

# COMP & BEN

DAS ONLINEMAGAZIN FÜR VERGÜTUNG

by **Personalwirtschaft**

- Interview mit Dr. Thomas Jasper, WTW, und Dr. Martin Brixner, Airbus Group
- Feierliche Preisverleihung im Berliner KaDeWe am 17. März 2026
- Deutschland modernisiert sein bAV-Angebot
- Porträts der sechs prämierten Unternehmen in den Kategorien Großunternehmen sowie kleine und mittlere Unternehmen

Sonderausgabe  
anlässlich der Verleihung des  
Deutschen bAV-Preises 2026





Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wie ist die betriebliche Altersversorgung (bAV) im Rahmen der EU-Entgelttransparenzrichtlinie als Vergütungsbestandteil einzuordnen? Welche Risiken bergen alte bAV-Zusagen? Diese und weitere Fragen beschäftigen Unternehmen – zum Teil beunruhigen sie sie auch.

Umso schöner ist es, dass es mutige Vorreiter bei bAV-Modellen gibt. Unternehmen machen sich Gedanken, wie sie die bAV stärken und als Instrument zur Mitarbeiterbindung nutzen können. Besonders innovative Modelle wurden im Frühjahr mit dem Deutschen bAV-Preis ausgezeichnet. Seien Sie gespannt, welche Neuerungen die Preisträger umgesetzt haben, und lassen Sie sich davon inspirieren.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß beim Lesen!

Ihre

*Kirstin Gründel*

Kirstin Gründel,  
Redakteurin Personalwirtschaft,  
Projektleitung COMP & BEN

**bAV nimmt zentrale Rolle in der Alterssicherung ein . . . . . 3**

Interview mit Dr. Thomas Jasper, Retirement Leader Western Europe, WTW, und Dr. Martin Brixner, Airbus Group

**1. PREIS IN DER KATEGORIE GROSSUNTERNEHMEN . . . . . 6**

Dow Deutschland

**2. PREIS IN DER KATEGORIE GROSSUNTERNEHMEN . . . . . 7**

Schaeffler

**3. PREIS IN DER KATEGORIE GROSSUNTERNEHMEN . . . . . 8**

Commerzbank

**1. PREIS IN DER KATEGORIE KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN. . . . . 9**

AWO Bezirksverband Unterfranken e. V.

**1. PREIS IN DER KATEGORIE KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN. . . . . 10**

Verband Baden-Württembergischer Omnibusunternehmen (WBO)

**3. PREIS IN DER KATEGORIE KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN. . . . . 11**

Autohaus Eberhardt Flügel

Zitate . . . . . 12  
Partner des Deutschen bAV-Preises . . . . . 14  
Impressum . . . . . 15

# BAV NIMMT ZENTRALE ROLLE IN DER ALTERSSICHERUNG EIN

Interview mit Dr. Thomas Jasper, Retirement Leader Western Europe bei WTW, und Dr. Martin Brixner, International Investment and Trust Manager bei Airbus Group



*Die deutsche Wirtschaft kommt noch nicht in Schwung, der Arbeitsmarkt schwächelt, zugleich arbeitet die Bundesregierung an der Rentenreform. Wo findet die bAV als strategischer Bestandteil moderner Personalpolitik ihren Platz in der öffentlichen Diskussion?*

**Thomas Jasper:** Die bAV gewinnt an politischer Aufmerksamkeit – zu Recht, ist sie doch eine besonders vertrauenswürdige und effiziente Form der Vorsorge. Auch die Alterssicherungskommission bestätigt in ihrem Bericht, dass die bAV eine zentrale Rolle im Gesamtkonzept der Alterssicherung spielen muss. Das 2. Betriebsrentenstärkungsgesetz bringt weitere Impulse: Das Sozialpartnermodell wird zugänglicher, die Förderlogik verbessert sich. Dennoch: Ohne spürbare Vereinfachung und eine Kommunikation, die bei den Beschäftigten ankommt, wird die Verbreitung nur begrenzt steigen. Komplexität bleibt das größte Hemmnis. Das betrifft nicht nur die bAV allein, sondern auch das Zusammenspiel aller drei Vorsorgesäulen. Wer Beschäftigten nicht zeigt, wie gesetzliche Rente, Betriebsrente und private Vorsorge zusammenwirken, lässt entscheidende Hebel ungenutzt.

