



„Die Beratung muss jetzt losgehen“

Cash. sprach mit fünf Branchen-
expertinnen und -experten über die
Entwicklung der Absatzzahlen in der
betrieblichen Vorsorge und die
Bedeutung von Künstlicher Intelligenz
und Nachhaltigkeit in diesem Segment.

Roundtable: KIM BRODTMANN, CASH.

Die Diskussionsteilnehmer von links

Ralf Berndt, Vorstand Stuttgarter
Karsten Rehfeldt, Geschäftsführer BBVS
Martin Gräfer, Vorstand Die Bayerische
Alexandra Markovic-Sobau, Leiterin Vertrieb Hallesche
Paulo Patricio, Organisationsdirektor Makler &
Mehrfachagenten, Hanse Merkur

FOTO: FLORIAN SONNTAG



Martin Gräfer: „Wir werden an einer Verlängerung von Lebensarbeitszeit oder einer weiteren Reduktion von Renten nicht vorbeikommen.“

2023 war aufgrund des Kriegs in der Ukraine und seiner gesamtwirtschaftlichen Folgen kein leichtes Jahr, sowohl für die Unternehmen als auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wie hat sich das in den Absatzzahlen der betrieblichen Vorsorge, also bAV und bKV, niedergeschlagen?

Patricio: Gar nicht, muss man ehrlicherweise sagen. Der Ukraine-Krieg hat überhaupt keinen Einfluss auf unser Geschäft gehabt – vielleicht hat er sogar positiven Einfluss gehabt, denn wir konnten feststellen, dass viele Menschen angefangen haben, sich grundsätzlich Gedanken über ihre Vorsorge zu machen. Da spielt natürlich auch die betriebliche Vorsorge eine Rolle.

Rehfeldt: Bei uns war das ähnlich. Wir haben im letzten Jahr mehr zu tun gehabt als im Vorjahr. Der Krieg hatte überhaupt keinen Einfluss. Wenn, dann glaube ich eher, dass es jetzt Nachwirkungen aufgrund von politischen Entscheidungen geben wird. Aber 2023 hatten wir genug zu tun.

Was für Nachwirkungen meinen Sie?

Rehfeldt: Na ja, das, was jetzt noch so alles kommen wird, in den nächsten Jahren. Ich habe heute früh im Fernsehen gehört, dass bei den Start-ups im letzten Jahr 30 Prozent mehr in die Insolvenz gegangen sind und dass das wohl weiter zunehmen wird. Wir kennen es auch von dem ein oder anderen größeren Unternehmen, das vorhat, die Betriebstätigkeit einzustellen. Da glauben wir schon, dass noch ein bisschen was kommen wird.

Markovic-Sobau: Ich schließe mich an. Bei der Halleschen Krankenversicherung hat sich ein Rekordergebnis eingestellt. Auch das bKV-Geschäft hat nicht unter dem Krieg und seinen Folgen gelitten.

Ich würde das Thema meines Vorredners Herrn Rehfeldt aber noch um die Belastung der Sozialsysteme in Deutschland ergänzen wollen. Ich glaube, das sind Auswirkungen, die wir in den nächsten Jahren noch sehen werden.

„Wir haben im letzten Jahr mehr zu tun gehabt als im Vorjahr.“

Ralf Berndt

negativen Auswirkungen gespürt.

Wie erklären Sie sich das? Liegt es daran, wie Herr Patricio gerade schon gesagt hat, dass sich die Menschen in dieser Krisensituation mehr Gedanken über ihre Absicherung machen?

Berndt: Wenn Zeiten unsicher werden, befassen sich die Menschen intensiver mit dem Thema Sicherheit. Das spielt dann auch bei Themen rein, die wir begleiten, also Altersvorsorge und bAV. Allerdings sehe ich bezogen auf die bAV auch die Themen demografischer Wandel und Fachkräftemangel als besonders wichtig an. Das sieht man daran, dass wir bis vor vier oder fünf Jahren hauptsächlich über Entgeltumwandlung gesprochen haben und jetzt einen sehr

BBVS GMBH

Betriebliche Altersvorsorge – Wege zur Ablösung von Pensionszusagen

Die Ablösung von Pensionsverpflichtungen ist für Unternehmen eine strategische Entscheidung, die insbesondere im Falle eines Firmenverkaufs oder zur Optimierung der Bilanzstruktur relevant wird. Direktzusagen an beherrschende Gesellschafter-Geschäftsführer (GGF) bilden eine häufige Form der betrieblichen Altersvorsorge, die bei einem Unternehmensverkauf zu Herausforderungen führen kann. Oft wird bei der Erteilung nicht beachtet, dass auch der Fall des Verkaufes berücksichtigt werden muss. In den wenigsten Fällen ist nämlich ein potenzieller Verkäufer bereit, eine bestehende Zusage fortzuführen. Auch bei der Betriebsübernahme durch Familienangehörige besteht regelmäßig der Wunsch, eine lastenfreie Firma zu übergeben. Eine Option zur Ablösung ist der Verzicht des GGF auf Pensionsansprüche, was steuerliche Konsequenzen nach sich zieht und als verdeckte Einlage behandelt wird. Eine weitere Möglichkeit stellt die Abfindung der Pensionszusagen dar, die eine sofortige, steuerpflichtige Lösung bietet, jedoch in der Direktzusage vorab vertraglich geregelt sein muss, um nicht als verdeckte Gewinnausschüttung bewertet zu werden.

Die Neugründung einer Rentner-GmbH, die die Pensionsverpflichtungen übernimmt, bietet ein probates Mittel, um das Unternehmen von Versorgungsverpflichtungen zu befreien. Diese Lösung ermöglicht eine rechtliche und wirtschaftliche Trennung der Pensionsverpflichtungen vom operativen Geschäft. Die Auslagerung auf einen

Pensionsfonds kann ebenso als Option diskutiert werden. Allerdings sind diese in der Regel kostenaufwendig oder bieten keine vollständige Enthftung für das abgehende Unternehmen.

Steigende Zinsen und die damit verbundene Hoffnung, dass die von externen Versorgungsträgern benötigten Einmalzahlungen zur Übernahme der Pensionsverpflichtungen sinken, kann jedoch ein Anreiz für Unternehmen sein, gerade jetzt über eine Auslagerung nachzudenken. Hierdurch können bilanzielle Entlastungen erzielt und Risiken sowie Kosten an einen Dritten übertragen werden.

