##### Pressemitteilung

**Unternehmen versäumen es, mit ihrer betrieblichen Altersversorgung zu punkten**

**PwC-Umfrage unter 1.000 Beschäftigten: Betriebliche Altersversorgung (bAV) ist wichtiges Kriterium bei Wahl des Arbeitgebers / Deutlich mehr als ein Drittel kennt Art und Umfang ihrer arbeitgeberfinanzierten Versorgung nicht / Informationsdefizit und Erklärungsbedarf auch bei Entgeltumwandlung / Apps als gute Möglichkeit, über Vorsorgemodelle zu informieren**

*Frankfurt, 02. März 2016.* Die betriebliche Altersversorgung (bAV) ist mit einem Anteil von 46 Prozent die Nummer eins unter den Altersvorsorge-Produkten. Und so gut wie alle Arbeitnehmer sind sich des Vorsorgebedarfs bewusst. Trotzdem kennen 41 Prozent ihre eigene arbeitgeberfinanzierte Versorgung nicht und weniger als ein Drittel entscheidet sich für die Entgeltumwandlung. Ein entscheidender Grund dafür ist, dass Unternehmen es versäumen, Beschäftigte über die Vorteile der bAV aufzuklären. Zu diesem Schluss kommt die Studie „Missverständnis bAV“, für die die Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) 1.000 sozialversicherte Beschäftigte befragt hat. „Unternehmen, die sich mit der betrieblichen Altersversorgung als attraktiver Arbeitgeber positionieren und Mitarbeiter binden wollen, müssen für ihre bAV-Modelle werben. Die Vorteile der Entgeltumwandlung wie auch die arbeitgeberfinanzierten Leistungen sind viel zu wenig bekannt“, urteilt Jürgen Helfen, Partner bei PwC und Experte für Altersversorgungssysteme.

**bAV gehört zu den beliebtesten Nebenleistungen**

Von Seiten der Beschäftigten ist das Interesse an einer zusätzlichen Altersabsicherung grundsätzlich groß. 90 Prozent gehen davon aus, dass die staatliche Rente später einmal nicht ausreichen wird. Gerade qualifizierte Mitarbeiter schätzen die Möglichkeit einer bAV besonders: Für mehr als zwei Drittel der jungen Akademiker ist das Angebot des Arbeitgebers ein Kriterium bei der Stellenwahl. Die bAV gehört zu den beliebtesten Zusatzleistungen, nur Weiterbildungsmöglichkeiten werden als noch wichtiger angesehen.

Doch gleichzeitig offenbart die Studie Informationsdefizite: 15 Prozent erhalten zwar eine komplett vom Arbeitgeber finanzierte Betriebsrente, aber nur die Hälfte von ihnen hat eine konkrete Vorstellung, wie viel der Arbeitgeber überhaupt aufwendet, und kann diese Leistung deswegen gar nicht entsprechend wertschätzen. 75 Prozent der Befragten würden eine Einzahlung von 100 Euro in die Altersvorsorge einer heutigen Nettoauszahlung von 50 vorziehen – doch nur knapp ein Drittel von ihnen betreibt Entgeltumwandlung.

**Rechtsanspruch auf Entgeltumwandlung ist wenig bekannt**

Gerade bei der Brutto-Entgeltumwandlung, bei der Beschäftigte Teile ihres Entgelts steuer- und sozialversicherungsfrei in die bAV einzahlen können, sieht die Studie besonderen Aufklärungsbedarf: So wissen viele offensichtlich nicht, dass sie einen Rechtsanspruch auf Entgeltumwandlung haben: 29 Prozent der Befragten meinen, dass es in ihrem Unternehmen so etwas gar nicht gebe. In kleineren Betrieben unter 50 Mitarbeitern liegt dieser Anteil sogar bei 40 Prozent. Zudem haben viele Beschäftigte keine konkrete Vorstellung, wie sich die Entgeltumwandlung im ihrem Fall finanziell auswirken würde.

