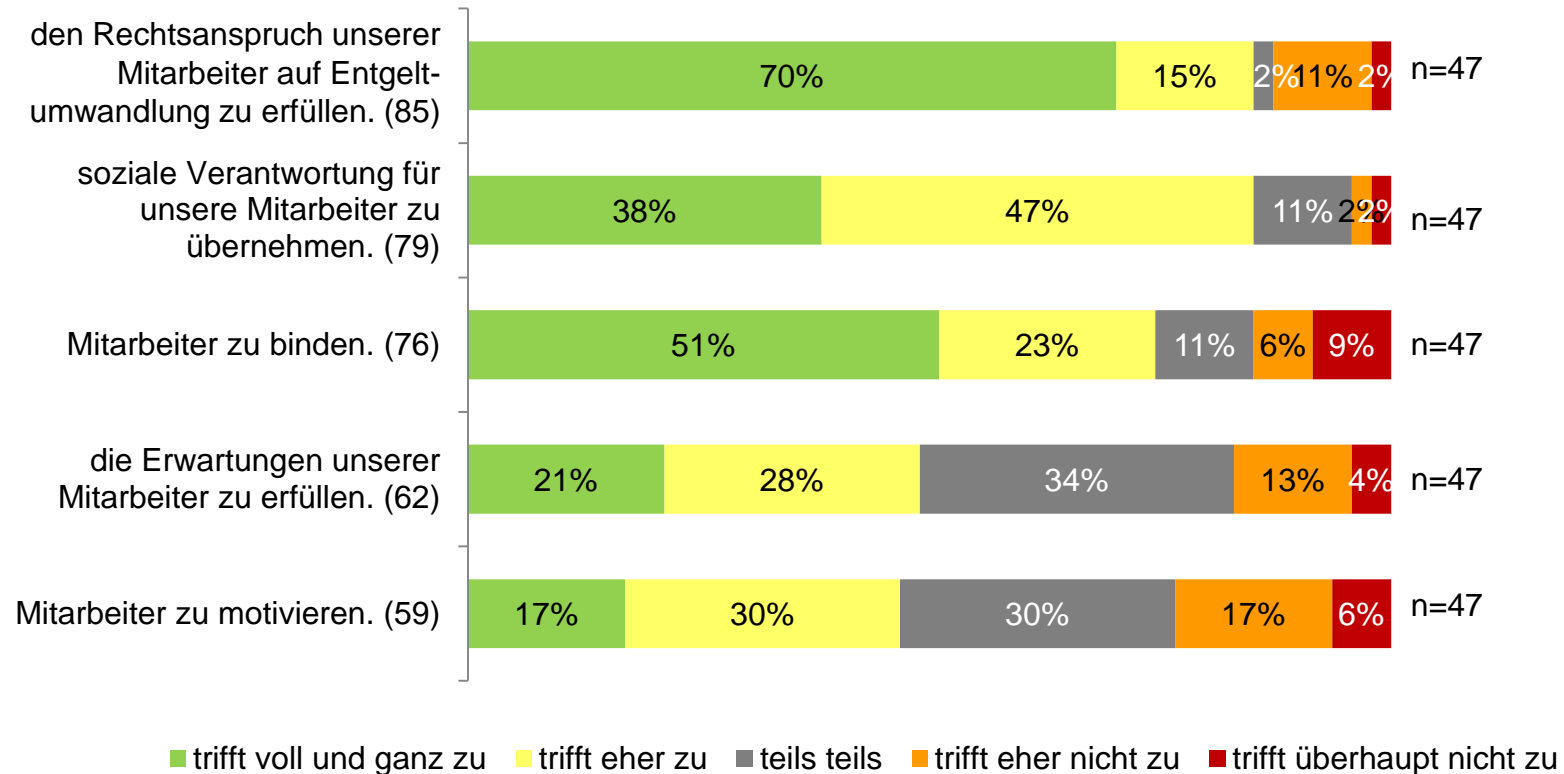
Unser Unternehmen bezieht im Bereich der bAV Know-how von externen Partnern.¹



¹ Mehrfachnennungen möglich

3.2 STATUS QUO DER bAV: RECHTSANSPRUCH ERFÜLLEN

Unser Unternehmen verfolgt mit dem Angebot von bAV-Lösungen das Ziel, ... (TOP 5)



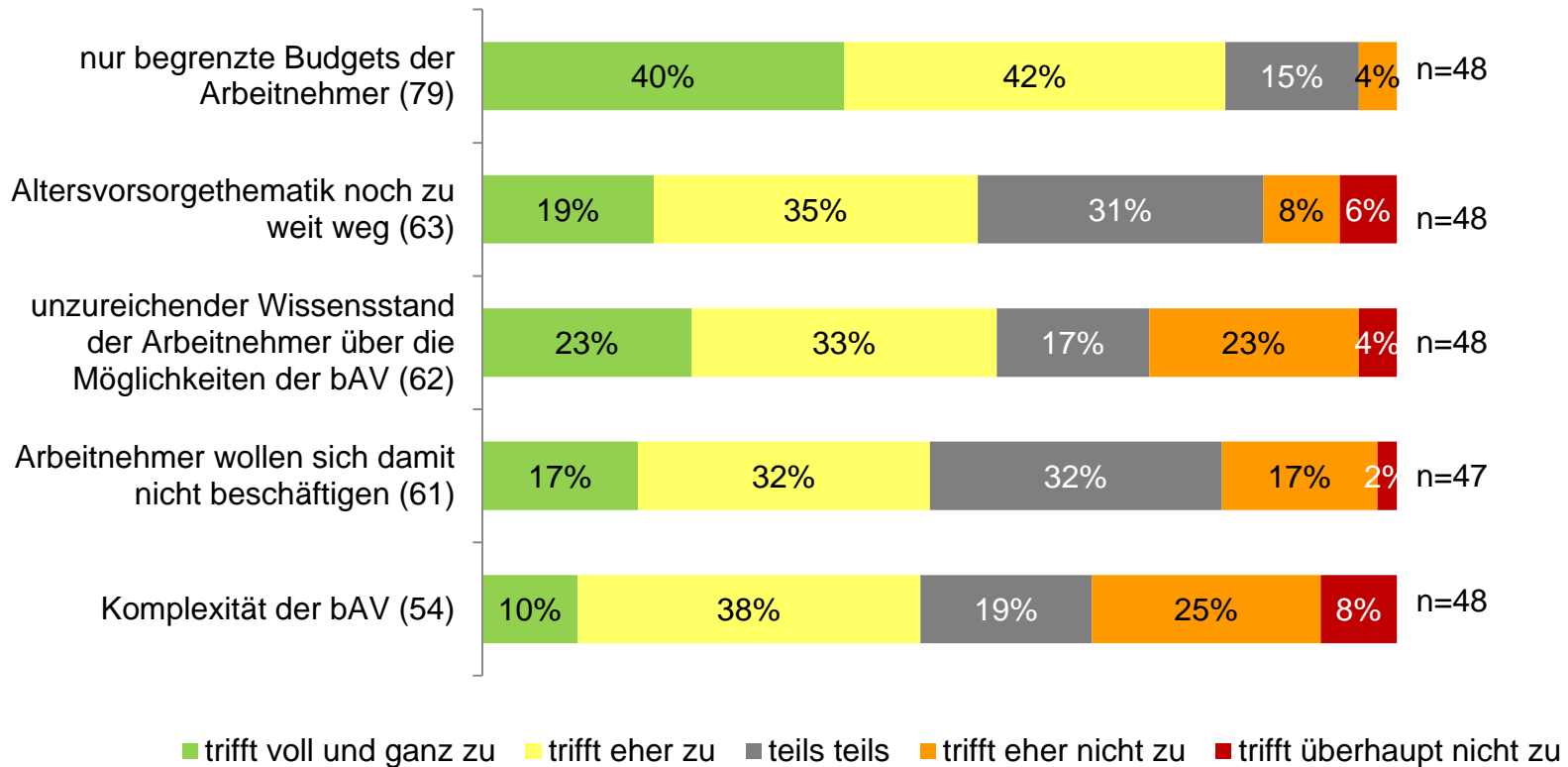
➤ vor allem die gesetzliche Verpflichtung bewegt Arbeitgeber dazu, bAV anzubieten