Die Auslagerung von Pensionsverpflichtungen bietet vielfältige Gestaltungsmöglichkeiten, von denen jede ihre spezifischen Vor- und Nachteile hat. Dies umfasst die Reduzierung von Verwaltungskosten, die Beseitigung biometrischer Risiken, die Vermeidung von Anpassungsverpflichtungen und die Verkürzung der Bilanz. Die Entscheidung für einen Auslagerungsweg wird dabei durch finanzielle, steuerliche und arbeitsrechtliche Überlegungen bestimmt.

Die Entwicklungen im Bereich der Pensionsverpflichtungen und der verfügbaren Instrumente zur Auslagerung bedeuten, dass Unternehmen wohlberaten sind, ihre Optionen durch das Team der bbvs GmbH sorgfältig prüfen zu lassen und bei Bedarf anzupassen. Dies erfordert eine umfassende Beratung und Abwägung der verschiedenen Möglichkeiten, um eine Entscheidung zu treffen, die den langfristigen Interessen des Unternehmens und seiner Stakeholder dient.

Kontakt: bbvs GmbH

bbvs
Vorsorge mit Präzision



Karsten Rehfeldt, Geschäftsführer, Rentenberater für betriebliche Altersvorsorge, karsten.rehfeldt@bbvs-gmbh.de



Alexander Tschernyschow, Geschäftsführer, Rentenberater für betriebliche Altersvorsorge, a.tschernyschow@bbvs-gmbh.de



Michael Diedrich, Rentenberater für betriebliche Altersvorsorge, michael.diedrich@bbvs-gmbh.de



Die Diskussion fand im Januar im Schlosshotel Fleesensee (Mecklenburg-Vorpommern) statt.

hohen Anteil Arbeitgeberbeteiligung oder sogar komplett arbeitgeberfinanzierte Altersversorgung in der bAV sehen. Das ist ein klares Indiz, dass es um Fachkräfte und Mitarbeiterbindung geht, also die klassischen Argumente für die Altersversorgung.

Gräfer: Wir hatten ein Rekordjahr in der Altersversorgung, verzeichnen in der bAV über 118 Prozent Steigerung. Immer mehr Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer verstehen, dass die gesetzliche Rentenversicherung heute schon ein herausragendes Problem hat, und das wird eher noch größer werden. In diesem Jahr werden 110 Milliarden Euro benötigt, um die gesetzliche Rentenversicherung mit Steuergeldern zu stützen. Wir werden also an einer Verlängerung von Lebensarbeitszeit oder einer weiteren Reduktion von Renten nicht vorbeikommen. Da ist die betriebliche Vorsorge das Masterwerkzeug, um dagegenzuwirken.

Allerdings heißt es immer, dass es an etwas ganz Wichtigem fehlt, nämlich qualifizierten Vermittlerinnen und Vermittlern in diesem Bereich. Hat sich das verbessert? Oder ist es immer noch schwierig, die betriebliche Vorsorge in die Breite zu bringen, weil es an dieser Schlüsselposition mangelt?

Patricio: Mein persönlicher Eindruck ist, dass es keinen Mangel an qualifiziertem Personal gibt. Die betriebliche Vorsorge ist aber auch kein Breitenmarkt. Man muss halt gucken, ob man die Mittelschicht der Vermittlerschaft für diese Themen gewinnt und dadurch mehr Breite in das Geschäft bekommt. In Qualifikation investieren führt dazu, dass man am Ende des Tages mehr qualifizierte Vermittler am Markt erzeugt und erreicht. Aber wir stellen bei der Hanse Merkur fest, dass wir mit den Vermittlern, die am Markt sind, durchaus qualifiziertes Geschäft machen.

Markovic-Sobau: Von der Quantität her haben wir keinen Mangel an Vermittlern. Auch die verkäuferische Kompetenz ist im ausreichenden Maße vorhanden. Was sich über die Jahre aufbauen muss ist die Fachkompetenz in der ganzheitlichen Ansprache, das heißt

das Thema der betrieblichen Vorsorge ganzheitlich anzugehen. Das ist, würde man vielleicht neudeutsch sagen, Job-Enrichment für die Vertriebspartner. Die sind super qualifiziert. Die können das, was sie tun, herausragend. Aber es gibt beim Angang der Kunden durchaus Bedarf, die Kenntnisse und Fähigkeiten beider Themen aufzuwerten.

Gräfer: Eine wichtige Rolle spielt dabei auch die Digitalisierung. Wir haben in den letzten Jahren herausragend viel Geld investiert, um gemeinsam mit Partnern die gesamte Strecke der betrieblichen

Vorsorge zu digitalisieren. Die Investition kommt jetzt auch rein. Ohne diese Form von Digitalisierung wäre das nicht so.

Berndt: Ich habe bisher keinen Engpass empfunden. Es gibt sicherlich noch Potenzial, mehr Vermittler zu begeistern und zu gewinnen, die sich dann in ihrem Kundenstamm dem Thema betriebliche Altersversorgung widmen. Das versuchen wir durch Weiterbildungsmaßnahmen zu unterstützen, die über das Produkt hinausgehen – auch in Zusammenarbeit mit der Deutschen Maklerakademie, dort bieten wir entsprechende Kurse an. Für Vermittler, die sich selbst danach noch nicht trauen, bieten wir eine Vertriebsunterstützung in diesem Bereich an. Unsere bAV-Vertriebsunterstützer gehen dann gemeinsam mit den Maklern zu den Firmenkunden, also sozusagen Training on the Job, um ihnen damit Sicherheit zu verschaffen. Grundsätzlich zeichnet sich bei den Vermittlern immer deutlicher die

„Die betriebliche Vorsorge ist aber auch kein Breitenmarkt.“

Paulo Patricio

nahmen zu unterstützen, die über das Produkt hinausgehen – auch in Zusammenarbeit mit der Deutschen Maklerakademie, dort bieten wir entsprechende Kurse an. Für Vermittler, die sich selbst danach noch nicht trauen, bieten wir eine Vertriebsunterstützung in diesem Bereich an. Unsere bAV-Vertriebsunterstützer gehen dann gemeinsam mit den Maklern zu den Firmenkunden, also sozusagen Training on the Job, um ihnen damit Sicherheit zu verschaffen. Grundsätzlich zeichnet sich bei den Vermittlern immer deutlicher die

