

Versicherungsforen-**Themendossier**

Nr. 11/2020

bAV Gemeinsam vorsorgen



Auszug

Die bAV bietet weiter Potenziale, auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten

Versicherungsforen-**Themendossier**

Eine Publikation der

 **Versicherungs**foren Leipzig

Die bAV bietet weiter Potenziale – auch in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten

In den letzten Jahren war das Thema betriebliche Altersvorsorge ein wesentliches Wachstumsfeld für Lebensversicherer. Die aktuelle Lage ist jedoch angespannt. Im Rahmen der Corona-Krise sind viele Unternehmen finanziell stark herausgefordert, vereinzelt sogar existenziell gefährdet. In der aktuellen Studie KUBUS Gewerbetunden bAV von MSR Consulting, die zwischen März und Mai 2020 durchgeführt wurde, gibt ein Viertel der 750 befragten Unternehmen an, dass sie durch die Krise deutliche wirtschaftliche Einbußen zu verzeichnen haben. Fünf Prozent der kleineren Unternehmen mit 6 bis 20 Mitarbeitern geben sogar an, die Lage sei existenzbedrohend.

In diesem Umfeld benötigen Versicherer Konzepte, wie sie mit Unternehmen mit angespannter Finanzlage umgehen. Ebenso geht es um Lösungen für Versicherte, die sich aufgrund von Kurzarbeit oder gar Arbeitsplatzverlust die Beiträge aktuell nicht mehr leisten können. Die meisten Versicherer haben auf diese Situation schnell und flexibel, zum Beispiel mit Beitragsstundungen, reagiert. Wie lange und wie stark sich die Krise auswirken wird, ist noch nicht abzusehen.

Es gilt jedoch vier Punkte zu beachten:

1. Die aktuelle Situation muss stärker differenziert betrachtet werden.
2. Mittelfristig stecken gewaltige Potenziale in der betrieblichen Altersvorsorge.
3. Das Kundenerlebnis spielt eine wesentliche Rolle für Bindung und Exklusivität.
4. Wer den Kundenbedarf am besten versteht, kann sich im Markt am besten positionieren.

Ausgangslage: In welcher Form und mit welcher Motivation wird die bAV angeboten?

Die bAV ist in den meisten Fällen einer von mehreren Mitarbeiter-Benefits, wie z.B. das Angebot von Weiterbildungsmaßnahmen und Mobilitätsangebote, um die häufigsten zu nennen. 91 Prozent der Befragten geben an, dass sie sich durch das Angebot der bAV eine höhere Mitarbeiterbindung versprechen. Deutlich weniger (50 Prozent) sehen die bAV als einen Faktor zur Erfolgssteigerung bei der Mitarbeitergewinnung an.

Unternehmen nutzen unterschiedliche Finanzierungs-

formen. Fast jedes dritte Unternehmen bietet bisher lediglich eine rein arbeitnehmerfinanzierte bAV an, die Hälfte arbeitet mit gemischtfinanzierten Angeboten. Bei neu abgeschlossenen Rahmenverträgen ist ein leichter Trend Richtung Gemischtfinanzierung erkennbar. Die anderen Formen sind jedoch ebenso weiter vertreten. Rein arbeitgeberfinanzierte Angebote sind insgesamt selten und verlieren bei neu abgeschlossenen Rahmenverträgen weiter an Bedeutung.

Wie wirkt sich die aktuelle Krise aus?

Es gibt nicht nur Verlierer der Krise im Markt. Eine differenzierte Betrachtung der Situation in den unterschiedlichen Unternehmen ist angebracht. Immerhin zwölf Prozent bezeichnen sich als Krisengewinner. Ein Viertel erwartet keine Corona-bedingten Auswirkungen und 39 Prozent gehen lediglich von geringen negativen Effekten aus. Und für diese Unternehmen steht eines nicht infrage: Die bAV ist für Unternehmen weiterhin ein wichtiger Baustein zur Mitarbeiterbindung und ein Ausbau der Bestandsdurchdringung wird gewünscht.