INHALT

1	Hintergrund und Zielsetzung	3
2	Forschungsdesign	5
3	Studienergebnisse	
3.1	Allgemeine Unternehmensangaben	7
3.2	Status quo der bAV	11
3.3	Hemmnisse in Verbindung mit der bAV	20
3.4	Opting-out in der bAV	24
4	Resümee	36

3.3 HEMMNISSE: BEGRENZTE BUDGETS, WENIG WISSEN ÜBER bAV

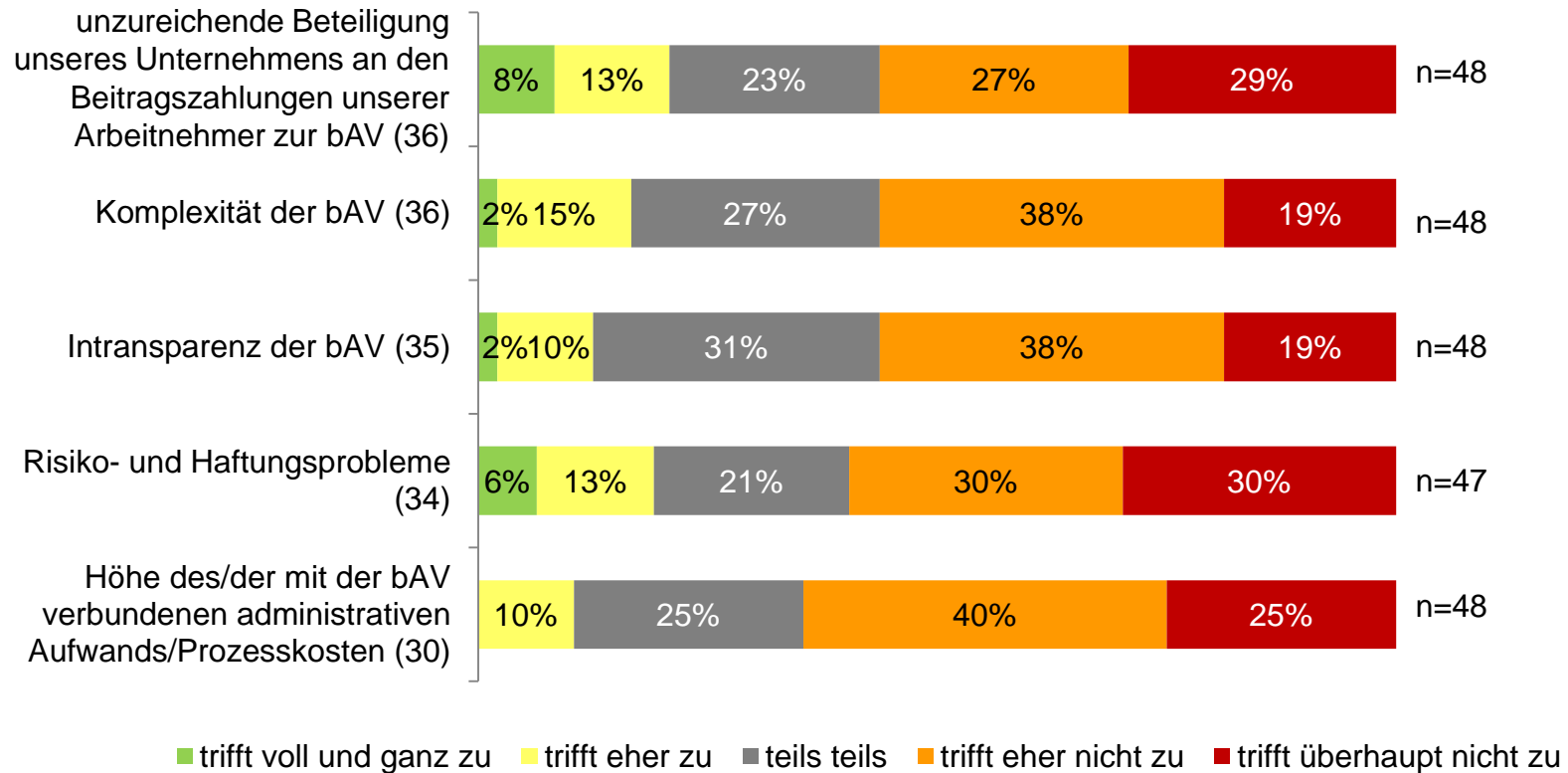
Welche der folgenden Hemmnisse sehen Sie für Ihr Unternehmen in Verbindung mit der bAV? – arbeitnehmerbezogene Hemmnisse (TOP 5)



➤ **mangelnder finanzieller Spielraum wird seitens der Arbeitnehmer als größtes Hemmnis gesehen**

3.3 HEMMNISSE: KAUM BEDENKEN SEITENS ARBEITGEBER

Welche der folgenden Hemmnisse sehen Sie für Ihr Unternehmen in Verbindung mit der bAV? – arbeitgeberbezogene Hemmnisse (TOP 5)



➤ **befragte Arbeitgeber sehen Hemmnisse kaum bei sich**

3.3 HEMMNISSE: AUFKLÄRUNG DURCH ARBEITGEBER GEFRAGT

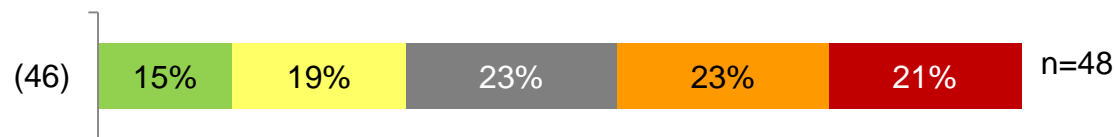
Die soziale Verantwortung des Arbeitgebers gegenüber seinen Arbeitnehmern ist ...



Die Rolle des Arbeitgebers bei der Aufklärung der Mitarbeiter über die bAV ist ...



Die Möglichkeit des Opting-out¹ in der bAV ist ...