FOTO: FLORIAN SONNTAG

Mit
höchstem
Budget am
Markt

Robert Raeder
HanseMerkur Abteilungsleiter Mathematik

Jetzt neu: HanseMerkur
Company Fit

Top bKV für Firmenkunden

Die bKV-Budgettarife der HanseMerkur überzeugen durch ein umfangreiches Leistungsangebot zu besonders günstigen Beiträgen. Die große Tarif-Flexibilität ermöglicht Unternehmen, ihren Mitarbeitenden individuelle Gesundheitsleistungen anzubieten. Von Sehhilfe und Zahnersatz bis zu Naturheilkunde und Vorsorgeuntersuchungen – und das mit dem höchsten Budget-Umfang am Markt. Gute Vertriebsaussichten für Sie, denn Hand in Hand ist HanseMerkur.



Hand in Hand ist
HanseMerkur

Erkenntnis ab, dass der Bereich betriebliche Altersvorsorge perspektivisch eine große Chance für sie bietet, wenn sie sich diesem Themenfeld widmen.

Herr Rehfeldt, Sie wollen intervenieren?

Rehfeldt: Ich bin bei dem Thema ein bisschen gespalten. Ich bin bei Frau Markovic-Sobau und den anderen Teilnehmern, dass wir sicherlich eine hohe Zahl an qualifizierten Maklern haben, die aber in den nächsten Jahren abnehmen wird. Wir haben bei den Maklern ein demografisches Problem, der durchschnittliche Makler ist über 50. Und wir haben generell das Problem, dass in den nächsten zehn Jahren 20 Millionen Verträge frei werden, die betreut werden müssen. Viele Makler haben aber mit ihrem Privatkundengeschäft so viel zu tun, dass sie sich um das Thema betriebliche Vorsorge gar nicht kümmern können. Ich sehe da schon einen Engpass an qualifizierten Vermittlern. Wir müssen da ganz viel tun, wir müssen ausbilden. Das Thema ist hochkomplex, und es ist eben nicht nur Produktvermittlung. Man muss konzepttechnisch unterwegs sein.

Berndt: Nach unserer Beobachtung gibt es ein großes Potenzial an Möglichkeiten. Viele Makler und Vermittler schauen: Wo sind denn vor zehn oder 15 Jahren betriebliche Altersversorgungswerke ins-

„Wir müssen ganz viel tun, wir müssen ausbilden.“

Karsten Rehfeldt

Teil gibt es die Vermittler gar nicht mehr, auch aufgrund der Demografie. Aber es gibt auch Vermittler, die sich nicht systematisch darum gekümmert haben. Und dann sind die Firmen dankbar, wenn jemand kommt, der sich kümmert.

Ist das Potenzial den Maklern bewusst?

Berndt: Noch nicht in der Breite.

Markovic-Sobau: Ich glaube, das sind größtenteils Zufallstreffer.

Rehfeldt: Die Spezialisten, die in dem Bereich unterwegs sind, die wissen das.

Gräfer: Aber die haben auch wieder einen anderen Angang. Es stellt sich immer die Frage: Wie gewinnt man die Kunden? Ich habe mit Kunden telefoniert: „Sie sind jetzt der Wievielte die Woche, der mich mit bAV anruft? Danke, tschüss!“ Deswegen kam ja die bKV sehr gut an, weil man plötzlich eine neue Story hatte, um dann mit der bKV in die bAV einzudringen. Ich erlebe immer mehr spezialisierte, auch kleinere Makler, die Veranstaltungen mit ihren Kunden machen, die wirklich Innovation bieten, um genau solche Fragen zu stellen. Das ist noch nicht wirklich die Masse. Aber wer heute anfängt, sich mit bAV und bKV neu am Markt zu etablieren, muss sich ganz genau überlegen, wie sein Zugang ist und mit welchen Ideen und Themen er auf welche Firmen zugeht. Es ist unendlich wichtig, gute Netzwerke zu haben.

Markovic-Sobau: Es gibt ein paar Makler, die sich zum Beispiel über Elemente aus der Social Media-Arbeit auf dieses Feld begeben, und dort ist es ja relativ leicht, eine Nachfrage zu provozieren oder dieses Klientel ausfindig zu machen. Mit einer professionellen Social Media-Arbeit kann man durchaus zu diesem sehr speziellen Lead gelangen. Ein paar Makler können das systematisch in Erfahrung bringen, sie beschäftigen sich damit. Das beobachte ich schon.

Rehfeldt: Ich will mal ein Beispiel nennen. Wir haben im letzten Jahr eine Agentur beauftragt, mal für uns zu telefonieren – eine Agentur, die in der Lage ist, hochwertige Dienstleistungen an den Mann zu bringen. Die haben für uns innerhalb eines Jahres 15 >

Alexandra Markovic-Sobau:
„Auf Social Media ist es relativ leicht, eine Nachfrage zu provozieren.“

talliert worden, die aber nicht gepflegt wurden, die jetzt quasi brachliegen? Dann bieten sie gezielt ihre Dienstleistung an, um neben diesen alten Gruppenverträgen ein modernes Versorgungswerk zu setzen, auch für zukünftige Mitarbeiter. Es gibt ganz vielfältige Möglichkeiten.

Ist das ein großer Markt?

Berndt: Ja, extrem. Zum

Die neuen HanseMerkur-Budgettarife Company Fit: Ihre Vertriebschance in der bKV

Wenn des „Maklers Liebling“ in der Krankenvollversicherung das Geschäftsfeld der betrieblichen Krankenversicherung neu aufstellt, ist einiges zu erwarten. „Wir wollten nichts anderes, als produktseitig ein optimales Angebot mit marktführenden Gestaltungsmöglichkeiten auf den Markt zu bringen“, beschreibt Paulo Patricio, Organisationsdirektor Makler und Mehrfachagenten der HanseMerkur, den vertrieblichen Anspruch an die Kalkulation der neuen Tarife. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeiten die HanseMerkur-Experten aus Produktentwicklung und Vertrieb Hand in Hand zusammen. „Inhomogene Versichertenkollektive mit ihren unterschiedlichen Bedürfnissen stellen spezielle

geuntersuchungen bietet die Top-Deckung noch umfangreichere Leistungen als der Tarif BKB. Ein besonderes Highlight ist zudem das zusätzlich wählbare Extra-Budget: Für nur einen Euro Mehrbeitrag erhöht sich der Budgetrahmen automatisch bei Leistungsfreiheit, nach einem leistungsfreien Jahr um +25 Prozent und nach zwei leistungsfreien Jahren um +50 Prozent.

