

# STADTBUMMEL

IN NAGOLD

## „bAV“ aus Expertenhand: So geht betriebliche Altersvorsorge heute



**GPI-Service-Center**  
bAV-Konzepte für den  
Mittelstand GmbH & Co. KG  
Lise-Meitner-Straße 11  
72202 Nagold  
Tel.: 07452 84800  
E-Mail: [info@bav-konkret.de](mailto:info@bav-konkret.de)  
[www.bav-konkret.de](http://www.bav-konkret.de) | [www.bkv-konkret.de](http://www.bkv-konkret.de)

Die Abkürzung bAV steht typischer Weise für die betriebliche Altersvorsorge – einer der wichtigsten Mitarbeiter-Benefits im Wettrennen um ein kompetentes Team und einen Ruf als attraktiver Arbeitgeber. Für die bAV-Profis des GPI-Service-Centers steht die Abkürzung zudem für die drei wichtigsten Kernfaktoren einer kompetenten Kundenbetreuung in diesem Bereich: „Beraten, Abwickeln, Verwalten“.

„Je innovativer die bAV gestaltet wird, desto stärker die Mitarbeiterbindung“, weiß Geschäftsführer Georg Pamboukis. „Auch beim Recruiting neuer Mitarbeiter fallen jene Arbeitgeber am meisten auf, die eine Corporate-Benefit-Strategie haben.“ Der bAV-Experte weiß aber auch: „Trotzdem schrecken immer noch viele Arbeitgeber (vor allem kleine und mittelständische) vor dem Verwaltungsaufwand und drohenden Haftungsrisiken durch die hohe Komplexität zurück.“

Der wichtigste Tipp, den Georg Pamboukis in dieser Situation geben kann: „Arbeitgeber sollten wissen, wo sie stehen – egal, welche Ziele man als Arbeitgeber im bAV-Bereich auch immer verfolgt.“ Wie attraktiv ist unser Angebot im Benchmark-Vergleich? Wie rechtsicher ist unser Informations- und Dokumentationsprozess? Wann wurde unsere Versorgungsordnung letztmalig überprüft und upgedatet? Nutzen wir schon ein Arbeitgeber-Portal zur volligitalen Vertragsverwaltung? Diese und andere Fragen helfen Arbeitgebern bei der Zieldefinition und geben eine erste Orientierung, wo man im Wettbewerbsvergleich steht.

### Angebot muss erkennbar attraktiv sein

„Mit dem 15-prozentigen Pflichtzuschuss zur Entgeltumwandlung gemäß Betriebsrentenstärkungsgesetz ist eine bAV aus Arbeitnehmersicht noch lange nicht attraktiv“, erklärt Georg Pamboukis. Zumal sich der Pflichtzuschuss im Regelfall über die Sozialabgabensparnis, die durch die Entgeltumwandlung auf Arbeitgeberseite entsteht, refinanzieren lässt. Deutlich höhere Beteiligungsquoten ließen sich mit sogenannten „Matchingmodellen“ erzielen. „So ein Modell könnte zum Beispiel sein, dass bei einer monatlichen Entgeltumwandlung von 100 Euro der Arbeitgeber die gleiche Summe dazu gibt. So fließen insgesamt 200 Euro in die bAV und der Arbeitnehmeranteil beträgt dabei durchschnittlich nur etwa 50 bis 60 Euro“, macht der GPI-Chef deutlich. „Die dadurch für den Arbeitnehmer erzielten Förderquoten liegen häufig bei 70 bis 80 Prozent. Da bleibt unterm Strich auch in der Leistungsphase genug für Arbeitnehmer übrig, trotz Steuern und gegebenenfalls anfallenden Beiträgen zur gesetzlichen Krankenversicherung.“