■ sehr wichtig ■ eher wichtig ■ teilweise wichtig ■ eher unwichtig ■ völlig unwichtig

- **Arbeitgeber sind sich ihrer sozialen Verantwortung bewusst; Uneinigkeit besteht hinsichtlich der Möglichkeit des Opting-out in der bAV**

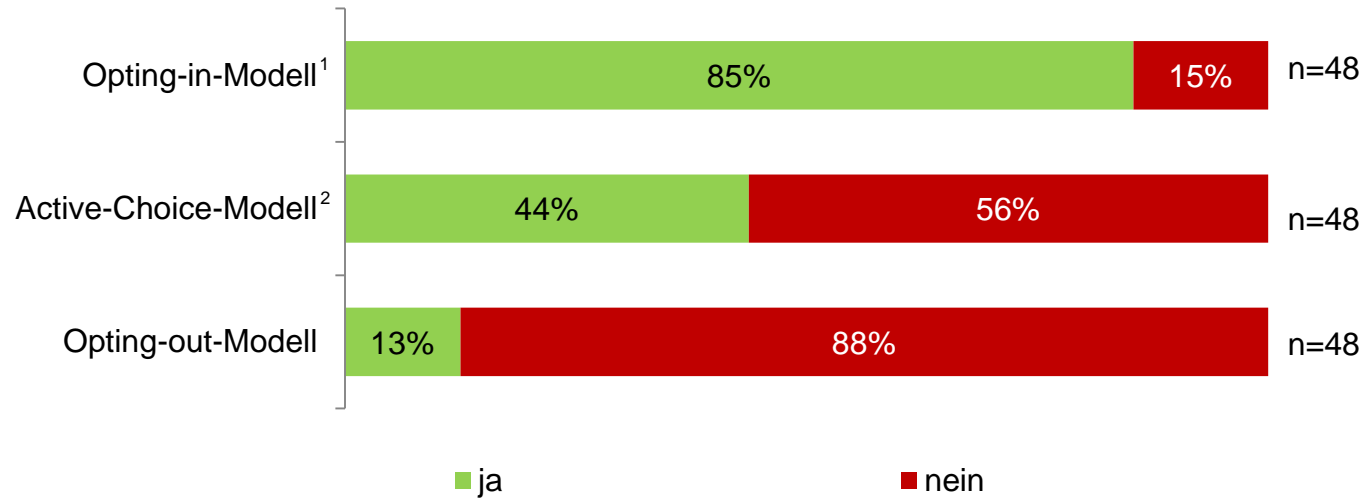
¹ Im Rahmen des Opting-out-Modells wird der Arbeitnehmer automatisch zur bAV angemeldet, hat jedoch die Möglichkeit, durch Widerspruch die Teilnahme abzulehnen.

INHALT

1	Hintergrund und Zielsetzung	3
2	Forschungsdesign	5
3	Studienergebnisse	
3.1	Allgemeine Unternehmensangaben	7
3.2	Status quo der bAV	11
3.3	Hemmnisse in Verbindung mit der bAV	20
3.4	Opting-out in der bAV	24
4	Resümee	36

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV – BEI VIELEN NOCH WENIG BEKANNT

Haben Sie sich bereits mit den verschiedenen Modellvarianten in der bAV beschäftigt?



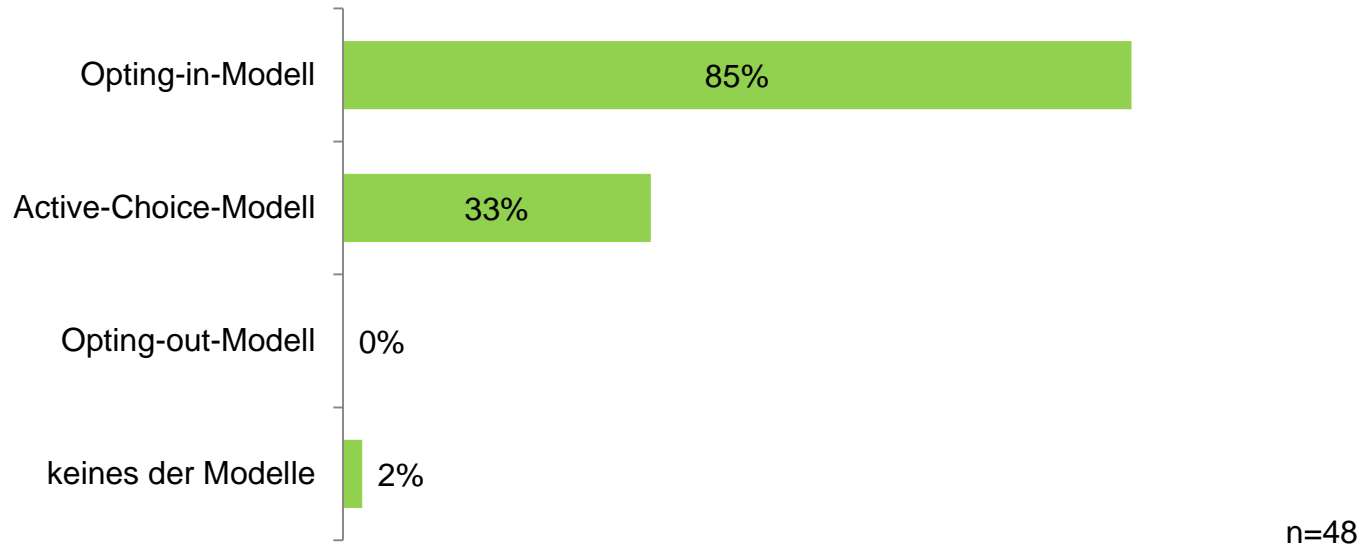
➤ **Opting-out-Modell ist bei den Befragten bisher nur wenig bekannt**

¹ Im Rahmen des Opting-in-Modells besteht die Notwendigkeit einer aktiven Entscheidung des Arbeitnehmers für eine bAV (aktuell vorherrschendes Modell in Deutschland).

² Im Rahmen des Active-Choice-Modells wird der Arbeitnehmer aufgefordert, sich aktiv für oder gegen eine bAV zu entscheiden.

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: OPTING-IN-MODELL DOMINIERT

Welches Modell wird derzeit in Ihrem Unternehmen für die bAV angewendet?

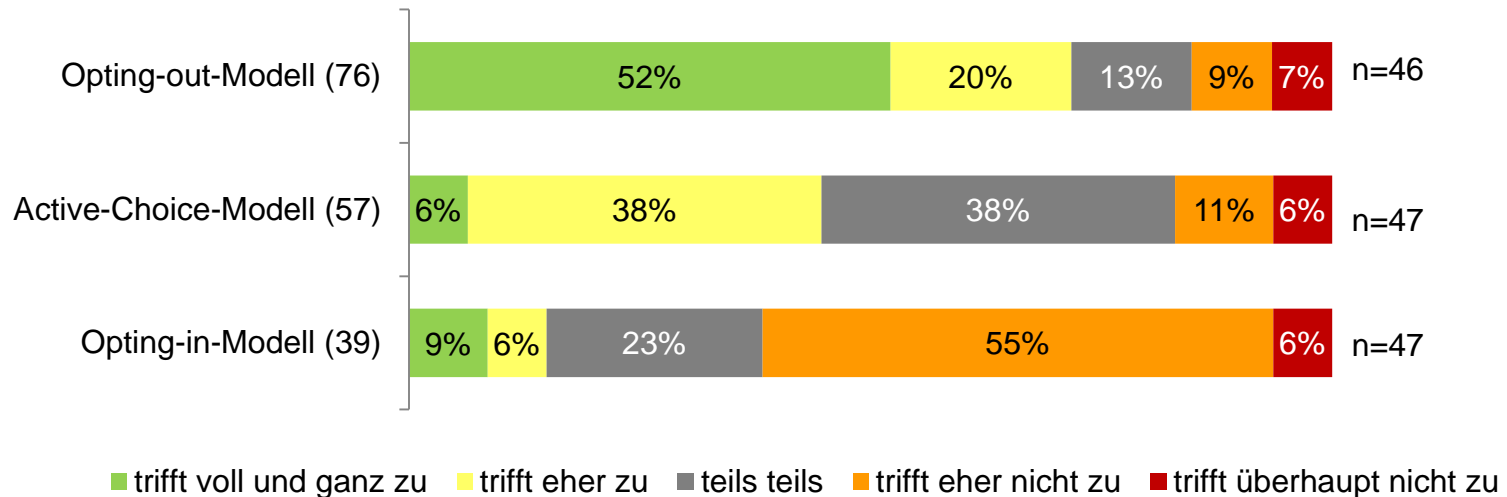


➤ **Opting-in-Modell ist vorherrschende Modellvariante für die bAV in den befragten Unternehmen**