Paulo Patricio sieht viele vertriebliche Chancen in den neuen Budgettarifen der HanseMerkur: „Für den Vermittler ist wichtig: Die Tarife sind einfach und leistungsstark – und wie immer top kalkuliert. Damit werden wir unserem Anspruch gerecht, in allen Zielgruppen vertriebsnahe Produkte anzubieten.“ Das Preis-Leistungsverhältnis der neuen Budgettarife ordnet sich im Wettbewerb ganz oben ein. Das honoriert auch die umfassende bKV-Erhebung von Focus Money, in der sich die HanseMerkur-Tarife, zusammen mit einer weiteren Gesellschaft, den Testsieg sichern konnten. Als zusätzlichen USP in der Beratung von Arbeitgebern kann zudem das innovative Krebsfrüherkennungsprogramm Krebs-Scan auch in der bKV-Variante BKZY mit den neuen Budgettarifen kombiniert werden.



Paulo Patricio,
Organisationsdirektor Makler und Mehrfachagenten und Dr. Adrian Hammerschmidt, Leiter der KV-Produktentwicklung der HanseMerkur

Herausforderungen an die Tarifentwicklung in der betrieblichen Krankenversicherung“, betont Dr. Adrian Hammerschmidt, Leiter der KV-Produktentwicklung der HanseMerkur. „Budgettarife bilden diese unterschiedlichen Bedürfnisse gut ab, wobei die Schwierigkeit darin lag, ein angemessenes Kalkulationsmodell mit wettbewerbsfähigen Beiträgen zu entwickeln“, so Hammerschmidt weiter. Mit diesen Prämissen steigt die HanseMerkur nun mit der neuen Produktlinie Company Fit in den Markt der Budgettarife ein. Damit werden die bestehenden Bausteintarife ergänzt.

Die neuen HanseMerkur-Budgettarife im Überblick

Die Tarifvarianten BKB und BKBT stellen den neuesten Stand der Budget-Tarifentwicklung dar: Mit individuell gestaltbaren Budgethöhen von 300 Euro bis 1.700 Euro stehen dem Arbeitgeber zahlreiche Optionen zur Verfügung, um das Angebot des betrieblichen Gesundheitsmanagements auf seine individuellen Bedürfnisse anzupassen. Maximale Leistung bietet die Tarifvariante BKBT: Für Prophylaxe, Sehhilfen und Lasik, Krankenhaustagegeld und Vorsor-

Die Highlights der Company Fit Budgettarife

- Gruppenvertrag bereits ab 5 Personen
 - Ohne Gesundheitsprüfung
 - Keine Wartezeiten
 - Keine festen Budgethöhen
 - Kombinierbar mit Bausteintarifen
- Optional:
- Extra-Budget bei Leistungsfreiheit
 - Beitragsfreistellung bei Unterbrechungen (wie z.B. Elternzeit oder längere Krankheit)

Ihren vertrieblichen Ansprechpartner sowie alle vertriebsunterstützenden Unterlagen inkl. des Focus Money-Sonderdrucks finden Sie hier:



Ansprechpartner



Company Fit

Kontakt: HanseMerkur, Tel. 040 - 4119 40 24, Email: vertriebsportal@hansemerkur.de, Internet: www.hansemerkur-vertriebsportal.de



Karsten Rehfeldt:
„Digitalisierung ist ein zentrales Thema für die Zukunft.“

Termine bei Firmen mit mehr als 100 Mitarbeitern gelegt. Da waren Hidden Champions dabei, Weltmarktführer, unter anderem für die Herstellung und den Vertrieb von Landmaschinen. In einem einzigen dieser 15 Unternehmen war die betriebliche Altersvorsorge ordentlich geregelt. Die bKV kannten die gar nicht. Das ist total spannend. Wir haben in der Mehrzahl der Unternehmen mit dem Thema bKV angefangen, bevor wir in die bAV reingegangen sind, weil da leider ein ziemliches Wirrwarr herrscht. Die Verträge sind teilweise 20 Jahre alt, da sind in der Spitze 20 bis 30 unterschiedliche Versorgungsträger drin, so nach dem Motto: Jeder, der gekommen ist und was mitgebracht hat, wurde übernommen. Der gesetzliche Zuschuss ist überhaupt nicht geregelt. Es gibt da ein Riesenzugriff in den Firmen. Und das ist ja der Bereich, für den das Betriebsrentenstärkungsgesetz gedacht war, Unternehmen um die 100, 200 Mitarbeiter. Man denkt, da ist alles geregelt. Da ist nichts geregelt. Das wurde einfach liegen gelassen.

Da kann man ja sicherlich viel mithilfe digitaler Tools updaten. Welche Rolle spielt eigentlich Künstliche Intelligenz (KI) in der betrieblichen Vorsorge?

Rehfeldt: Ich habe ein paar Mal mit ChatGPT herumgespielt, und das Ergebnis war nicht überzeugend. Aber ich denke schon, dass KI in der Verwaltung von betrieblichen Versorgungssystemen eine große Rolle spielen kann. Wenn man sich ein bisschen intensiver damit beschäftigt und in diese ganzen Human-Resources-Prozesse reingeht, dann weiß man, dass nicht nur betriebliche Versorgungssysteme ein Verwaltungsproblem haben, sondern alle anderen Systeme auch. Mir sagen Personalverantwortliche immer: „Ich hätte am liebsten ein System, in das ich einmal eingebe, dass der Arbeitnehmer eine entgeltlose Dienstzeit hat, und dann wird das in

„Es ist unendlich wichtig, gute Netzwerke zu haben.“

Martin Gräfer

Beratungsansatz, sondern auch über die Zeit. Man kann es ja persönlich kaum noch leisten, Arbeitnehmer jedes Jahr darüber zu informieren, was gerade passiert, was sie tun können, was sie nicht tun können, an welchen Stellen sich Änderungen ergeben haben. Die Newsletter werden nicht gelesen, seien wir mal ganz ehrlich. Betriebsversammlungen allein reichen dafür auch nicht. Also muss man die Mitarbeiter direkt ansprechen. Und da sind KI-ähnliche Modelle durchaus vorstellbar. Nehmen wir mal ein Beispiel: Der Berater kann den Kunden einmal im Jahr besuchen, ohne ihn zu besuchen, indem er einen Avatar für sich erstellt und den Kunden berät. Die Fragen, die der Kunde stellt, kennt er sowieso schon alle. Der Kunde wird ja keine einzige Frage stellen, die ihn verblüfft. Das heißt, man kann wirklich gute Beratungsgespräche übersetzen und damit seinen Wirkungsgrad deutlich erhöhen. Digital ist vieles möglich.