### Info und Beratung – persönlich

Auch ein noch so attraktives bAV-Modell findet nicht alleine zum Arbeitnehmer. Daher ist eine professionelle Kommunikationsstrategie unerlässlich. „Die Erfahrung hat gezeigt: Trotz Online- und Digitalberatung während der Pandemie wünschen die meisten Arbeitnehmer lieber eine persönliche Info und Beratung“, so Pamboukis weiter. „Das bedeutet zwar einen gewissen Zeitaufwand für den Arbeitgeber, aber die Arbeitnehmer wissen das durchaus zu schätzen.“ Neue Mitarbeiter sollten bereits im Rahmen des Onboarding-Prozesses kurz über das bAV-Angebot informiert werden. Idealerweise mit einem Info-Flyer in der Begrüßungsmappe.

### Employer Branding – mit bAV

TOP-Arbeitgeber haben es im „War for Talents“ leichter, weil sie von Mitarbeitern und potenziellen Bewerbern als sichtbar kompetenter wahrgenommen werden. In der Werbung

nennt man das auch „Sichtbarkeit erhöht Kompetenzvermutung“. Hochwertige Info-Flyer im Corporate Design, Landingpage im Intranet und regelmäßige Informationsveranstaltungen (in Präsenz und online) rund um die bAV erhöhen die Arbeitgeberattraktivität nachweislich. Heutzutage löst ein Versicherungsprospekt keine Begeisterung bei den Arbeitnehmern aus. „Je firmenindividueller die Info-Flyer, die Landingpage und der Beratungsprozess gestaltet werden, desto mehr Begeisterung löst das Thema bei den Arbeitnehmern aus“, fasst Georg Pamboukis zusammen.

### Die Personalabteilung mit digitaler Verwaltung entlasten

Welcher Personalverantwortliche kennt das nicht: Viele Versicherer, mehrere Durchführungswege, keine lückenlose Historie der Verträge, fehlende Entgeltumwandlungsvereinbarungen, fehlende Dokumente und so weiter. Immer mehr Personalabteilungen wünschen sich auch für die bAV-Verwaltung eine digitale Lösung. Am besten gleich ein Arbeitgeber-Portal, das die Bearbeitung von sämtlichen Geschäftsvorfällen online ermöglicht. Gleichzeitig sollte auch der Zugang zu allen bestehenden Verträgen in einem Datenraum bestehen. Spätestens hier wird die Anzahl der Portale überschaubar, die das über alle Versicherer und Durchführungswege hinweg (inklusive Zeitwertkonten) leisten können.

### bAV mit betrieblicher Krankenversicherung (bKV) ergänzen

Immer häufiger wünschen sich Arbeitnehmer neben einer betrieblichen Altersvorsorge eine betriebliche Krankenversicherung. Denn diese bietet einen sofort erlebbaren Mehrwert, wenn es zum Beispiel um hohe Zuzahlungen bei Implantaten oder bei naturbasierten Medikamenten geht, welche die gesetzlichen Kassen nicht erstatten. Manchmal wartet man auch wochenlang auf einen wichtigen Facharzttermin. Mit dem Facharztterminservice der bKV bekommt man diesen deutlich früher. Arbeitgeber können die Finanzierung der bKV-Beiträge auch im Rahmen der steuer- und sozialversicherungsfreien Sachbezugsgrenze (50 Euro monatlich) abbilden. Alternativ besteht die Möglichkeit der Pauschalversteuerung.

Die Zahl der Arbeitgeber, die ihren Arbeitnehmern eine bKV anbieten, ist von etwa 3.000 im Jahr 2018 auf über 35.000 im Jahr 2023 gestiegen. „Experten gehen davon aus, dass für Arbeitnehmer betriebliche Vorsorge- und Gesundheits-Benefits zukünftig eine immer größere Rolle bei der Arbeitgeberauswahl spielen“, weiß Georg Pamboukis und rät daher seinen Kunden sowie allen, die es werden wollen: „Darauf sollten sich vor allem kleine und mittelständische Arbeitgeber einstellen und proaktiv mit attraktiven Angeboten auf die Arbeitnehmer zugehen.“