¹ Mehrfachnennungen möglich

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: OPTING-OUT-MODELL AM BESTEN ZUR WEITEREN VERBREITUNG DER bAV GEEIGNET

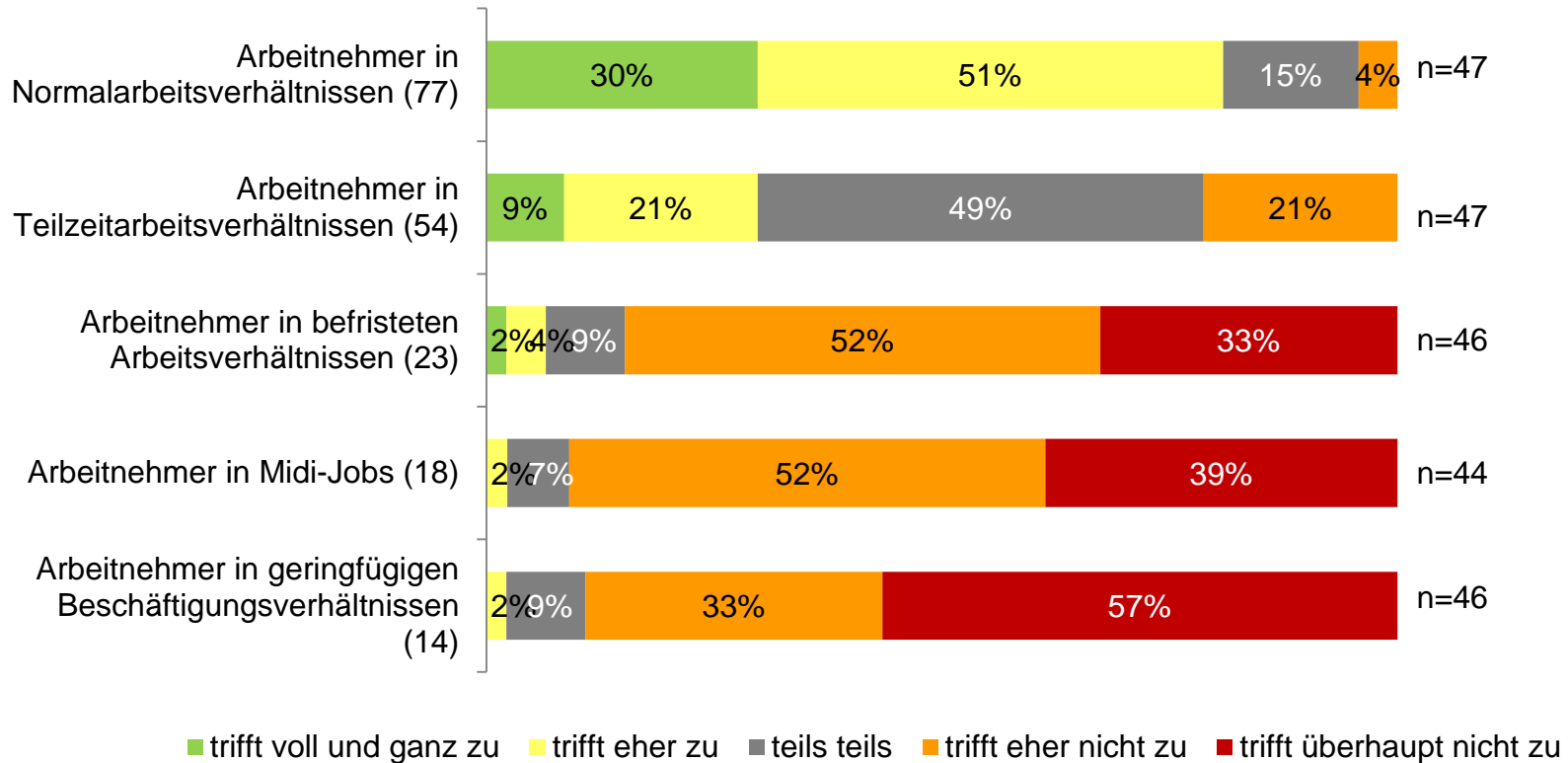
Das ... ist geeignet, eine hohe Durchdringung der bAV zu erreichen.



- dem Opting-out-Modell werden Potenziale zur Erhöhung der Durchdringung der bAV zugeschrieben; im Opting-in-Modell werden Schwächen gesehen

