

Garching bei München, 13.04.2022

## Altersrente: Angestellte sehen Unternehmen bei der Vorsorge stärker in der Pflicht / Frauen häufiger als Männer

**44 % der Deutschen sehen Altersarmut als eine zentrale Herausforderung, die auf Gesellschaft, Politik und Wirtschaft zukommen wird. Für die befragten Frauen einer aktuellen Marktforschung des Vorsorgeunternehmens Swiss Life Deutschland besitzt das Thema mit 49 % einen noch größeren Stellenwert.<sup>1</sup> Bei der Vorsorge für ein selbstbestimmtes Leben im Alter erachten die Menschen die Rolle von Unternehmen als besonders wichtig. 83 % der Befragten wünschen sich von ihren Arbeitgebenden eine Unterstützung - Frauen noch häufiger als Männer (87 % vs. 79 %). Obwohl das Interesse der Menschen an einer betrieblichen Altersversorgung (bAV) groß ist, sind gleichwohl Wissenslücken vorhanden. Besonders in kleineren und mittleren Betrieben fehlt es an einer proaktiven Aufklärung durch Arbeitgebende. Versicherungsvermittler können dabei unterstützen.**

Ein Forschungsbericht zur Verbreitung der betrieblichen Altersversorgung des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales zeigt, dass rund 21 Millionen Beschäftigte im Jahr 2019 Anwartschaften auf eine bAV besaßen. Das waren weniger als die Hälfte aller Erwerbstätigen. „Jetzt wendet sich jedoch das Blatt. Unsere Umfrage zeigt, dass das Interesse der Menschen an einer betrieblichen Altersversorgung sehr groß ist. Vor allem Frauen sehen Unternehmen zunehmend in der Pflicht, bei der Vorsorge zu unterstützen. Für die finanzielle Selbstbestimmung im Alter leistet die betriebliche Altersversorgung einen starken Beitrag“, sagt Hubertus Harenberg, Bereichsleiter bAV und Branchenversorgung bei Swiss Life Deutschland. 83 Prozent der Befragten wünschen sich von Arbeitgebenden eine Unterstützung bei der Altersvorsorge (Frauen: 87 %; Männer: 79 %). Entsprechend begrüßen 78 Prozent der Befragten das Vorhaben der Regierung, die betriebliche Altersversorgung zu stärken (Frauen: 80 %; Männer: 75 %).

Obwohl das Interesse der Menschen groß ist, herrschen Wissenslücken. Knapp die Hälfte der Befragten (46 %) der Studie fordert, dass ihre bAV-Lösung einfach und verständlich ist (Frauen: 49 %; Männer: 43 %). „Wir beobachten in der Praxis, dass viele Arbeitnehmende noch zu wenig Wissen zu dieser Vorsorgeform haben. Oft ist nicht bekannt, dass sie eine staatliche Förderung und einen möglichen Anspruch auf Zuschuss durch den Arbeitgebenden bietet. Darum ist grundsätzlich eine stärkere und verständliche Aufklärung nötig“, betont Harenberg. Die Aufklärung hängt zudem noch sehr von der Größe des Unternehmens ab. „Je größer das Unternehmen, desto mehr wird seitens der Arbeitgebenden über Möglichkeiten der betrieblichen Altersversorgung informiert. Kleine und mittelständische Betriebe haben hier häufiger Nachholbedarf. In solch einem Fall ist es sinnvoll, dass Arbeitnehmende das Thema aktiv ansprechen und Informationen einholen. Aber vor allem Versicherungsvermittlerinnen und Versicherungsvermittler nehmen hier die wichtige Rolle wahr, Versorgung durch Information zugänglich zu machen“, so Harenberg.

---

<sup>1</sup> Die verwendeten Daten beruhen auf einer Online-Umfrage der YouGov Deutschland GmbH, an der 2.124 Personen zwischen dem 26.11.2021 und 29.11.2021 teilnahmen. Die Ergebnisse wurden gewichtet und sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

## **Arbeitnehmende wünschen sich attraktive Renditechancen gepaart mit Sicherheit**

In der vorliegenden Studie formulierten die Befragten bestimmte Erwartungen an eine betriebliche Altersversorgung und an eine entsprechende Beratung. 56 % der Befragten ist wichtig, dass ihre bAV Sicherheit bietet (Frauen: 58 %; Männer: 53 %). Knapp ein Drittel legt Wert auf Rendite (Frauen: 21 %; Männer: 33 %) und auf eine Anpassung an individuelle Bedürfnisse (Frauen: 48 %; Männer: 38 %). Hier kann gerade das persönliche Gespräch helfen, die Weichen richtig zu stellen. Beratung ist außerdem nötig, wenn es um das Thema Nachhaltigkeit geht. Schon mehr als jede/r Zehnte sagt, dass Nachhaltigkeit wichtig ist, der konkrete Beitrag von Finanzanlagen zur nachhaltigen Transformation ist vielen aber noch gar nicht bewusst: „Das Handeln entlang bestimmter sozialer und ökologischer Faktoren ist eine der großen Herausforderungen unserer Zeit und spielt auch bei Geldanlagen eine große Rolle. Mit nachhaltigen Geldanlagen können Renditen und eine positive Wirkung für Umwelt, Gesellschaft und Soziales in Einklang gebracht werden“, so Harenberg. „Diese Vorteile gilt es in der Beratung aufzuzeigen.“

Sind Menschen in einer bestimmten Branche beschäftigt, können sie ihre Vorsorge bei speziellen Versorgungswerken abschließen und profitieren so von besonderen Vorteilen. Seit vielen Jahren arbeitet Swiss Life mit den Versorgungswerken MetallRente und KlinikRente zusammen und bietet damit neben hauseigenen Vorsorgeprodukten der betrieblichen Altersversorgung auch leistungsstarke Konsortiallösungen für zahlreiche Branchen wie zum Beispiel die Metall- und Elektroindustrie und das Gesundheitswesen.

## **Medienkontakt Swiss Life Deutschland**

Unternehmenskommunikation

Beate Berez

E-Mail: [medien@swisslife.de](mailto:medien@swisslife.de)

[www.twitter.com/swisslife\\_de](https://www.twitter.com/swisslife_de)

[www.facebook.com/SwissLifeDeutschland](https://www.facebook.com/SwissLifeDeutschland)

[www.youtube.com/c/SwissLifeDe](https://www.youtube.com/c/SwissLifeDe)

## **Über Swiss Life Deutschland**

Swiss Life Deutschland steht für erstklassige Finanz- und Vorsorgelösungen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern sowie unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir eine führende Anbieterin im deutschen Markt und unterstützen Menschen dabei, ein selbstbestimmtes Leben zu führen.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privatpersonen sowie Unternehmen flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Arbeitskraftabsicherung, die betriebliche Altersversorgung und Vorsorgelösungen mit modernen Garantiekonzepten. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklerinnen und Maklern, Mehrfachagent/-innen, Finanzdienstleistenden und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching bei München und beschäftigt über 900 Mitarbeitende.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und ProVentus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kundinnen und Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit unserer Kundinnen und Kunden engagieren sich deutschlandweit über 5.500 Beraterinnen und Berater. Mit Swiss Compare hat Swiss Life Deutschland eine Service-Plattform etabliert, die administrative Aufgaben übernimmt, damit die Vermittlerinnen und Vermittler mehr Zeit für die Kundenberatung und damit für weiteres Wachstum gewinnen. Hauptsitz der Finanzberatungsunternehmen mit ca. 900 Mitarbeitenden ist Hannover.