Markovic-Sobau: Ich kann das nur unterstreichen, in der bKV ist das unser Kerngeschäft. Eine Stunde nach Abschluss beginnt quasi unser Kontakt mit dem Beschäftigten. Leistung, die einge- ➤

alle anderen Systeme gestreut, und ich muss da nichts mehr machen.“ Das ist die Wunschvorstellung, davon sind wir aber noch weit entfernt. Digitalisierung ist ein zentrales Thema für die Zukunft.

Gräfer: Ich sehe große Anwendungsfelder für KI-ähnliche Lösungen. Nicht nur im

FOTO: FLORIAN SONNTAG



Magdalena Neuner, Doppel-Olympiasiegerin & zwölfmalige Weltmeisterin im Biathlon

Nachhaltigkeit gehört zu jeder betrieblichen Altersvorsorge

Mit **Pangaea Life bAV Invest** in erneuerbare Energien und nachhaltige Immobilien investieren.

Jetzt informieren auf:
[unternehmensvorsorgewelt.de](https://www.unternehmensvorsorgewelt.de)



BL die Bayerische Lebensversicherung AG
Thomas-Dehler-Str. 25
81737 München
[diebayerische.de](https://www.diebayerische.de)



die Bayerische
Unternehmensvorsorgewelt

reicht werden, erstatten wir sehr schnell. Das können wir wunderbar mithilfe von Digitalisierung machen, zum Beispiel mit unserer App Hallesche4u, dort findet ein sehr häufiger Kundenkontakt statt, auch mit Hinweisen und Tipps. Da ist eine Menge Potenzial vorhanden. Ich würde das aber nicht unter Beratung subsumieren, sondern unter Kundenkommunikation oder auch -pflege im weitesten Sinne. Wir streuen im Kontakt mit den Kunden durchaus Aspekte ein, die dann möglicherweise ein Gespräch mit dem Berater erforderlich machen.

Berndt: Perspektivisch wird KI auf jeden Fall in allen Dimensionen eine Rolle spielen. Viele Prozesse in der bAV sind extrem aufwendig, zum Beispiel die ganzen Fortführungen. Auch Fragen wie: „Was willst Du damit? Stellst Du den Vertrag beitragsfrei, lieber Arbeitnehmer? Willst Du den Vertrag beim neuen Arbeitgeber fortführen?“ Das alles ist für Vermittler sehr aufwendig und wird deshalb auch nicht systematisch gemacht. Da kann KI sicherlich helfen. Stand heute sind wir noch nicht soweit, aber wir werden da hinkommen.

Patricio: KI wird jetzt Alltag. Wir werden die Veränderungen gar nicht merken. Die Leute erwarten, dass morgen was passiert. Morgen passiert aber nichts. Aber wenn wir uns die nächsten zehn Jahre anschauen, passiert jeden Tag eine Kleinigkeit. Und wenn wir in zehn Jahren wieder darauf zurückblicken, denken wir: Oh, so haben wir vor zehn Jahren gearbeitet? Dann wird ein Avatar im Vertriebsalltag ganz normal sein. Jeder von uns hat eine Bank-App auf dem iPhone und klickt dreimal am Tag drauf. Dann klickt man vielleicht noch auf die Reisen, die man gesucht hat. Wer bucht denn heute noch eine Reise im Reisebüro? Das müssen wir auch in der betrieblichen Vorsorge schaffen. Der Kunde muss den Gedanken haben: Oh, wie ist denn der Stand meiner bKV? Und dann klickt er einfach drauf.

Gräfer: Es ist eine große Schwäche unserer Branche, übrigens auch der Beraterinnen und Berater, dass wir am Anfang immer ganz stark sind und dann mit der Laufzeit schwächer werden. Das müssen wir ausmerzen. Wir haben ja gerade gehört, wie viele Rahmenverträge überhaupt nicht mehr gepflegt werden. Da ist ein großes Potenzial für uns, und digital ist vieles möglich. Wir brauchen nur den Regisseur, der genau sagt, was getan werden muss, und das sind die Fachleute.

Der zweite große Megatrend neben der Digitalisierung ist das Thema Nachhaltigkeit. Welche Bedeutung haben ESG-Faktoren mittlerweile in der betrieblichen Vorsorge?

Markovic-Sobau: Das Thema hat viele Gewänder. Wir sprechen

„Wir werden die Veränderungen durch KI gar nicht merken.“

Paulo Patricio

hier vom Firmenchef, der nachhaltig wirken muss, beziehungsweise etwas in sein Business einbringen muss, sowohl was sein Geschäftsmodell betrifft als auch seine Belegschaft. Die bKV ist ein wunderbares Instrument, das wir ausliefern oder an die Hand geben. Indem der Firmenchef sie kauft und verteilt, bekommt er bestätigt, dass er gegenüber seinen Mitarbeitern nachhaltig auftritt. Wir sind nicht beim ökologischen Fußabdruck, sondern im Bereich „Social“. Was auch zu Nachhaltigkeit gehört, ist: Tue Gutes und rede darüber. Auch kleine Schritte, die die Nachhaltigkeit betreffen, dürfen kommuniziert werden. Je nach Berichtspflichten müssen sie es sogar.