**Nur eine Minderheit erwartet rein arbeitgeberfinanzierte Modelle**

„Um die bAV als Instrument zur Mitarbeiterbindung zu nutzen, müssen Unternehmen die Bedürfnisse der Beschäftigten stärker berücksichtigen“, rät Helfen. Eine allgemeingültige Erwartungshaltung gibt es allerdings nicht: So wünschen sich 42 Prozent – unter den Jüngeren sind es sogar 46 Prozent – von einem idealen Arbeitgeber, dass er sie bei den eigenen Vorsorgebemühungen mit Zuschüssen unterstützt. In der Vorläuferstudie von 2014 belief sich dieser Anteil nur auf 35 Prozent. Nur eine Minderheit (22 Prozent) legt dagegen Wert auf eine komplett vom Arbeitgeber finanzierte Versorgungsleistung. Weitere 18 Prozent erwarten gar keine bAV und 19 Prozent wären bereits mit einem Informationsangebot zufrieden. „Eine arbeitgeberfinanzierte Altersvorsorge, die nach dem Gießkannenprinzip vergeben wird, geht am Bedarf vorbei und wird von vielen Beschäftigten kaum wertgeschätzt. Unternehmen betreiben also einen hohen Aufwand, ohne bei Mitarbeitern damit entsprechend zu punkten“, sagt Helfen.

Als weiteren Schwachpunkt nennt die Studie die unzureichende Kommunikation zu diesem Thema: Fast die Hälfte der Befragten gibt an, von ihrem Arbeitgeber keinerlei Erläuterungen zur bAV zu erhalten. Dabei bleibt offen, ob der Arbeitgeber tatsächlich keine Informationen bereithält oder ob sie einfach nur nicht ankommen. Je kleiner die Firmen, desto schlechter fühlen sich Mitarbeiter informiert: In Betrieben mit weniger als 50 Mitarbeitern geben 70 Prozent an, keine Hinweise auf die bAV zu erhalten, in Konzernen mit 10.000 und mehr Mitarbeitern sind es 29 Prozent.

**Je mehr Informationskanäle es gibt, desto besser**

„Unternehmen tun gut daran, bei der bAV auch ein gewisses Budget für die interne Vermarktung vorzuhalten“, rät Helfen. „Je mehr Kanäle genutzt werden, desto besser.“ In ihrem jeweiligen Wirkungsgrad unterscheiden sich individuelle Beratungstermine, Info-Veranstaltungen oder Auskünfte über Intranet, Broschüren und E-Mail nicht sehr stark. Am besten informiert fühlen sich Mitarbeiter in Unternehmen, die eine breit gefächerte Kombination dieser Kommunikationskanäle nutzen. Besonders vielversprechend ist darüber hinaus der Einsatz von Apps. Sie sind zwar bisher nur selten in Gebrauch, werden aber besonders gut angenommen. Nur bei drei Prozent der Mitarbeiter, die per App informiert wurden, blieb die Resonanz aus. Zum Vergleich: Bei den übrigen Kommunikationswegen liegt der Anteil der Mitarbeiter, die nicht erreicht wurden, bei etwa zehn Prozent. Besonders bei Arbeitnehmern unter 25 Jahren ist der Wirkungsgrad von Apps außerordentlich hoch.

„Bei der bAV besteht dringender Handlungsbedarf”, so Helfens Fazit: „Denn ihr Nutzen liegt aus Unternehmenssicht letztlich in der Wertschätzung der Mitarbeiter begründet. Doch es fehlt an der entsprechenden Kommunikation mit den Beschäftigten und einer bedarfsorientierten Ausgestaltung des bAV-Modells.”

**Weitere Informationen erhalten Sie unter:**

www.pwc.de/bAV\_2016

**Pressekontakt:**

Dagmar Kurrle

PwC Presseabteilung

Tel.: (069) 95 85 - 6145

E-Mail: dagmar.kurrle@de.pwc.com

[www.pwc.de](http://www.pwc.de)

**Über PwC:**

PwC betrachtet es als seine Aufgabe, gesellschaftliches Vertrauen aufzubauen und wichtige Probleme zu lösen. Mehr als 208.000 Mitarbeiter in 157 Ländern tragen hierzu mit hochwertigen, branchenspezifischen Dienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuer- und Unternehmensberatung bei.

Die Bezeichnung PwC bezieht sich auf das PwC-Netzwerk und/oder eine oder mehrere der rechtlich selbstständigen Netzwerkgesellschaften. Weitere Details unter www.pwc.com/structure.