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: ERFOLG ABHÄNGIG VOM ARBEITS- VERTRAGSVERHÄLTNIS

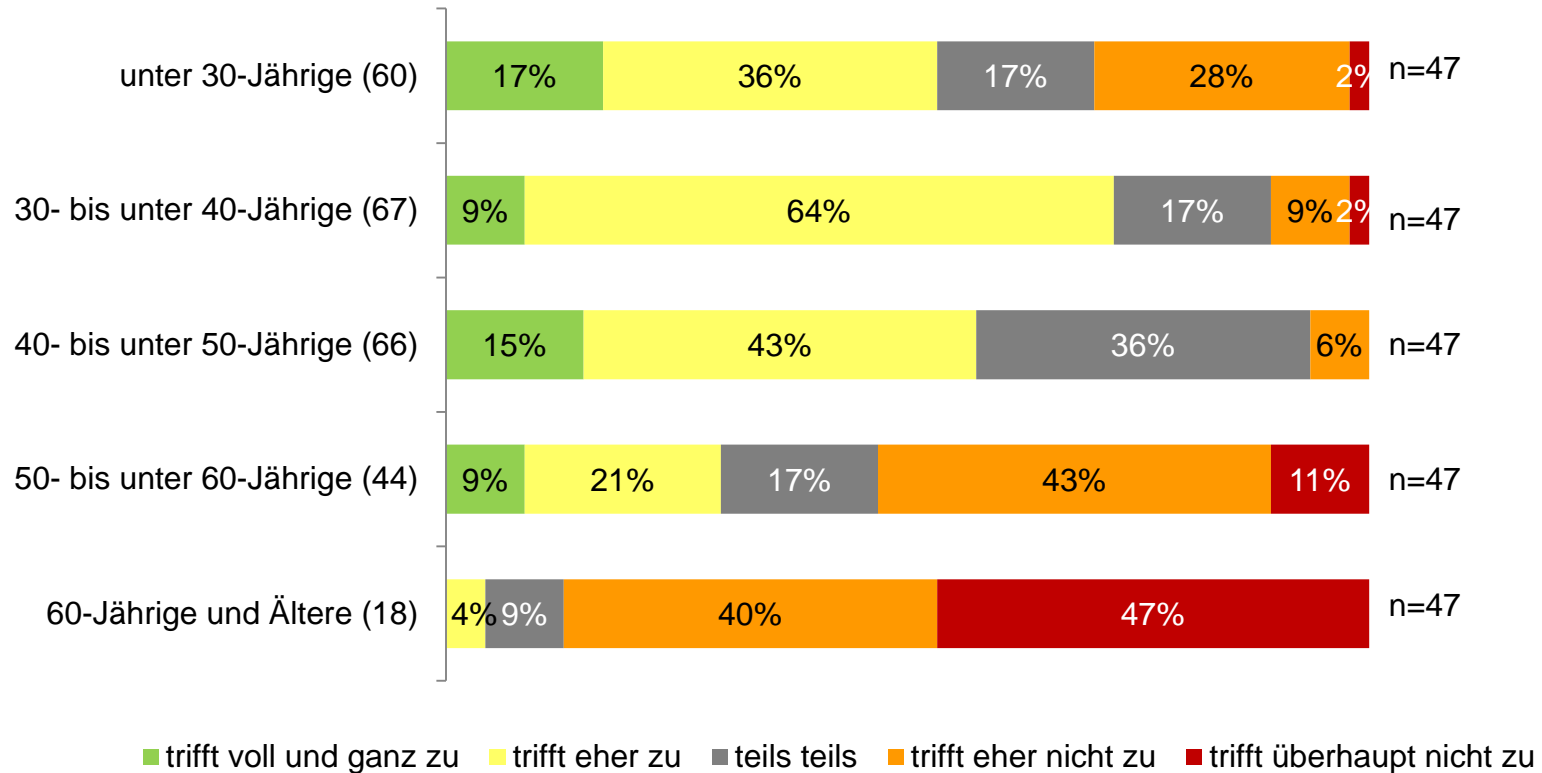
Welche Arbeitnehmergruppen würden sich Ihrer Einschätzung nach am ehesten für eine automatische Teilnahme an der bAV (Opting-out-Modell) gewinnen lassen? – differenziert nach Arbeitsvertragsverhältnissen



- es wird erwartet, dass v. a. Arbeitnehmer in atypischen Arbeitsverhältnissen einer automatischen Teilnahme an der bAV widersprechen

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: INTERESSANT FÜR UNTER 50-JÄHRIGE

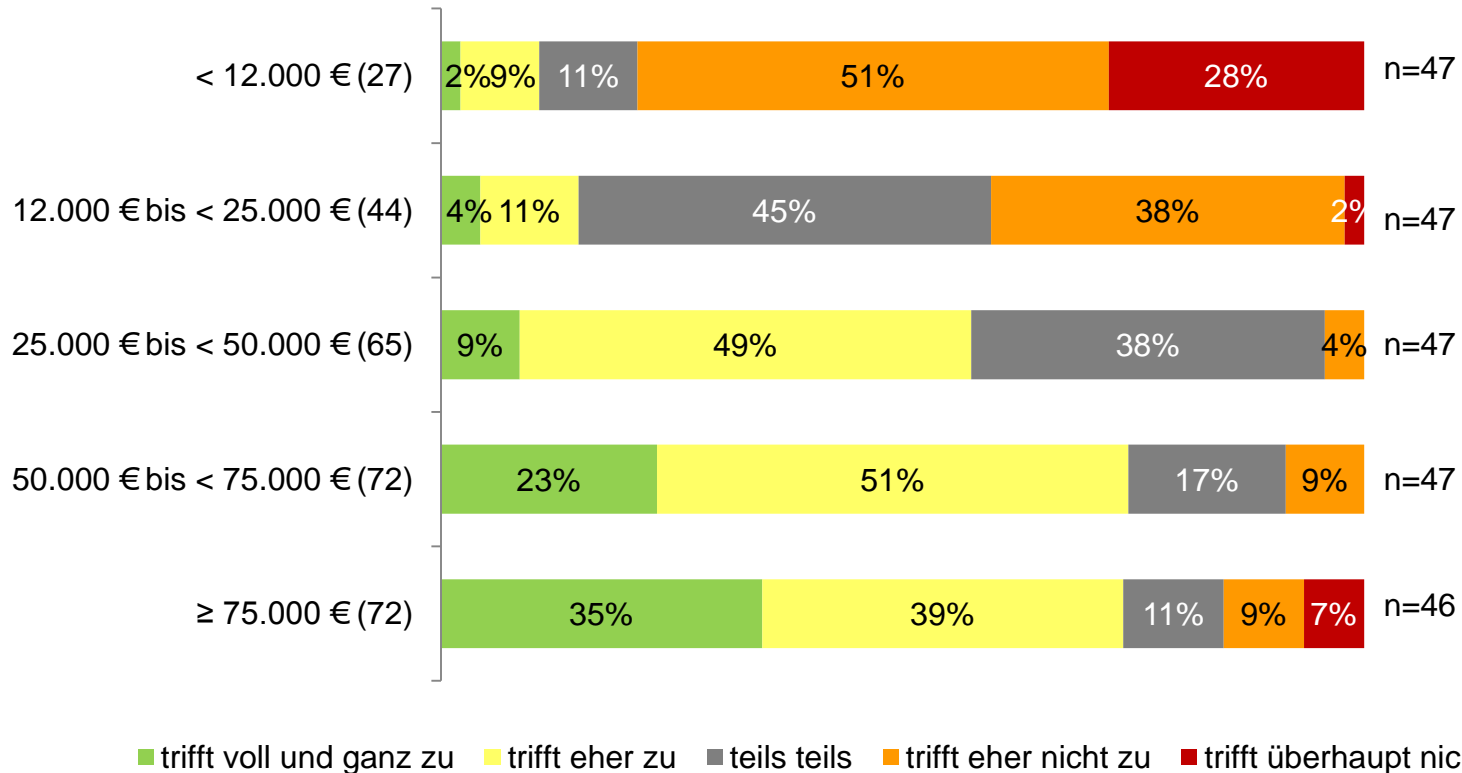
Welche Arbeitnehmergruppen würden sich Ihrer Einschätzung nach am ehesten für eine automatische Teilnahme an der bAV (Opting-out-Modell) gewinnen lassen? – differenziert nach Altersgruppen



- **mittlere Altersgruppen würden sich nach Ansicht der Befragten am ehesten für eine automatische Entgeltumwandlung gewinnen lassen**

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: INTERESSE STEIGT MIT EINKOMMEN