Berndt: Wir betrachten uns als Pioniere im Bereich der nachhaltigen Altersvorsorge, weil wir das Thema schon seit 2013 systematisch betreiben. Wir nehmen natürlich die eher kritischen Diskussionen auf der Vermittlerseite wahr, so im Sinne von: „Ach komm, Nachhaltigkeit, da haben wir keine große Lust drauf! Noch eine zusätzliche Abfrage, und die Abfragen sind eh kompliziert!“ Ich möchte das mal bewusst umdrehen: Im Moment äußern Kunden eine hohe Präferenz beim Thema Nachhaltigkeit. Wenn man in seinem Freundeskreis unterwegs ist, unterhalten sich alle darüber mit ihren Kindern. Jeder sucht da seinen eigenen Weg, aber jeder hat grundsätzlich ein Interesse daran.

Unabhängig von der Altersklasse?

Berndt: Nein, es gibt natürlich Altersstrukturen, in denen man Unterschiede sieht. Aber selbst bei Menschen wie mir, also in ihren Sechzigern, ist ein Grundinteresse vorhanden. Bei den ganz Jungen ist der Prozentsatz natürlich höher, aber generell ist eine hohe Präferenz da, ein hohes Interesse. Das ist eine große Chance für Vermittler, sowohl in der betrieblichen Altersvorsorge als auch in der privaten Altersvorsorge. Wenn der Vermittler den Kunden wirklich mal auf das Thema Nachhaltigkeit anspricht, wird er viel positives Feedback bekommen und hat damit eine zusätzliche Chance, sich im Wettbewerb zu differenzieren – nicht mit einem Preisthema, sondern mit einem wichtigen gesellschaftlichen Thema.

Gräfer: Das möchte ich leidenschaftlich unterstützen. Das ist exakt auch unsere

Erfahrung. Wir bekommen viele Anfragen zum Thema Nachhaltigkeit, nicht nur von Maklern. Jüngst hat ein BekleidungsHersteller nicht kleiner Art aus Baden-Württemberg über die Nachhaltigkeitsbeauftragte des Unternehmens eine Anfrage zur betrieblichen Altersvorsorge bei uns gestellt. Man habe gehört, dass Pangaea Life da was Besonderes anbietet. Wir sind vorstellig geworden, der ➤

„Wir bekommen viele Anfragen zum Thema Nachhaltigkeit.“

Martin Gräfer



DIE BAYERISCHE

Betriebliche Altersvorsorge: Bei der Bayerischen gehen Rendite und Klimaschutz Hand in Hand

Auch bei der betrieblichen Altersvorsorge spielen nachhaltige Lösungen, die auch den Schutz des Klimas reflektieren, eine immer größere Rolle. Dies ist für die Bayerische weit mehr als eine Modeerscheinung. Der Trend spiegelt sich in den Handlungen und Strategien des Unternehmens deutlich wider. Dies hat Auswirkungen: von Dienstreisen bis zur Materialwirtschaft des Versicherers. Das Unternehmen hat Nachhaltigkeit in den Kern seiner Vision integriert und sieht diese als einen Dreiklang aus ökologischer Verantwortung, sozialem Engagement und ökonomischer Stabilität. Dies zeigt sich nicht nur in der Gründung eines eigenen Ressorts für Nachhaltigkeit, sondern auch in der Betonung, dass dieses Thema direkt beim Vorstandsvorsitzenden Dr. Herbert Schneidemann angesiedelt ist.

Investments in Sachwerte zeigen sich als stabile und renditestarke Strategie

Für Kunden der Bayerischen ist Nachhaltigkeit ebenfalls ein zentrales Thema, wobei besonders jüngere Zielgruppen durch nachhaltige Handlungen und Produkte begeistert werden können. Dementsprechend wurden die beiden nachhaltigen Investmentfonds von Pangaea Life sehr begrüßt. Dabei muss kein Kunde auf Rendite verzichten. Die Fonds sind ausschließlich in Sachwerten, wie zum Beispiel Immobilien, Wind- und Wasserkraftanlagen investiert. Kunden in der betrieblichen Altersvorsorge profitieren somit zum Beispiel von Stromverkäufen oder Mieterlösen und sorgen hervorragend fürs Alter vor.

Die Auflage der Pangaea Life Fonds im Jahr 2017 (Blue Energy) sowie 2021 (Blue Living) macht die Transformation des Unternehmens hin zu einem nachhaltigen Geschäftsmodell deutlich. Gleichzeitig verschiebt sich die Erwartungshaltung der Kunden zunehmend von Nachhaltigkeit als einem außergewöhnlichen „Nice-to-Have“ hin zu einer grundlegenden Anforderung an Produkte und Dienstleistungen moderner Unternehmen.

Bei der Pangaea Life bAV Invest werden 80 % der eingezahlten Beiträge garantiert. Garantiegeber ist dabei die BL die Bayerische

Lebensversicherung AG, die selbst als Ankerinvestor in beiden Pangaea Life Fonds investiert ist. Beide Pangaea Life Fonds sind mit dem Sicherungsvermögen des Garantiegebers nach Artikel 8, EU-Offenlegungskategorisierung, eingestuft und vereinen somit ideal ökologische, soziale und Rendite-Merkmale.

Als einer der wenigen Lebensversicherer am Markt verfügt die Gruppe über einen positiven Saldo an Bewertungsreserven. Diese betragen per 31.12.2022 über 360 Millionen Euro - 9 Prozent des Buchwerts der Kapitalanlage. Kundinnen und Kunden der Bayerischen profitierten zudem von einer marktüberdurchschnittlichen Nettoverzinsung von über 4,7 Prozent in den vergangenen 10 Jahren

Nachhaltige Transformation – mehr als ein Feigenblatt

Mit Blick auf regulatorische Entwicklungen, wie die Green Claims Directive der EU, hat die Bayerische ihre Strategie bereits angepasst, um den hohen Anforderungen an transparente und glaubwürdige Kommunikation gerecht zu werden. Das Unternehmen vermeidet Greenwashing durch die Einbindung von Experten in sein Nachhaltigkeitsressort und ist so auf die Abfrage der Nachhaltigkeitspräferenzen der Kunden durch Vermittler vorbereitet. Diese proaktive Haltung verschafft der Bayerischen einen Vorsprung am Markt.