Bereits die bestehenden Beziehungen bieten noch viel Potenzial

Die Befragung zeigt, dass eine Durchdringung der Belegschaft zu 80 Prozent durchaus möglich ist. Über alle Unternehmensgrößen hinweg schafft es mehr als jedes fünfte Unternehmen, diesen Wert zu erreichen. Bei kleinen Unternehmen (6 bis 20 Mitarbeiter) erreichen dies sogar vier von zehn Befragten. Die durchschnittliche Durchdringung über alle Unternehmen liegt bei etwa 60 Prozent. Gerade die größeren Unternehmen schneiden hier mit knapp 50 Prozent noch deutlich schlechter ab. Es gibt also Potenzial. Und die Unternehmen sind willens, dieses zu heben. Zwei von drei Unternehmen mit einer Durchdringung unter 80 Prozent gaben an, dass sie sich eine höhere Bestandsdurchdringungen wünschen.

Wesentliche Abschlussgründe: Gute Erfahrungen und Sicherheit

Denkt man über den bAV-Bestand hinaus, bieten sich als erste Zielgruppe zufriedene Bestandskunden in anderen Sparten an. Die Studie zeigt, dass gute Erfahrungen mit dem Versicherer eine wichtige Rolle für den Abschluss eines bAV-Rahmenvertrags spielen. Es gilt also zu prüfen, ob hier das Potenzial bereits ausgeschöpft ist. Die Studie zeigt, dass das Zusammenspiel des Betreuers für die Kompositsparten mit einem Spezialisten für die bAV ein wichtiger Erfolgsfaktor für Cross-Selling ist.

In der Argumentation sollte beachtet werden: Sicherheit ist das entscheidende Argument – vor der Rendite. Dabei geht es nicht nur um die Finanzkraft des Versicherers, sondern oftmals auch um die Verlässlichkeit und das Auftreten des Betreuers. Man merkt, dass diese

Aspekte bei Firmenkunden miteinander vermergt werden.

Vergleiche sind üblich – Experience entscheidet

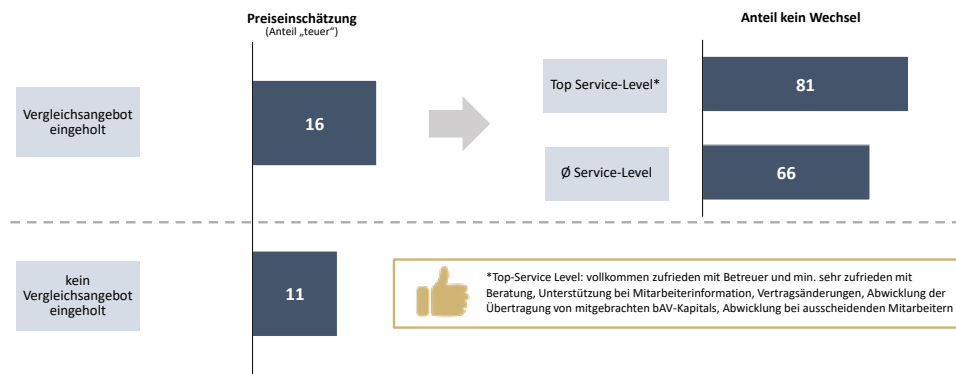
Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist die Bestandssicherung wichtig. Knapp die Hälfte der befragten Unternehmen haben in den letzten zwei Jahren Vergleichsangebote für die bestehenden Versicherungen eingeholt. Bei größeren Unternehmen liegt der Anteil deutlich höher (mehr als 50 Prozent) als bei kleineren (hier etwa jeder Dritte). Bei den Kunden mit dem größten Potenzial stehen die bAV-Anbieter demnach am stärksten auf dem Prüfstand. Eine wichtige Frage ist also: Wie verhindere ich, dass Vergleiche zu einem Wechsel führen?