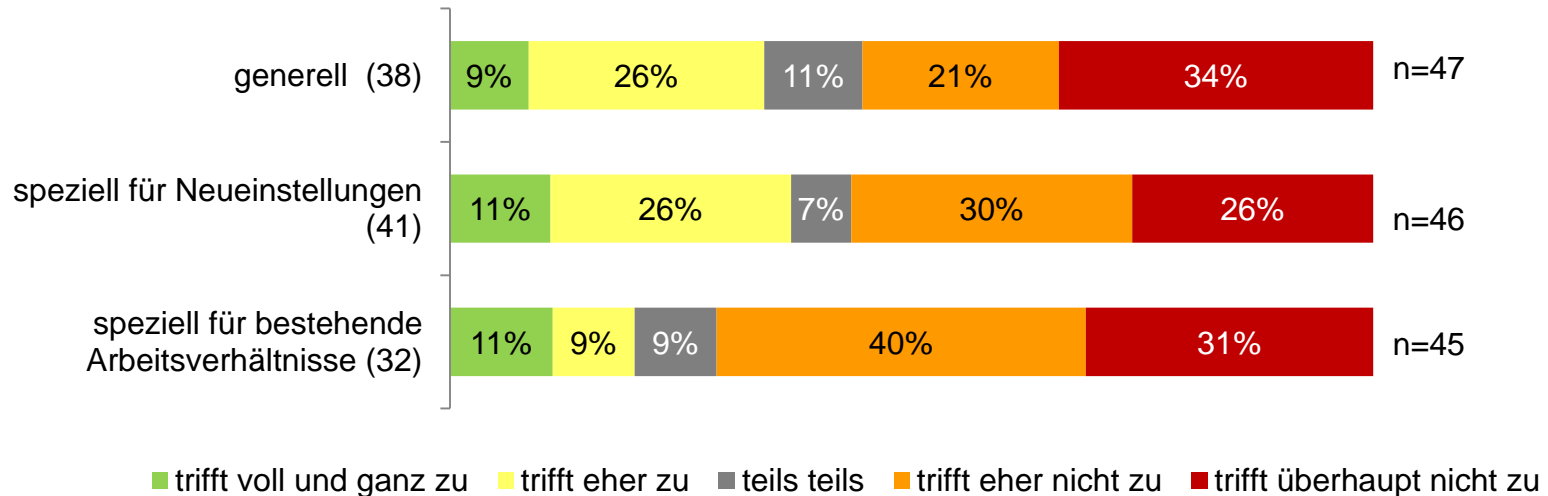
Welche Arbeitnehmergruppen würden sich Ihrer Einschätzung nach am ehesten für eine automatische Teilnahme an der bAV (Opting-out-Modell) gewinnen lassen? – differenziert nach Einkommensklassen



- insbesondere die Arbeitnehmer in den niedrigeren Einkommensklassen würden widersprechen; deren Versorgungslücke ist jedoch vermutlich am größten

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: NOCH ZU WENIG BEFÜRWORDER

Unser Unternehmen würde ... die Einführung eines Opting-out-Modells befürworten.

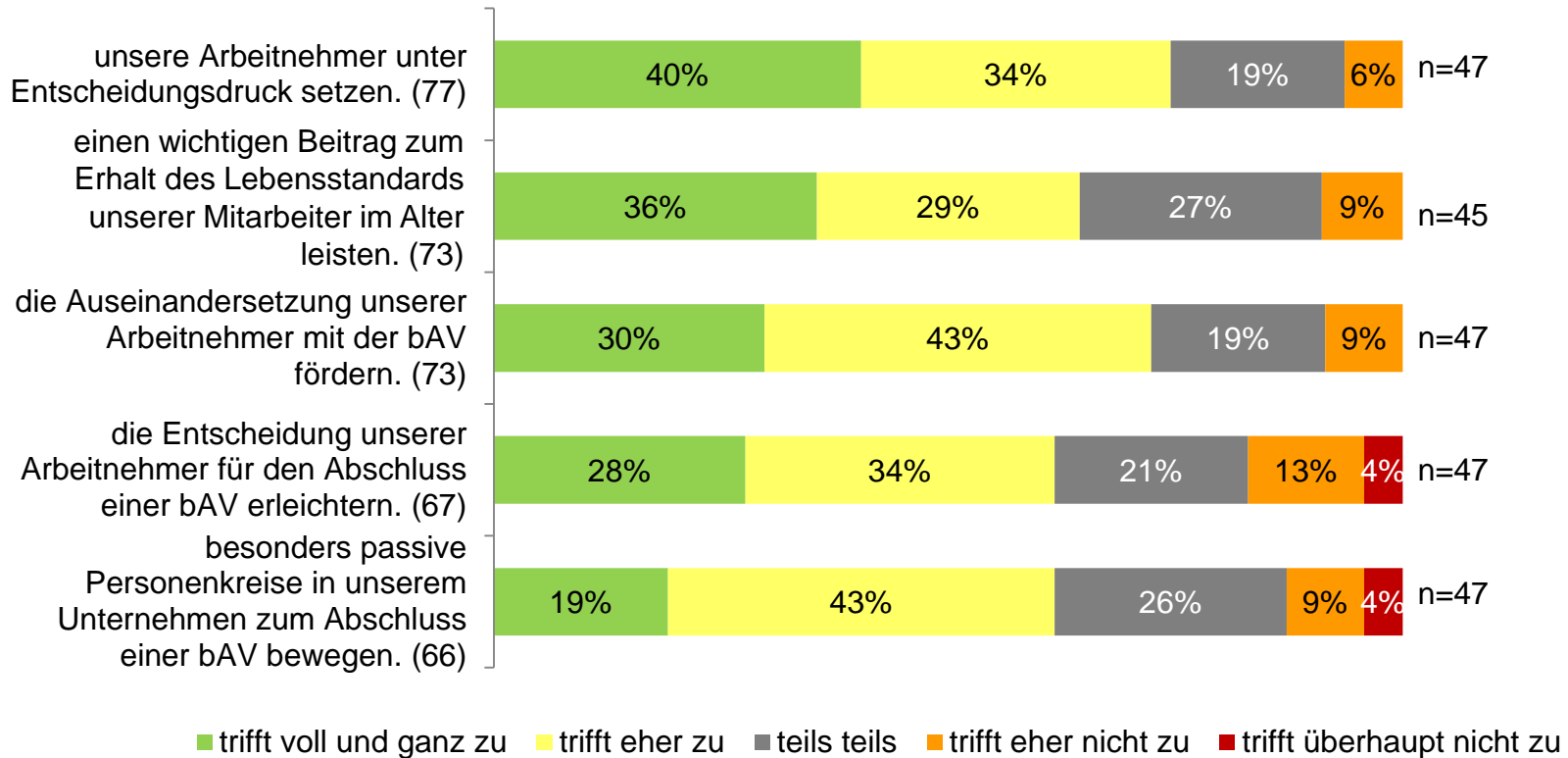


➤ keine Goutierung der Einführung eines Opting-out-Modells von der Mehrheit der Befragten

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: NEGATIVER ENTSCHEIDUNGSDRUCK BEFÜRCHTET

Bitte würdigen Sie die Wirkung der Einführung eines Opting-out-Modells in Ihrem Unternehmen mit Blick auf die Arbeitnehmer. (TOP 5)

Die Einführung eines Opting-out-Modells würde...

