

10.11.2021

PRESSEMITTEILUNG

Studie bAV der Generali: Pandemie legt die Stärken und Schwächen der bAV im Mittelstand offen

- **Generali Deutschland lässt neue Trends und Entwicklungen in der betrieblichen Altersversorgung (bAV) im deutschen Mittelstand untersuchen**
- **Befragung von 200 bAV-Verantwortlichen aus mittelständischen Unternehmen im Mai und Juni 2021**
- **Covid-19-Pandemie beeinflusst die Betriebsrente im Mittelstand individuell verschieden – mal schädlich, mal forcierend**
- **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fragen mehr Produkte für die Absicherung des Todesfall- und Invaliditätsrisikos nach**

Pressekontakt

Stefan Göbel
Unternehmenskommunikation
Leiter Externe Kommunikation
T +49 (0) 89 5121-6100

Dirk Brandt
Unternehmenskommunikation
Externe Kommunikation
T +49 (0) 89 5121-2257

presse.de@generali.com

Generali Deutschland AG
Adenauerring 7
D-81737 München

www.generali.de

Twitter: @GeneralIDE

München – Die Covid-19-Pandemie trifft und beeinflusst die Betriebsrente im Mittelstand in unterschiedlicher und individueller Weise. Während jeder zehnte Betrieb von schweren Schäden für die bAV, vor allem durch den Niedrigzins, berichtet, haben die meisten Unternehmen einen wachsenden Bedarf an digitalen Lösungen rund um die Altersvorsorge. Die Coronakrise lässt zudem die Nachfrage der Beschäftigten nach Risikoabsicherung steigen. Gemischt finanzierte Modelle wachsen weiter, Versicherungen behaupten als Kooperationspartner des Mittelstands Platz 1, Pensionskassen verlieren.

Zu diesen Ergebnissen kommt die neue Studie „Betriebliche Altersversorgung im Mittelstand 2021“ von Generali Deutschland und F.A.Z. BUSINESS MEDIA, dem Fachverlag der F.A.Z.-Gruppe. Seit 2011 veröffentlichen die beiden Partner die Studienreihe, die auf einer jährlichen, repräsentativen forsa-Umfrage unter 200 bAV-Verantwortlichen in deutschen mittelständischen Unternehmen basiert.

Während fast jeder vierte bAV-Experte betont, die Covid-19-Pandemie schade der eigenen Betriebsrente nicht, sieht sich gut jeder zehnte Betrieb durch die Pandemie stark negativ in seiner bAV getroffen. Vor allem größere Betriebe berichten von negativen Folgen der Pandemie für die eigene bAV. Auch weist gerade diese Unternehmensgruppe im Vergleich zur Studie von 2020 geringere Anteile an bAV-Anwärttern in Management und Belegschaft auf. Insgesamt stagniert die Marktdurchdringung der bAV – gemessen an den geschätzten Teilnahmequoten von Managern, Führungskräften und Mitarbeitern – im Mittelstand. Probleme ergeben sich vor dem Hintergrund des Niedrigzinses vor allem für die Unternehmen, die mit hohen Garantieverpflichtungen in ihren bAV-

Modellen zu kämpfen haben. Andere Arbeitgeber nutzen die Zeit der Pandemie, um ihr bAV-Angebot fit für die Zukunft zu machen.

COVID-19-PANDEMIE FORCIERT DIGITALE TRANSFORMATION

Die Covid-19-Pandemie hat die digitale Transformation im Mittelstand rascher als in früheren Jahren vorangetrieben: Das betrifft auch die bAV, so haben digitale Beratungsgespräche rund um die Altersvorsorge deutlich zugenommen. Die große Mehrheit der bAV-Experten äußert einen steigenden Bedarf an digitalen Lösungen für die Administration der Altersvorsorge. Mehr als drei von vier bAV-Experten nennen mindestens einen digitalen Prozess, den der eigene Betrieb inzwischen nutzt bzw. benötigt. Vor allem größere Betriebe zeigen eine wachsende Nachfrage nach digitalen Tools. Auch in der Krise beweist sich die Betriebsrente als sehr wirkungsvolles HR-Instrument, mit dem sich Mitarbeiter halten lassen und der Bedarf der Arbeitgeber an Fachkräften bedienen lässt. Deshalb zeigen sich die bAV-Experten mit der Wirkung der bAV auf die Beschäftigten zufrieden.

VERSTÄRKTE NACHFRAGE NACH PRODUKTEN ZUR RISIKOABSICHERUNG

Angesichts der Pandemie stellen die meisten der befragten Betriebe bei ihren Beschäftigten eine verstärkte Nachfrage nach Produkten zur Absicherung der eigenen Arbeitskraft und zur Hinterbliebenenversorgung fest. Die Befragten gehen sogar so weit, dass sie solchen Risikoabsicherungen aus Sicht der Beschäftigten die gleiche Relevanz beimessen wie Produkten für die Altersvorsorge. Als eigene Aufgabe sehen es die meisten Betriebe an, mehr gesundheitsfördernde Maßnahmen anzubieten, um die Arbeitskraft in einer sich verändernden Arbeitswelt zu sichern.

Mittelständische Betriebe wählen immer noch in großer Mehrheit Versicherungsgesellschaften als Kooperationspartner für die bAV. 80 Prozent der bAV-Verantwortlichen geben an, dass ihr Unternehmen mit der Versicherungsbranche zusammenarbeitet. An zweiter Stelle der Kooperationspartner stehen die Versicherungsmakler mit deutlich verbesserten 43 Prozent. Dahinter folgen die Pensionskassen mit schwächeren 36 Prozent. Unter den Durchführungswegen bleibt die Direktversicherung im Mittelstand an erster Stelle.

GENERALI IN DEUTSCHLAND

Die Generali ist eine der führenden Erstversicherungsgruppen im deutschen Markt mit Beitragseinnahmen von 14,4 Mrd. € und rund 10 Mio. Kunden Ende 2020. Als Teil der internationalen Generali Group ist die Generali in Deutschland mit den Marken Generali, CosmosDirekt und Dialog in den Segmenten Leben, Kranken und Schaden/Unfall tätig. Ziel der Generali ist es, für ihre Kunden ein lebenslanger Partner zu sein, der dank eines hervorragenden Vertriebsnetzes im Ausschließlichkeits- und Direktvertrieb sowie im Maklerkanal innovative, individuelle Lösungen und Dienstleistungen anbietet.



GENERALI BAV-STUDIE

Die bAV-Studie der Generali Deutschland untersucht seit 2012 gemeinsam mit F.A.Z. BUSINESS MEDIA, dem Fachverlag der F.A.Z.-Gruppe, die Ansprüche und Bedürfnisse deutscher mittelständischer Unternehmen an die betriebliche Altersversorgung. Für die repräsentative Studie hat die Marktforschungsgesellschaft forsa im Mai und Juni 2021 insgesamt 200 Personalverantwortliche, in deren Zuständigkeit die betriebliche Altersversorgung fällt, aus deutschen mittelständischen Unternehmen mit 50 bis 500 Mitarbeitern zu aktuellen Entwicklungen, ihrem bAV-Angebot, ihrem Bedarf an Produkten und Services sowie zu ihrem HR-Management interviewt.

Die Sicherheit Ihrer persönlichen Daten ist uns sehr wichtig. Bitte teilen Sie uns mit, wenn Sie keine weiteren Informationen mehr von uns wünschen. Wir werden Ihre Daten dann aus unserem Verteiler löschen.