Es gilt, im Vergleich zu bestehen. Dabei ist Preis nicht das einzige Vergleichskriterium. Generell sieht man, dass Preis-

Vergleicher mit höherer Preissensibilität – Service schafft Bindung

Gewerbekunden mit mind. 50 Mitarbeitern

Gewerbekunden bAV 2020



MSR Consulting Group

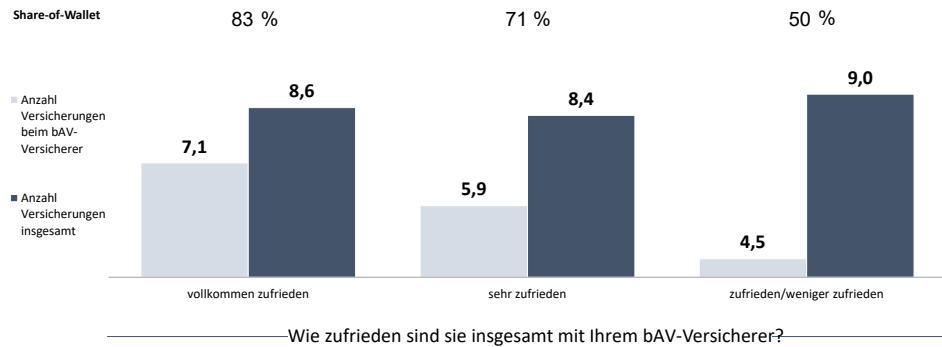
Angaben in %

Abbildung 1: Wann führt der Vergleich zum Wechsel?

Hohe Kundenzufriedenheit mit dem bAV-Anbieter steigert den Anteil exklusiver Kundenbeziehungen

Versicherungsbesitz in Abhängigkeit von der Zufriedenheit mit dem bAV-Anbieter

Markt
Gewerbekunden
bAV



MSR Consulting Group

Abbildung 2: Zufriedenheit als Hebel für Potenzialausschöpfung

aspekte von Kunden, die regelmäßige Vergleiche anstellen, kritischer beurteilt werden als von denen, die nicht vergleichen. Werden jedoch Serviceprozesse und Betreuung hervorragend bewertet, kann trotz der kritischen Preiseinschätzung ein Wechsel in den meisten Fällen verhindert werden.

Vergleiche führen also dann nicht zum Wechsel, wenn die Zufriedenheit mit dem Anbieter hoch ist. Versicherer, die

sich auf die Kundenbedürfnisse einstellen, schaffen es, den Bestand zu sichern. Zufriedenheit ist ebenfalls ein wesentlicher Treiber von Exklusivität. Je höher die Zufriedenheit mit dem bAV-Anbieter ist, desto größer ist auch der Anteil exklusiver Kundenbeziehungen.

Wie kann die Customer Experience beeinflusst werden?

Die Interaktionen zwischen dem Firmenkunden und dem bAV-Anbieter sind vielfältig. Es zeigt sich, dass nur konsistent gute Erlebnisse entlang der Customer Journey für Begeisterung sorgen. Hinsichtlich der Performance bei Abschluss, der Bearbeitung von Bestandsvorgängen und der laufenden Betreuung der Unternehmen

Customer Journey betrieblichen Altersvorsorge

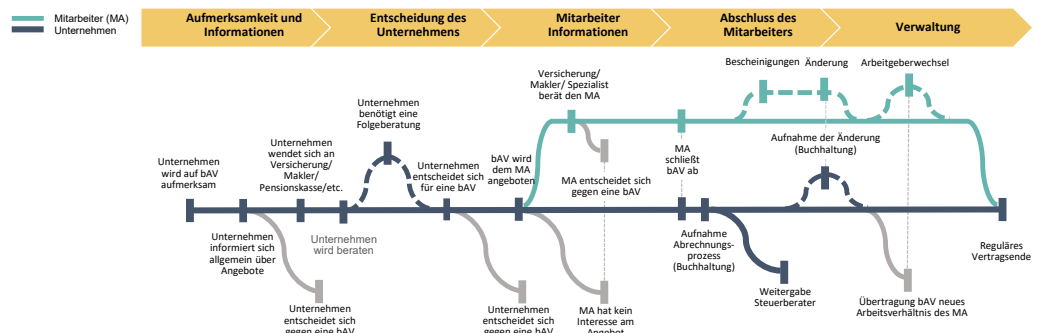


Abbildung 3: Customer Journey bAV

zeigen sich in der Studie große Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern. Es gibt also die Möglichkeit, sich über die Customer Experience positiv vom Wettbewerb zu differenzieren. Die Besonderheit in der bAV: die Mitarbeiter-Journey muss neben der Unternehmens-Journey berücksichtigt werden.