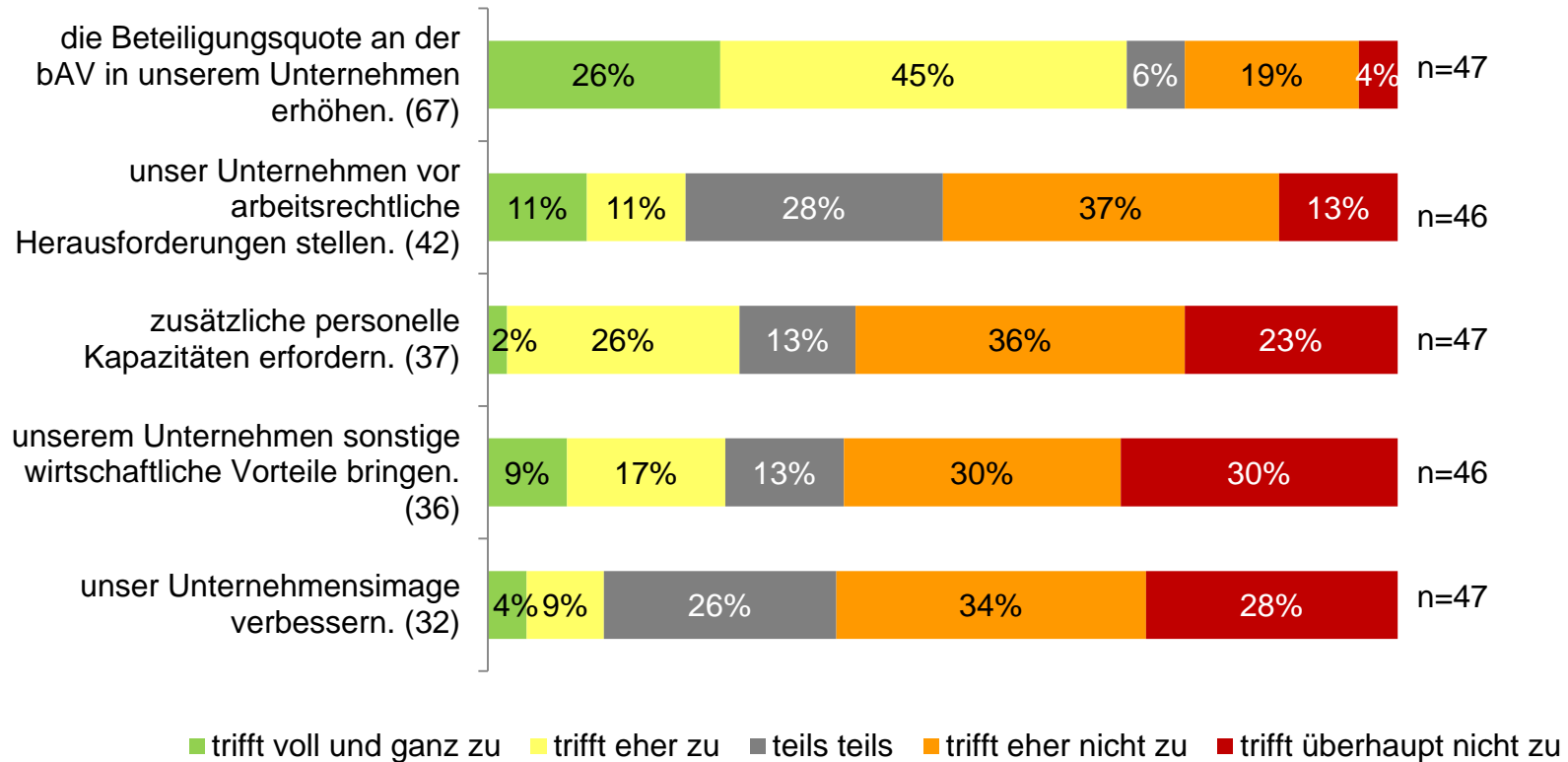


- **Befragte befürchten mit der Einführung eines Opting-out-Modells v. a. negativen Entscheidungsdruck für Arbeitnehmer**

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: ERHÖHT BETEILIGUNGSQUOTE

Bitte würdigen Sie die Wirkung der Einführung eines Opting-out-Modells in Ihrem Unternehmen mit Blick auf das eigene Haus. (TOP 5)

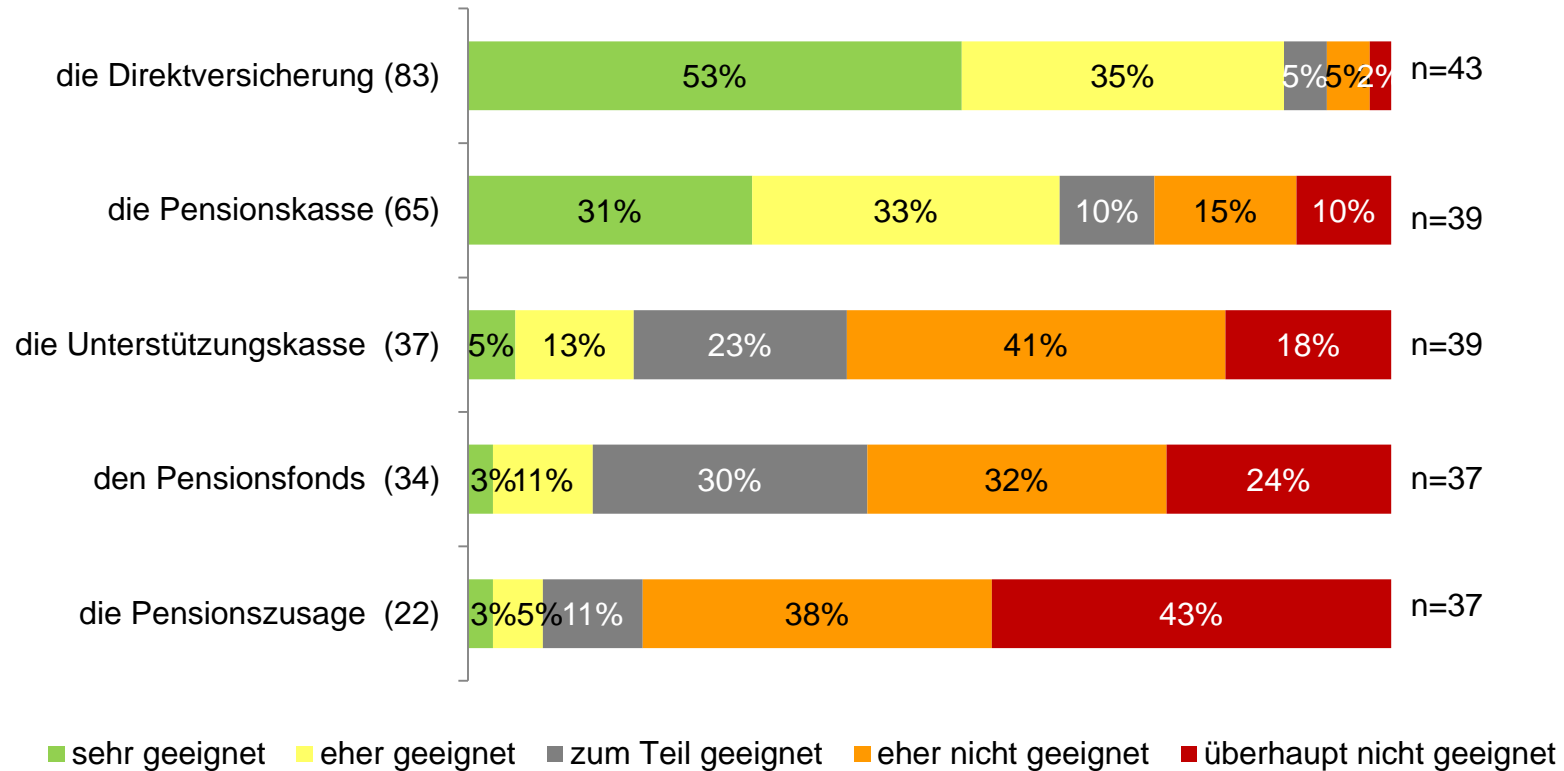
Die Einführung eines Opting-out-Modells würde...



