

REFORM DER BETRIEBLICHEN ALTERSVORSORGE

ZEIT FÜR (AGILE) STRATEGIEN

NOVEMBER 2016



VERTRAULICHKEIT

Die Branchen unserer Kunden sind durch sehr starken Wettbewerb gezeichnet und die Wahrung der Vertraulichkeit im Hinblick auf Pläne und Daten unserer Kunden ist entscheidend. Oliver Wyman wendet daher konsequent interne Maßnahmen zur Geheimhaltung an, um die Vertraulichkeit aller Informationen des Kunden zu schützen.

Unsere Branche ist gleichfalls sehr wettbewerbsintensiv. Wir sehen unsere Herangehensweisen und Einblicke als unser geistiges Eigentum und verlassen uns auf unsere Kunden, unsere Interessen an unseren Vorschlägen, Präsentationen, Methodologien und analytischen Techniken zu schützen. Unter keinen Umständen darf dieses Material ohne die vorherige schriftliche Zustimmung von Oliver Wyman mit irgendeiner dritten Partei geteilt werden.

© Oliver Wyman

Die Neuordnung der bAV nimmt Schwung auf

Im Juni 2016 hat Oliver Wyman eine umfassende Studie mit Perspektiven zum Versicherungsmarkt im Jahr 2025 veröffentlicht. Einige Kernhypothesen dieser Studie betrafen die tiefgreifenden Veränderungen, die die Industrie durch eine Reform der betrieblichen Altersversorgung (bAV) erfahren könnte.

Mit dem nun vorliegenden Entwurf des Gesetzes zeigt der Gesetzgeber seinen klaren Willen zur stärkeren Verbreitung der betrieblichen Altersversorgung und ihrer strukturellen Neuregelung. Aus Sicht von Oliver Wyman können diese Neuerungen den unmittelbaren Veränderungsdruck auf die Versicherungsindustrie unter Umständen drastisch erhöhen. Alle Marktteilnehmer müssen sich daher zeitnah und selbstkritisch mit den Auswirkungen auseinandersetzen und zielgerichtet Maßnahmen ergreifen – sowohl im bAV-Geschäft als auch darüber hinaus. In einem Markt, der den Intentionen des Gesetzgebers entspricht, sind aus unserer Sicht zukünftig vier Geschäftsmodelle in der bAV tragfähig.

Reformvorschlag zur bAV und deren mögliche Bedeutung für Versicherer im Extremfall



Weitreichende Konsequenzen für Versicherer denkbar

Im Rahmen der Studie „Versicherung 2025“ erwartete Oliver Wyman bei einer weitreichenden Reform der bAV deutliche Umwälzungen - eine staatlich stark geförderte bAV mit hohen Arbeitgeberzuschüssen und der Möglichkeit eines Auto-Enrolment würde **Druck auf Abschlussvolumina der pAV** erzeugen.

Im neuen Gesetzesrahmen besteht die Möglichkeit, dass die Sozialpartner Rahmenbedingungen mit Durchgriff auf die Verträge in Einzelunternehmen durchsetzen oder gar als Einkaufsgemeinschaft auftreten. In diesem Fall entstünde durch die Reform das Risiko einer **Teilung der Marktstruktur**:

- ein durch tarifliche **Nachfrage-Oligopole dominierter Commodity-Markt** stünde
- einem **offeneren Markt der nicht tariflich gebundenen Arbeitgeber** gegenüber

Diese Teilmärkte wären durch unterschiedliche Dynamiken und Anforderungen charakterisiert.

Die Wahrscheinlichkeit und das Ausmaß einer solchen Marktstruktur hängen maßgeblich von den aktuell laufenden Gesprächen mit den Verbänden und den Verhandlungen zwischen den Sozialpartnern ab. Ob es also zum Beispiel obligatorische oder freiwillige Lösungen für ganze Tarifgebiete oder Branchen geben wird, diese zugänglich sind für Arbeitnehmer außertariflicher Unternehmen oder ob die reine Beitragszusage im finalen Gesetzesrahmen enthalten sein wird, ist offen. Für einschlägige Tarifverträge könnte sogar eine Allgemeinverbindlichkeitserklärung vereinbart werden – auch dies ist theoretisch möglich.