Fazit

Auch wenn die Lage herausfordernd ist, mittelfristig wird die bAV wieder ein hochrelevantes Wachstumsfeld werden. Es ist davon auszugehen, dass der Staat die private Altersvorsorge – auch vor dem Hintergrund leerer Staatskassen – weiter forcieren wird. Das BRSG hat einen deutlichen Schub beim Thema bewirkt. Mit der zweiten Stufe 2021 wird hier allein aus der Gesetzgebung heraus ein weiterer Impuls folgen. Wer in diesem Umfeld gut versteht, was der Kunde erwartet und sein Angebot daran ausrichtet, wird erfolgreich sein.

Autoren



Torben Tietz

Partner

MSR Consulting Group



Marc Bünger

Analyst

MSR Consulting Group

Informationen zur Studie KUBUS Gewerbetunden bAV

Für die Studie wurden im Zeitraum März bis Mai dieses Jahres 750 Verantwortliche für das Thema bAV in Unternehmen befragt. Die auf jährliche Wiederholung angelegte Studie dient als Instrument für das Customer Experience Management im Firmenkundenbereich und beleuchtet zudem differenziert Marktpotenziale. Für nähere Informationen zur Studie und zu den Bezugsbedingungen steht gerne Studienleiter Marc Bünger (Marc.Buenger@MSR.de) zur Verfügung.

Impressum

Autor(en) des vorliegenden Themendossiers

Dr. Manuela Wolf et al.

T +49 341 98988-253

E manuela.wolf@versicherungsforen.net

Feedback zum vorliegenden Themendossier

Wenn Sie uns Ihre Meinung mitteilen möchten, würde uns das sehr freuen. Vielleicht gibt es ja ein spezielles Thema, über das Sie im Themendossier einmal lesen möchten? Haben Sie weitere Fragen und Anregungen oder Anlass zur Kritik? In jedem Fall freuen wir uns über eine Nachricht von Ihnen.

Bitte senden Sie Ihre Kommentare an

Magdalena Dröse

T +49 341 98988-225

E magdalena.droese@versicherungsforen.net

Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers

Aufgrund der Partnerschaft Ihres Unternehmens mit den Versicherungsforen Leipzig steht Ihnen das Abonnement des Versicherungsforen-Themendossiers unternehmensweit zur Verfügung! Gern können Sie deshalb weitere Empfänger aus Ihrem Haus registrieren lassen. Nutzen Sie dazu einfach unser Anmeldeformular unter www.versicherungsforen.net/abo_themendossier. Eine Übersicht über alle Partnerunternehmen finden Sie unter www.versicherungsforen.net/partner.

Abbestellen des Versicherungsforen-Themendossiers

Sie wollen das Themendossier in Zukunft nicht mehr empfangen? Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem Betreff „unsubscribe Themendossier“ an kontakt@versicherungsforen.net.

Downloadbereich mit aktuellen Zahlen und Fakten zur Versicherungswirtschaft

Im Downloadbereich unter www.versicherungsforen.net/daten-fakten finden unsere Partner aktuelle Zahlen, Daten und Fakten zu verschiedenen versicherungswirtschaftlichen Themen. Diese werden fortwährend erweitert und regelmäßig aktualisiert. Aussagekräftige Charts sorgen für einen schnellen und detaillierten Überblick über relevante Branchenthemen. Sie möchten diese Informationen in Ihre Präsentationen einbinden? Dann stellen wir Ihnen die Zahlen, Daten und Fakten gern im neutralen Power-Point-Format zur Verfügung, das Sie mit einem Klick in das eigene Corporate Design überführen können.

Versicherungsforen-Newsletter

Wenn Sie regelmäßig per E-Mail über Aktualisierungen im Bereich „Wissen“ auf www.versicherungsforen.net, Veröffentlichungen, gegenwärtige Veranstaltungen sowie Nachrichten aus unserem Partnernetzwerk informiert werden möchten, können Sie sich auf www.versicherungsforen.net/newsletter anmelden. Diesen Service bieten wir auch für Nicht-Partnerunternehmen kostenfrei an.