- **die befragten Arbeitgeber sehen in der Einführung eines Opting-out-Modells nur wenige positive Effekte für das eigene Unternehmen**

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: DIREKTVERSICHERUNG BEVORZUGT

Für ein Opting-out-Modell erachtet unser Unternehmen ... als ...



➤ die Direktversicherung wird als geeignetster Durchführungsweg für ein Opting-out gesehen

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: 21 PROZENT FÜR GESETZL. PFLICHT

Würde Ihr Unternehmen eine gesetzlich verpflichtende Einführung des Opting-out-Modells befürworten? Bitte begründen Sie Ihre Antwort!



- Altersarmut vorbeugen (n=2)
- Möglichkeit eines höheren Durchdringungsgrads (n=2)
- auf Mitarbeiter wird ein kleiner psychologischer Druck ausgeübt, was wiederum deren Bewusstsein weckt
- Staat muss sich der sozialen Verantwortung stellen
- i. Allg. sind zu viele gesetzliche Vorschriften negativ, aber an dieser Stelle macht es Sinn, da sich jeder Arbeitnehmer mit dem Thema Altersvorsorge auseinandersetzen muss, die Entscheidungsfreiheit aber erhalten bleibt
- für die Mitarbeiter wäre es sehr wichtig
- dann müssten wir es den Arbeitnehmern nicht vorschreiben; es würde keine Ausnahmen und keine Ausreden geben
- Befürwortung eines fortlaufenden „Opting-out“: Mitarbeiter soll jedes Jahr neu „unterschreiben“

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: EIN DRITTEL UNSCHLÜSSIG BEI GESETZLICHER PFLICHT

Würde Ihr Unternehmen eine gesetzlich verpflichtende Einführung des Opting-out-Modells befürworten? Bitte begründen Sie Ihre Antwort!



- fehlende Erfahrung; ist nicht abschätzbar (n=2)
- gute Idee, aber Rahmenbedingungen müssten sich ändern (n=2)
- Vorschreiben ist schwierig, aber es wäre eigentlich richtig und würde schließlich alle betreffen
- ausreichende Informationen als Entscheidungsgrundlage fehlen
- würden wir ggf. einführen, aber nicht gesetzlich verpflichtend
- Opting-out hilft zwar die passiven Kreise einzubeziehen, aber der Zwangscharakter spricht eher dagegen und würde die positiven Effekte vernichten
- Bevormundung der Arbeitnehmer; wir sollten nicht über das Geld Anderer entscheiden
- gesetzliche Vorgaben sind nicht gut; i. Allg. ist die Entscheidungsfreiheit wichtig
- Mehrarbeit für den Arbeitgeber

3.4 OPTING-OUT IN DER bAV: 46 PROZENT GEGEN GESETZLICHE PFLICHT

Würde Ihr Unternehmen eine gesetzlich verpflichtende Einführung des Opting-out-Modells befürworten? Bitte begründen Sie Ihre Antwort!



- Zwang/Bevormundung der Arbeitnehmer (n=16)
- haben genügend gesetzliche Verpflichtungen (n=2)
- sind grundsätzlich gegen Regulierung (n=2)
- größte Probleme sind die Budgetgrenzen
- stärkere Information der Bevölkerung durch Gesetzgeber UND Versicherungswirtschaft notwendig, um bAV voranzubringen
- nur weil der Staat nicht in der Lage ist, das Rentensystem aufrechtzuerhalten, muss nicht an die Unternehmen herangetreten werden, um die Lücke zu schließen
- eine 6. Sparte der Sozialversicherung ist zu viel („Abzocke des Staates“)
- freiwillige Basis ist besser; alles was gesetzlich ist, lässt sich schlecht herüberbringen
- wollen neutral bleiben und geben keine Empfehlungen ab

INHALT

1	Hintergrund und Zielsetzung	3
2	Forschungsdesign	5
3	Studienergebnisse	
3.1	Allgemeine Unternehmensangaben	7
3.2	Status quo der bAV	11
3.3	Hemmnisse in Verbindung mit der bAV	20
3.4	Opting-out in der bAV	24
4	Resümee	36

4 RESÜMEE – OPTING-OUT ALS CHANCE FÜR DIE bAV

- Die bAV besitzt im eigenen Unternehmen eine große Bedeutung und wird in nahezu allen befragten Unternehmen von den Arbeitnehmern genutzt.
- Die Absicherungsdichte bietet aber noch große Potenziale: fast drei Viertel der Unternehmen geben an, dass weniger als 60% ihrer Arbeitnehmer die bAV in Anspruch nehmen.
- Die Direktversicherung wird als einziger Durchführungsweg von fast allen Befragten angeboten.
- Die Finanzierung der bAV erfolgt überwiegend als eine Mischform der Arbeitnehmer- und Arbeitgeberfinanzierung; der größere Anteil des Beitrags wird durch die Arbeitnehmer geleistet.
- Für Unterstützungsleistungen im Rahmen der bAV werden am häufigsten spezialisierte bAV-Berater herangezogen.
- Mit dem bAV-Angebot beabsichtigen Arbeitgeber nicht nur die Erfüllung des Rechtsanspruchs auf Entgeltumwandlung, sondern v. a. auch die Übernahme sozialer Verantwortung.
- Maßgebliche Hemmnisse werden vorrangig bei den Arbeitnehmern gesehen: begrenzte Budgets, Verdrängung der Altersvorsorgeproblematik und mangelnde Kenntnisse über die Möglichkeiten der bAV. Die Arbeitgeber hemmen vor allem die Komplexität und Intransparenz der bAV.
- Über die Bedeutung eines Opting-out-Modells sind sich die Befragten uneinig. Einerseits wird darin eine Möglichkeit gesehen, die bAV-Durchdringung zu erhöhen. Andererseits wird dem Opting-out-Modell ein Zwangscharakter zugeschrieben, der den Arbeitnehmer in seiner Entscheidungsfreiheit einschränkt.

IHRE ANSPRECHPARTNER

Prof. Dr. Fred Wagner

Vorstand des Instituts für
Versicherungswissenschaften e.V.
an der Universität Leipzig

Gottschedstraße 12, 04109 Leipzig
Telefon +49 341/355 305 - 55
Telefax +49 341/355 305 - 99
E-Mail mail@fredwagner.de

Alina Singer

Geschäftsführerin
V.E.R.S. Leipzig GmbH

Gottschedstraße 12, 04109 Leipzig
Telefon +49 341/246 592 - 63
Telefax +49 341/246 592 - 88
E-Mail singer@vers-leipzig.de

Katharina Vollmer

Projektleiterin Studien
V.E.R.S. Leipzig GmbH

Gottschedstraße 12, 04109 Leipzig
Telefon +49 341/246 592 - 64
Telefax +49 341/246 592 - 88
E-Mail vollmer@vers-leipzig.de

Haftungsausschluss

Die Inhalte unserer Studie wurden mit größter Sorgfalt analysiert und ausgewertet. Trotzdem können die Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Relevanz der aufgeführten Informationen und Daten nicht garantiert werden. Die Ergebnisdarstellungen in der Studie enthalten keine Empfehlungen oder Beratung. Die dargestellten Informationen haben einen rein informativen Charakter. Der Herausgeber übernimmt daher keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Relevanz der aufgeführten Informationen und Daten und/oder für Entscheidungen, die auf den Inhalten dieser Studie basieren.