Die vorliegende Analyse geht daher von einem **Szenario** aus, in dem sich im tariflich gebundenen Markt die vom Gesetzgeber derzeit intendierte Lösung weitreichend durchsetzt und die bestehenden Lösungen im Neugeschäft ersetzt. Überall sonst bliebe die bisherige Vielfalt der Möglichkeiten zur Umsetzung einer bAV offen. In einem solchen Szenario rechnen wir mit substantiellen Auswirkungen auf die Versicherungsindustrie als Ganzes:

(i) Härterer Wettbewerb: Alle heutigen Anbieter könnten durch die Etablierung von branchenweiten Versorgungswerken unter Druck geraten. Diese könnten über die Zeit Asset Pools bilden, die dem Banken- und Versicherungsmarkt wesentliche Spar-Volumina entziehen. In jedem Fall würde sich die Nachfrage in wesentlichen Teilen des Marktes weiter auf das Oligopol der Sozialpartner verdichten. Unmittelbar nach der Umsetzung des Gesetzes besteht bei den großen Verbänden eine „the winner takes it all“ Chance für die Anbieter – dieses Fenster für Rahmenverträge schließt sich danach gegebenenfalls für viele Jahre. Diese Situation favorisiert die heutigen „Platzhirsche“. Pensionsfonds könnten angesichts der bestehenden Nähe zur neuen Regulierung profitieren.

Sofern die Sozialpartner keine „Öffnungsklauseln“ für gebundene Arbeitgeber vereinbaren, verblieben nur im Bereich nicht tariflich gebundener Arbeitgeber Chancen für eine dauerhafte Marktbearbeitung durch Alternativenanbieter abseits der Platzhirsche – sofern diese Arbeitgeber nicht den Sozialpartner-Lösungen freiwillig beitreten. Dieser Markt der Sozialpartnerlösung wird angesichts von Auto-Enrolment und Arbeitgeberzuschüssen fast sicher das dynamischere Wachstum zeigen – die Wachstumsimpulse aus verbesserter staatlicher Förderung, die auch im offenerem Markt wirken, dürften geringer ausfallen.

Bei Umsetzung der Gesetzesintention erwarten wir daher eine Anbieterkonsolidierung mit hohem Druck auf die Margen – zumindest steigt das Risiko, dass im bAV-Markt nur wenige Versicherer gewinnen werden.

(ii) Produkte in weiten Bereichen gegebenenfalls ohne Differenzierung: Der gesetzliche Rahmen einer bAV ohne Kapitalmarktgarantien könnte Fonds-Produkte stärker in den Fokus

rücken und die Bilanzen der Versicherer entlasten. Ein bAV- Markt, der von reinen Beitragszusagen dominiert ist, wäre aber auch eine Bedrohung für die Versicherungsindustrie – ihr integriertes Alleinstellungsmerkmal „Garantie“ für Kapitalmarkttrenditen und biometrische Risiken würde teils aufgelöst. Auch „funktionale Konsortien“ analog der „Deutschen Pensionsfonds AG“ könnten diese bAV-Produkte anbieten.

Den Tarifpartnern steht darüber hinaus das Recht zu, auf die Ausgestaltung der neuen bAV einzuwirken – dies schließt nicht nur den Leistungsumfang und die Kosten, sondern auch die Kapitalanlage ein. Die Tarifpartner müssten folglich in (für den pAV Betrieb der Anbieter) geeigneter Form in die Gremien eingebunden werden. Die schiere Verhandlungsmacht der Sozialpartner könnte hohe Marktstandards zu Produkten erzeugen. Ein solcher Marktstandard – neben Fixkosten und Marktzugang - würde es Alternativenanbietern abseits der Platzhirsche erschweren, wettbewerbsfähige und kostendeckende Produkte zu bieten. Gleichzeitig würde das aktiv gestaltbare Angebot der Anbieter stark auf die Abwicklungsplattform reduziert.

Aber auch auf den offeneren Markt neben der Sozialpartnerlösung hätte der tarifliche Rahmen Auswirkung. Um die vermutlich weitgehend fehlenden Arbeitgeberzuschüsse zu kompensieren, müssten die Anbieter neben ähnlich niedrigen Kosten mit wahrscheinlich weiter bestehenden Garantien in ihren Produkten überzeugen.