Die künftige Entwicklung in der Branche zeigt, dass Nachhaltigkeit neben anderen aktuellen Herausforderungen wie Teuerungsraten und Zinsveränderungen ein dominierendes Thema bleibt. Die Bayerische erkennt an, dass die Branche noch weit davon entfernt ist, die Herausforderungen des Klimawandels vollständig zu bewältigen, was die fortlaufende Bedeutung von Nachhaltigkeit in ihrer Strategie unterstreicht. Die konsequente Ausrichtung auf nachhaltiges Wirtschaften dient nicht nur der Zukunftssicherung des Unternehmens, sondern auch der Erfüllung der wachsenden Erwartungen von Kundinnen und Kunden in der privaten und betrieblichen Vorsorge.

Kontakt: Bayerische Beamten Lebensversicherung a.G., Tel: +49 (0)89 / 6787-0, E-Mail: info@diebayerische.de, Internet: www.diebayerische.de

Kunde wird von einem mittelgroßen Versicherungsmakler betreut, dem Nachhaltigkeit nicht besonders wichtig ist. Und am Ende des Tages hat der Makler nun auch das Mandat übernommen, ein zusätzliches Versorgungswerk einzurichten, zusätzliche Produkte von Pangaea Life zu etablieren. Er hat die Kurve also noch mal bekommen, was ja gut für ihn ist. Das Thema Nachhaltigkeit ist bei Arbeitgebern und Arbeitnehmern hochrelevant. Und es ist übrigens auch gut, wenn man als Mittelständler seine ESG-Berichte erstellen muss. Dann braucht man ein bisschen Futter, um sagen zu können, ob man für die Bank den richtigen Bonitätskurs hat. Nachhaltigkeit ist ein Riesenbonitätskurs für die Betriebsmittelfinanzierung bei Banken. Auch deshalb ist es eine gute Idee, sich mit dem Thema zu beschäftigen.

Auch die von der Bundesregierung eingesetzte Fokusgruppe Private Altersvorsorge hat sich mit der bAV beschäftigt. Was wünschen Sie sich von der Politik?

Berndt: Die Fokusgruppe hat sich nur mit der privaten geförderten Altersvorsorge beschäftigt, um Riester neu zu denken. Es gibt aber eine zweite Arbeitsgruppe, die durch den Koalitionsvertrag zum Thema bAV eingesetzt worden ist, unter der Leitung des Arbeitsministeriums. Dort rechnen wir tatsächlich mit einem Vorschlag für ein Gesetzgebungsverfahren noch im ersten Halbjahr 2024. Es wird keinen großen Wurf geben, sondern eine Ergänzung zum Sozialpartnermodell – eine Spezialregelung, die auf eine individuelle

„2024 wird wieder ein sehr gutes Jahr in bAV und bKV.“

Karsten Rehfeldt

Die soll verbessert werden. Dabei geht es um die Dynamisierung der Einkommensgrenzen, was sehr gut wäre.

Patricio: Ich finde allerdings, dass die Geringverdiener nicht die entscheidende Zielgruppe sind. Menschen, die heutzutage 1.200 oder 1.300 Euro netto haben in einer Stadt wie Hamburg, haben schon Probleme, ihre Miete zu bezahlen, ihre Kosten einiger- ➤

Initiative hin begründet worden ist und für freie Berufe ermöglichen soll, ein Sozialpartnermodell zu konstruieren, wenn das über eine Verbandslösung erfolgt. Der zweite Punkt ist allerdings sehr zu begrüßen. Das ist die Paragraph-100-Förderung, also Paragraph 100 Einkommenssteuergesetz, die Förderung für Geringverdiener.



Ralf Berndt: „Wenn der Vermittler den Kunden auf das Thema Nachhaltigkeit anspricht, wird er positives Feedback bekommen.“

FOTO: FLORIAN SONNTAG



BETRIEBLICHE FÜRSORGE

**bAV und bKV:
Gemeinsam für
starken Antrieb
sorgen.**

**Betriebliche Versorgung
aus einer Hand.**





Paulo Patricio: „Sowohl bAV als auch bKV werden viele Möglichkeiten eröffnen.“

maßen im Griff zu haben. Es wird sehr schwierig sein, die dafür zu gewinnen, in irgendeine Form der betrieblichen Altersversorgung reinzugehen – auch wenn man da jetzt fördern würde. Man sieht das ja bei Riester. Es ist nicht wirklich gelungen, Riester trotz der signifikanten Förderungen flächendeckend an die Geringverdiener zu bringen.

Berndt: Da widerspreche ich. Bei Riester ist der Unterschied, dass der Kunde wirklich noch selbst etwas zahlen muss. Bei der Geringverdienerförderung zahlt der Arbeitgeber und bekommt einen Teil – hoffentlich demnächst mehr als bisher – vom Staat gefördert. Das ist eine echte arbeitgeberfinanzierte Versorgung. Deshalb ist gar nicht die entscheidende Frage, ob jemand, der ein geringes Einkommen hat, das will oder nicht.

Patricio: Ich bin jedenfalls sehr gespannt auf die Durchdringungsraten bei den Geringverdienern. Wir werden das ja in zwei oder drei Jahren sehen.

Rehfeldt: Ich würde ergänzend gerne noch etwas zum Betriebsren-

tenstärkungsgesetz sagen, dem letzten größeren politischen Reformvorhaben in der bAV, das seit 2018 in Kraft ist. Was mich dabei fürchterlich geärgert hat: Wenn ich als Bundesregierung ein Betriebsrentenstärkungsgesetz mache, dann muss ich doch auch eine entsprechende Kampagne starten. Dann muss ich eine Werbekampagne dazu machen. Dann muss ich vor der „Tagesschau“ einen Spot schalten, von der Bundesregierung gefördert: „Macht Entgeltumwandlung! Macht betriebliche Altersversorgung!“ Und was war? Nichts. Da ist überhaupt nichts passiert. Der ehemalige Bundesarbeitsminister Norbert Blüm hat sich im Wahlkampf 1986 wenigstens noch hingestellt und gesagt: „Die Rente ist sicher.“

Gräfer: Unsere Diskussion zeigt doch sehr schön, wie wertvoll es ist, sich das Thema betriebliche Vorsorge auszusuchen – und nicht zu versuchen, die günstigste Kraftfahrzeugversicherung oder die günstigste Privathaftpflicht als Geschäftsfeld zu sehen. Im Kontext der betrieblichen Vorsorge lässt sich unglaublich viel Wert erzeugen. Es macht ja auch viel mehr Spaß, den Menschen einen sinnhaften Beitrag leisten zu können. Deswegen, unabhängig davon, wann die Gesetzesreform nun kommt oder auch nicht: Die Beratung muss jetzt losgehen. 2024 ist der beste Zeitpunkt, um damit zu starten. Welche Markterwartungen haben Sie mit Blick auf das neue Jahr?