Allen Anbietern würde die Produkthoheit stärker als heute genommen, das Differenzierungspotenzial würde weiter schwinden. Die Versicherungsrolle könnte sich im Extremfall in Teilen des Marktes auf die Rückversicherung der Langlebigkeit, Annex-Produkte wie Invalidität / Hinterbliebenenschutz und Abwicklungsplattformen reduzieren.

(iii) Bedrohung traditioneller Vertriebe: Die Möglichkeit eines Auto-Enrolment mit Opt-Out sowie Anreize für Bezieher geringer Einkommen stärken die Chancen, dass die gewünschte hohe Durchdringung in der Praxis tatsächlich eintritt. Erfahrungen aus anderen Märkten zeigen, dass dies die zusätzliche private Vorsorgebereitschaft reduziert. Durch die folgende Verschiebung des Neugeschäfts von der pAV zu einer provisionsärmeren bAV ist eine dramatische Reduktion der erzielbaren Vertriebsvergütung zu erwarten.

In der Zukunft werden Versicherungen daher versuchen, den bAV-Vertrieb im Sozialpartnermarkt stärker als bisher als provisionsarmes Direktmodell oder mit Key-Account-Managern mit dedizierten, angestellten bAV-Spezialisten zu organisieren. Nur so kann auf die Bedürfnisse der Verhandlungspartner optimal eingegangen und ein kosteneffizientes Vertriebssystem gewährleistet werden. Die Beratung von Mitarbeitern und kleinen Unternehmen müsste in Folge ebenfalls stärker durch technologisch unterstützte Direktmodelle erfolgen (z.B. „Robo-Advice“ und Video-Callcenter). Als Folge wird der heutige Makler- und Agenturvertrieb im Sozialpartner-bAV-Geschäft massiv an Bedeutung verlieren. Auch der außertarifliche bAV Markt wird sich diesem Sog nicht völlig entziehen können, auch wenn hier mehr Potentiale für die Finanzierung von traditionellen Vertrieben bestehen bleiben – bei erhöhtem Wettbewerb. Dies heißt, dass es absehbar im gesamten Markt zu grundlegenden Veränderungen des Vertriebsmodells kommen muss.

Das mögliche Verbot der Zillmerung und die zu erwartende Verschiebung von Einmal- zu laufender Provision stellt die Vertriebe vor zusätzliche Herausforderungen:

- Versicherungsunternehmen die trotz allen Veränderungen weiterhin auf traditionelle Vertriebe für die bAV setzen werden Schwierigkeiten haben, attraktive Vergütungsmodelle für ihre Vertriebspartner zu etablieren.

- Für Unternehmen, die ihr Vertriebsmodell umbauen und in digital unterstützte Plattformlösungen investieren, wird sich die Amortisationszeit dieser Investments signifikant verlängern.

Sowohl bAV Versicherer als auch Versicherer der privaten Altersvorsorge stehen also vor der Herausforderung einer grundlegenden Veränderung in der Vertriebslandschaft.

(iv) K.O.-Kriterium Plattformeffizienz: Die Standardisierung des Produktangebots der bAV, die Konzentration des vertrieblichen Zugangs auf weniger „Kunden“ sowie ein hoher Druck auf transparente kalkulatorische Kostenzuschläge zwingt die Anbieter im oligopolisierten Teil des Marktes zu maximaler Kosteneffizienz. Dies macht die Effizienz der technischen und betrieblichen Plattform mindestens zu einem kritischen Erfolgsmerkmal – abhängig von den Freiheitsgraden und dem Erfolg in der direkten Kundenansprache für Cross-Selling gegebenenfalls sogar zur einzigen Chance auf profitables bAV-Geschäft.

Auch die Anbieter im freieren, nicht tariflich gebundenen Teil des Marktes stehen durch zunehmende Transparenz unter Druck. Zwar können sie schwerer vergleichbare Produkte mit Garantien und Zusatzdeckungen einsetzen und Effizienz dürfte nicht die oberste Priorität bei der Auswahlentscheidung außertariflicher Arbeitgeber spielen. Dennoch kann dies den erhöhten Kostendruck vermutlich nur bedingt verhindern.

(v) Cross Selling Plattform: Cross-Selling in den bAV-Bestand wird zunehmend wichtiger werden, um eine Profitabilität der Kundenbeziehung zu erreichen. Hierfür sind aber - neben einer Einigung hinsichtlich der Kundenansprache - effiziente, digital unterstützte Plattformlösungen mit qualitativ hochwertigen Prozessstrecken zur Vermeidung von Beschwerden erforderlich.

Nur ein gutes Plattformmodell lässt die Integration vieler verschiedener Arbeitgeber zu und ermöglicht in diesem Rahmen Cross-Selling-Erfolge durch ein differenziertes Marketing und digital gestützte Beratung am Arbeitsplatz zum Beispiel über die Arbeitgeber-Intranets ohne Rückgriff auf breite Flächenorganisationen. Es unterstützt den Verkauf arbeitnehmerfinanzierter Zusatzdeckungen oder von Produkten anderer Sparten, eine Integration in Ökosysteme wie Benefit-Plattformen und deren systematische Nutzung.

Dies setzt jedoch voraus, dass für die Arbeitgeber, Gewerkschaften und firmenverbundene Vermittler Lösungen sichergestellt werden, die wechselseitige Interessen austarieren - ob hierfür ein politischer Wille existiert, muss ausgelotet werden. Beispiele aus dem europäischen Ausland illustrieren, dass dies eine große, aber lösbare Herausforderung ist.

Weitreichende, investitionsintensive Digitalisierung entlang der gesamten bAV-Wertschöpfungskette erscheint für viele Geschäftsmodelle unausweichlich. Die Notwendigkeit hoher Volumina auf der Plattform trägt zur Konzentration auf wenige bAV-Anbieter bei.

Ähnliche grundsätzliche Marktdynamiken gelten auch für Marktteilnehmer in der privaten Altersversorgung: durch die Reduktion der Volumina verlieren diese Versicherer immer weiter an Kostentragfähigkeit im Unternehmen, dies gefährdet die Auskömmlichkeit der Vertriebe und schränkt den Handlungsspielraum für eine Weiterentwicklung des Geschäftsmodells ein. Insgesamt verstärkt sich der Druck – dies ist bis zum Extremfall weiterer Portfolio-Run-offs denkbar.

Wer sind die Gewinner der Reform?

Wenige Versicherer werden in der Lage sein, das volle Spektrum der benötigten Fähigkeiten anzubieten und sich entsprechend durchsetzen. Wir sehen daher zukünftig vier aktive bAV-Geschäftsmodelle, ergänzt um ein passives:

I. Die digitale bAV Fabrik – Gesamtmarkt mit Fokus Sozialpartner



- a. Hocheffizienter, durchdigitalisierter bAV-Spezialist – Kostenführer
- b. Profitabilität durch radikalen Fokus auf Marktanteil und Skalen, wenn kein Kundenzugang für Cross Sell möglich ist
- c. Gegebenenfalls auch als „funktionales“ Konsortium mehrerer Anbieter

II. Der digitale Cross-Selling-Spezialist – Gesamtmarkt mit Fokus Sozialpartner



- a. bAV-Geschäft zum Selbstkostenpreis oder darüber, wenn nicht Kostenführer
- b. Aufbau integrierter Plattform-Lösungen in den Arbeitgeber-Intranets für den Versicherungsnehmer und Nutzung zum gezielten Cross-Selling

III. Das bAV-Annex-Modell – Zulieferer für den Gesamtmarkt



- a. „Zulieferung“ von Versicherungskomponenten, etwa Invalidität, BU, Transfers Langlebkeitsrisikos etc. an versicherungsfremde bAV-Plattformen
- b. Angebot von „Top-Up“ Lösungen, die dem tariflichen Arbeitgeber Möglichkeiten zur personalstrategischen Differenzierung bieten