Gräfer: Offen gestanden, dieses Gespräch hat mich derart motiviert, dass meine Erwartungen noch einmal deutlich gestiegen sind. Ich gehe davon aus, dass in diesem Jahr in der Altersvorsorge großes Potenzial besteht. Die Krisen, die jetzt auch bei den Arbeitgebern in unterschiedlichen Formen ankommen, könnten natürlich eine besondere Herausforderung darstellen. Dennoch blicke ich sehr optimistisch ins Jahr 2024.

Berndt: Da schließe ich mich an. Wir gehen in unseren Planungen davon aus, dass wir die positive Entwicklung fortsetzen können. Wir erwarten ein weiteres Wachstum in der betrieblichen Altersversorgung. Dementsprechend sind auch unsere Aktivitäten in diesem Jahr angelegt, die Veranstaltungen mit Versicherungsvermittlern und auch die weiteren Themen in der Produktentwicklung.

Markovic-Sobau: Wir sind motiviert und jagen den nächsten Rekord. So würde ich unsere Aussichten für das neue Jahr zusammenfassen.

Rehfeldt: Da bin ich voll dabei. 2024 wird wieder ein sehr gutes Jahr, sowohl in der bAV als auch in der bKV.

Patricio: Die Hanse Merkur wird im nächsten Jahr 150 Jahre alt und wir haben besonders in den letzten Jahren viele Rekorde aufgestellt. So gesehen freue ich mich auf 2024 und bin total optimistisch. Sowohl bAV als auch bKV werden viele Möglichkeiten eröffnen – für uns, für die Makler und für die gesamte Branche. **C.**

„Wir sind motiviert und jagen den nächsten Rekord.“

Alexandra Markovic-Sobau

ALH GRUPPE

bAV und bKV: Gemeinsam für starken Antrieb sorgen.

Arbeitgeber benötigen schlagkräftige Argumente zur Gewinnung neuer Mitarbeiter

Der demographische Wandel und der damit verbundene Fachkräftemangel haben bewirkt, dass sich Unternehmen mehr als je zuvor Gedanken darüber machen müssen, wie sie für Mitarbeiter attraktiv werden bzw. bleiben. Denn: In den nächsten 15 Jahren erreichen rund 12,9 Millionen Erwerbspersonen das gesetzliche Rentenalter und die jüngere Generation wird die ältere zahlenmäßig nicht ersetzen können.¹

Die Maximierung des Vorsorge-Effekts kann bei der Mitarbeitergewinnung ein entscheidender Erfolgsfaktor sein

Doch wie lässt sich die Vorsorge maximieren? Mit der Kombination aus betrieblicher Altersversorgung (bAV) und betrieblicher Krankenversicherung (bKV) können Arbeitgeber ein dynamisches und sofort erlebbares Versorgungswerk gestalten, das ein entscheidender Erfolgsfaktor sein kann. So sorgt eine bAV später für finanzielle Sicherheit im Alter, während die positiven Effekte einer bKV für Mitarbeiter und Unternehmen sofort greifen.



bAV + bKV = Betriebliche Fürsorge

Die ALH Gruppe hat die Themen bAV und bKV unter dem Namen „Betriebliche Fürsorge“ miteinander verschmolzen. So können Unternehmen ihren Mitarbeitern mit einer bKV einen direkt erlebbaren Mehrwert und mit der bAV eine intelligente Versorgung bei Invalidität und im Ruhestand bieten.

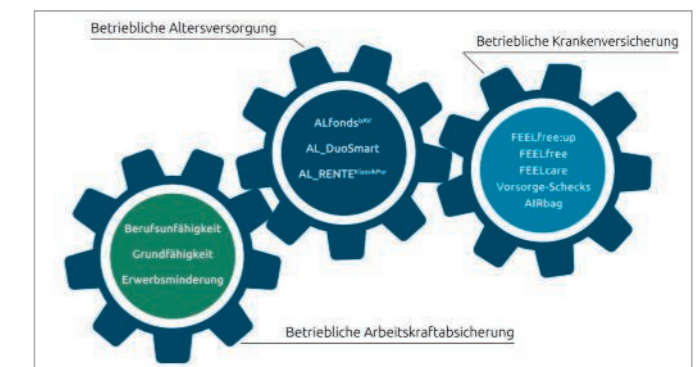
Folgend einige Vorteile, die sich aus der Kombination ergeben:

- Sofort und direkt erlebbare Mehrwerte
- Stärkung des Employer Brandings und Unternehmensimages
- Ergänzung bestehender Benefits um das Thema Gesundheit und Rente
- Mitarbeiterzufriedenheit wird gesteigert und Fluktuation entgegengewirkt

- Verbessertes Recruiting-Konzept
- Reduzierung krankheitsbedingter Fehlzeiten

Gestalten Sie einen individuellen Antrieb

Mit der ALH Gruppe haben Sie immer das passende „Rad“ für Ihren perfekten Antrieb an der Hand:



Mit digitalen Kooperationspartnern zum Vertriebs Erfolg

Von der Beratung über den Abschluss bis hin zur Verwaltung – in Kooperation mit ausgewählten Partnern bietet die ALH Gruppe digitale Tools an, mit denen der gesamte Prozess – also die Etablierung von bAV und bKV im Unternehmen – komplett digital abgebildet werden kann. Im Ergebnis heißt das:

- Transparente Beratungs- und Verwaltungsprozesse
- Zeit- und Kostenersparnis
- Sicherheit in der Beratung
- Nachhaltiger Geschäftsprozess durch papierlose Kommunikation

Hier geht's zu weiteren Infos:



Kontakt: ALH Gruppe, Alte Leipziger Lebensversicherung a. G., Hallesche Krankenversicherung a. G., E-Mail: betriebliche-fuersorge@alh.de, Internet: www.vermittlerportal.de/betriebliche-fuersorge

¹Statistisches Bundesamt (Destatis): https://www.destatis.de/DE/Presse/Pressemitteilungen/2022/08/PD22_330_13.html (Aufruf vom 09.01.2024)