IV. Traditionelles Garantie- & Vertriebs-Modell - Rückzug in den offenen Teilmarkt



- a. bAV Angebot nur im außertariflichen Teilmarkt, um dortige Arbeitnehmer nicht gesamthaft an andere Anbieter zu verlieren
- b. Differenzierende Angebote, die den Mehrwert für den Arbeitgeber ggü. der Tariflösung als Türöffner genauso betonen wie den Mehrwert für die Beschäftigten - vermutlich weitreichender Beibehalt von Garantieprodukten
- c. Nutzung der Ausschließlichkeit zur Bearbeitung der Kunden dämmt Risiko des Kundenverlusts ein und eröffnet Cross-Selling Optionen

V. Rückzug aus der bAV



- a. Fokussierung des Geschäftsmodells auf Schaden/Unfall, Kranken, Biometrie, und innovative Entsparprodukte der privaten Altersversorgung
- b. Angebot von bAV höchstens über White-Labeling (Erhalt Kundenzugang)
- c. Besetzung attraktiver Teilmärkte angesichts des strukturell schrumpfenden Leben-Marktes – dafür Erfordernis echter Alleinstellungsmerkmale in der pAV
- d. Ebenfalls langfristig Restrukturierungsdruck für all jene Marktteilnehmer, die signifikante Rückgänge im Leben-Neugeschäft hinnehmen müssen

Für den künftigen Erfolg in diesem bAV-Marktszenario sehen wir sieben große Erfolgsfaktoren – diese gelten für die Geschäftsmodelle jedoch in unterschiedlichem Ausmaß.

Erfolgsfaktoren für die vier aktiven Geschäftsmodelle

Geschäftsmodell	Erfolgsfaktoren							
	Kostenführerschaft: Maximale Effizienz gesamtes Modells	Betriebsmodell: plattformfähig & steckerfertig integrierbar	Cross Selling Kompetenz (Direktmodell) und Kundenzugang	Investitionskraft und -Know-how, ausreichend Skalieren	Kapitalanlage historisch erfolgreich & guter Asset Zugang	Ausreichend Bilanzstärke für langfristige „Produktion“ von Garantien	Marktzugang zu Partnern / Arbeitgebern abseits der Sozialpartner	Produkt-Kompetenz mit Differenzierungspotential
Digitale bAV Fabrik	Alleinstellungsmerkmal	Alleinstellungsmerkmal	Nebenkompetenz	Alleinstellungsmerkmal	Kernkompetenz	Nebenkompetenz	Nebenkompetenz	Nebenkompetenz
Digitaler Cross-Selling Spezialist	Kernkompetenz	Alleinstellungsmerkmal	Alleinstellungsmerkmal	Kernkompetenz	Kernkompetenz	Nebenkompetenz	Nebenkompetenz	Kernkompetenz
Das bAV-Annex-Modell	Nebenkompetenz	Kernkompetenz	Alleinstellungsmerkmal	Kernkompetenz	Nebenkompetenz	Nebenkompetenz	Kernkompetenz	Alleinstellungsmerkmal
Traditionelles Produkt- / Vertriebsmodell	Kernkompetenz	Nebenkompetenz	Nebenkompetenz	Nebenkompetenz	Kernkompetenz	Alleinstellungsmerkmal	Alleinstellungsmerkmal	Alleinstellungsmerkmal

■ Alleinstellungsmerkmal
 ■ Kernkompetenz
 ■ Nebenkompetenz

Was sollten Versicherer jetzt tun?

Der Fahrplan für die parlamentarische Umsetzung ist hoch ambitioniert. Trotz anstehender Wahlen will die große Koalition dieses Projekt noch bis Ende 2017 abschließen und ab 2018 in die Umsetzung bringen. Auch ohne Kenntnis der Detailausgestaltung des Gesetzes und der Verhandlungsergebnisse der Sozialpartner müssen Versicherer daher eine schnelle Weichenstellung anstoßen:

„War-Gaming“: Marktszenarien, Standortbestimmung und Einflussnahme

- Wo stehen wir im bAV-Markt und welche Marktszenarien sind in unserem Marktbereich vorstellbar?
- Welche Auswirkungen hätten unterschiedliche Varianten der Gesetzesänderung und -umsetzung auf unser Geschäft?
- Welche Position wollen wir entsprechend im Gesetzgebungsverfahren einnehmen?

Zukunftsmodelle erarbeiten: Bewertung der Auswirkungen auf das Geschäftsmodell

- Welche Positionierung / Geschäftsmodell könnten wir in einem bAV-Geschäft neuer Prägung etablieren? Welches Geschäftsmodell macht uns zukunftsfest?
- Welche Stärken können wir nutzen? Können wir bereits bestehende oder neue Einrichtungen nutzen, um uns als bAV-Anbieter zu positionieren – wie gestalten wir die Sozialpartner-Einbindung effizient?
- Wie lösen internationale Wettbewerber die Herausforderung? Wie funktioniert Workplace Marketing und Cross-Selling in Märkten, in denen die „Commoditisierung“ des Basisprodukts schon fortgeschritten ist?
- Welche strategischen Richtungsentscheidungen sind im Kranken-, Schaden/Unfall- und pAV-Markt nötig?

Ableitung und Bewertung von Handlungsoptionen: Kurz- und längerfristige (Gegen-) Maßnahmen

- Welche zwingend erforderlichen Maßnahmen können wir bereits heute angehen?
- Welche sonstigen Maßnahmen sind bei Plattform, Vertrieben und Kosten notwendig?

Auch wenn viele Details des Betriebsrentenstärkungsgesetzes noch in der Ausarbeitung sind und von der Umsetzung durch die Sozialpartner abhängen, wird zunehmend klar, dass die Herausforderungen immens sein könnten – das Gleiche gilt auch für die Chancen.

Es wird weiterhin attraktive Entwicklungsmöglichkeiten und insbesondere in den nächsten Jahren massive Marktanteilsverschiebungen sowie Wachstumfelder geben. Die Transformationsagenda für die Gewinner von morgen hat nichts an Dringlichkeit eingebüßt – für erfolgreiche bAV-Versicherer genauso wie für alle übrigen Marktteilnehmer.

Anhang: Eckpunkte der Reform-Vorlage

Der Gesetzgeber hat sich auf ein **Sozialpartnermodell** als Ergänzung festgelegt – die konkreten bAV-Lösungen sollen im Wesentlichen durch die Sozialpartner für je eine Branche verhandelt werden können. Dabei erlaubt der Gesetzgeber eindeutig auch die Anlehnung nicht tarifgebundener Unternehmen an die Ergebnisse des Tarifvertrags. Die heutigen **Durchführungswege Pensionsfonds, Pensionskasse und Direktversicherung** bleiben in diesem Modell erhalten.

In dieser neuen bAV im wird künftig eine reine **Beitragszusage** möglich sein. Dadurch wird ein **Haftungsfreistellung der Arbeitgeber** mindestens im Neugeschäft möglich („Pay and Forget“). Die Wahl der Zusage-Art wird jedoch weiter Gegenstand der konkreten Verhandlungen der Sozialpartner sein. Auch Zusagen heutiger Prägung werden grundsätzlich weiter möglich sein.

Der Gesetzgeber hat eine Präferenz zur Durchführung der bAV über **gemeinsame Vorsorgeeinrichtungen der Tarifparteien geäußert**. Im Fall der Beitragszusagen müssen die Tarifpartner den Prozess zur Einführung, Implementierung und Durchführung selbst aktiv begleiten. Die konkrete Einführung im jeweiligen Unternehmen können zwar auf die Betriebs- und Personalräte delegiert werden, wobei die wesentlichen Regelungsinhalte allerdings dem Tarifvertrag vorbehalten bleiben sollen.

Die Sozialpartner können eine automatische Entgeltumwandlung für alle Arbeitnehmer („**Auto Enrolment**“) gestalten, verbunden mit der Möglichkeit eines „**Opt Out**“ auf Wunsch des einzelnen Arbeitnehmers. Dabei kann die Teilnahme sowohl verpflichtend für alle Arbeitgeber des Tarifvertrags, als auch auf für die Unternehmen freiwilliger Basis gestaltet werden.

Der Entwurf sieht im Fall der Beitragszusage **verpflichtende Arbeitgeberbeiträge** vor: so soll die bisherige Arbeitgeberersparnis bei den Sozialversicherungsbeiträgen in einen Zuschuss von mindestens 15% der Beiträge fließen. Zusätzlich sollen die Tarifpartner bei einer reinen Beitragszusage weitere sogenannte Sicherheitsbeiträge zu vereinbaren, die dem Begünstigten-Kollektiv zugerechnet werden.

Nichttarifgebundene Arbeitgeber können die Anwendung der tariflichen Regelung vereinbaren. Dazu besteht weiterhin die theoretische Möglichkeit der Allgemeinverbindlichkeitserklärung, um auch nichttarifgebundene Unternehmen einzubeziehen.

Die steuer- und sozialversicherungsfreie Einzahlung steigt von 4% auf 7% bei Entfall aller Sockelbeträge. Daneben plant der Gesetzgeber zusätzliche Förderungen und **Anreize für Geringverdiener**: die Anrechnung auf die soziale Grundsicherung entfällt teils durch die Einführung von Freibeträgen. Der Staat fördert den Arbeitgeberzuschuss ab einer gewissen Zuzahlungshöhe mit 30% bis zu einer Höchstgrenze.

Charakteristika der „neuen“ bAV wie die reine Beitragszusage mit Haftungsausschluss, der verpflichtende Arbeitgeberzuschuss, die Möglichkeit zum Auto-Enrolment und Opt-Out sind gesetzlich **verbindlich nur im Rahmen eines Sozialpartner-Modells**. Steuerliche Freigrenzen sind davon unabhängig.

KONTAKTE

DR. F. GRAF WOLFF METTERNICH

Partner

Ferdinand.Metternich@oliverwyman.com

+41 44 553 34 03

CLAUDIA FELL

Partner

Claudia.Fell@oliverwyman.com

+49 211 89 87 696

FREDERIC KREMER

Principal

Frederic.Kremer@oliverwyman.com

+49 89 939 49 872

GEORG HENIG

Principal

Georg.Henig@oliverwyman.com

+49 89 939 49 864

Qualifizierung, Annahmen und Vorbehalte

Dieser Bericht dient ausschließlich der Verwendung durch den in dem Bericht genannten Kunden von Oliver Wyman. Dieser Bericht ist nicht zur Veröffentlichung oder allgemeinen Verbreitung bestimmt. Er darf ohne vorherige schriftliche Zustimmung von Oliver Wyman zu keinem Zweck vervielfältigt, zitiert oder verteilt werden. Dieser Bericht wird nicht zu Gunsten irgendwelcher Dritter erstellt. Oliver Wyman übernimmt keine Haftung gegenüber Dritten.

Dieser Bericht basiert ganz oder teilweise auf Informationen, die von Dritten beigebracht wurden. Wir sind davon ausgegangen, dass diese Informationen verlässlich sind. Soweit nicht ausdrücklich in dem Bericht vermerkt, haben wir solche Informationen nicht überprüft. Öffentlich verfügbare Informationen sowie Branchendaten und statistische Daten stammen aus Quellen, die wir für verlässlich halten. Gleichwohl übernehmen wir keine Gewähr und keine Garantie für die Richtigkeit oder Vollständigkeit solcher Informationen. Die in dem Bericht enthaltenen Erkenntnisse können Prognosen enthalten, die auf derzeitigen Daten und historischen Entwicklungen basieren. Derartige Prognosen sind mit den ihnen innewohnenden Risiken und Unsicherheiten behaftet. Oliver Wyman übernimmt keine Haftung für tatsächliche Entwicklungen oder zukünftige Ereignisse.

Die in diesem Bericht geäußerten Meinungen gelten nur für den hierin genannten Zweck und nur zu dem Datum des Berichts. Oliver Wyman ist nicht verpflichtet, den Bericht zu überarbeiten im Hinblick auf Veränderungen, Ereignisse oder Gegebenheiten, die nach dem angegebenen Datum eintreten.

Sämtliche Entscheidungen im Zusammenhang mit der Umsetzung oder der Verwendung von Ratschlägen oder Empfehlungen, die in diesem Bericht enthalten sind, stehen in der alleinigen Verantwortung des Kunden. Dieser Bericht stellt keine Anlage- oder Vermögensberatung dar. Der Bericht enthält zudem keine Beurteilung darüber, ob das Geschäft oder das Vorhaben für irgendeine Partei fair oder sinnvoll ist.