*Ein Blick zurück: In deutschen Unternehmen stecken noch hohe Risiken aus Defined-Benefit-Plänen. Was empfehlen Sie betroffenen Unternehmen für den Umgang damit im Rahmen von De-Risking-Strategien?*



„Financial Wellbeing ist der entscheidende Rahmen, in dem die betriebliche Altersversorgung wirklich wirkt.“

Dr. Thomas Jasper, WTW

**Martin Brixner:** Mit der aktuariellen Bewertung und den Sensitivitäten hat man einen ersten Eindruck der Hauptrisikotreiber. Zudem lohnt es sich, gezielt Szenarien zu entwickeln, um relevante Risiken zu identifizieren. Wichtig ist es meiner Erfahrung nach, sich die jeweiligen Zusagen und die nationalen Rahmenbedingungen zu vergegenwärtigen, da es wesentliche Unterschiede zum Beispiel bei Unverfallbarkeit oder Rentenanpassung gibt. Auf dieser Basis sollte überlegt werden, ob die Chancen und Risiken aus Sicht des Unternehmens ausgewogen und tragbar sind oder ob ein De-Risking angestrebt werden muss.

*Wie kann ein Unternehmen die individuell passende Strategie für ein De-Risking identifizieren?*

**Martin Brixner:** Essenziell ist die Formulierung eines klaren Zielbildes. Die Grundlage bilden der Risikoappetit und die Tragfähigkeit des Unternehmens. Diese sollten konkret und messbar formuliert werden, zum Beispiel eine Angabe dazu, welche Schwankung der bilanziellen Ausfinanzierung in einem Jahr akzeptabel

ist. Dann gilt es, Klarheit über die Rahmenbedingungen zu gewinnen. Wird das Unternehmen bis auf weiteres fortgeführt oder ist es eine Projektgesellschaft, die planmäßig abgewickelt wird? Falls der Plan einen Überschuss ausweist: Steht er für ein De-Risking oder für eine Entnahme zur Verfügung? Wie belastbar sind die Bestandsdaten? Auf dieser Grundlage werden die verfügbaren De-Risking-Maßnahmen verglichen. Welchen Beitrag zur Zielerreichung leisten sie und welche Kosten bzw. entgangenen Erträge sind damit verbunden? Die Maßnahmen unterscheiden sich von Land zu Land. So sind zum Beispiel die Buy-out-Möglichkeiten in UK anders als in Deutschland, wobei hier einiges in Bewegung gekommen ist. Auch die Spielräume, an der Zusage zumindest für die Zukunft Anpassungen vorzunehmen, variieren. Dieser Vergleich muss um qualitative Aspekte ergänzt werden, wie die zu erwartenden Reaktionen der Mitarbeiter und des Betriebsrats. Anhand dieses Gerüsts lässt sich die De-Risking-Entscheidung strukturieren und nachhalten.

*Die Unternehmen sind nach wie vor darauf angewiesen, gute Fach- und Führungskräfte zu halten. Welche Rolle spielt dabei die bAV?*

**Thomas Jasper:** Die bAV ist kein schnelles Recruiting-Instrument, aber ein strategisch unterschätztes. Unser „Global Benefits Attitude Survey“ zeigt deutlich: Beschäftigte erwarten von ihrem Arbeitgeber ein klares Engagement bei der Altersvorsorge. Diese Erwartungshaltung ist keine weiche Präferenz, sondern ein handfester Faktor bei Arbeitgeberwahl und Bindungsentscheidung. Die Daten belegen eine starke Mitarbeitergewinnungs- und Bindungswirkung,

gerade bei Fach- und Führungskräften, die langfristig denken. Was die bAV dabei besonders wertvoll macht: Sie ist eines der wenigen Instrumente, die die Interessen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern wirklich zusammenbringen. Besonders wirksam sind klare Arbeitgeberbeiträge, gut gestaltete Matching-Modelle und eine Kommunikation, die die bAV nicht isoliert darstellt, sondern im Kontext der individuellen Gesamtversorgung über alle drei Säulen hinweg.

*Wie ausgeprägt ist das sozialpolitische Verantwortungsbewusstsein der Arbeitgeber, mit einer bAV zur Absicherung ihrer Mitarbeitenden im Alter beizutragen?*

**Thomas Jasper:** Das Bewusstsein ist vorhanden, aber ungleich verteilt. Was positiv stimmt: Die aktuellen Deutschlandergebnisse der WTW DC-Studie zeigen, dass Arbeitgeber die Unterstützung ihrer Mitarbeitenden bei der Vorsorgeplanung selbst als wichtig einstufen. Dieser Anspruch wächst. Und dass gute bAV keine Frage der Unternehmensgröße ist, zeigen die Preisträger des Deutschen bAV-Preises eindrucksvoll.



„Nachhaltigkeit im Pensionsmanagement ist Bestandteil des Reportings und bietet eine Plattform für „Tue Gutes und sprich darüber“.“

Dr. Martin Brixner, Airbus Group

voll: Große Konzerne, mittelständische Unternehmen und auch kleinere Betriebe beweisen Jahr für Jahr, dass durchdachte und wirkungsvolle bAV-Lösungen in jeder Größenordnung möglich sind. Gleichzeitig bleibt es eine Realität, dass viele kleinere Unternehmen durch Kosten, Komplexität und Haftungsfragen gebremst werden. Hier braucht es einfachere Regulierung und bessere administrative Unterstützung und Arbeitgeber, die Vorsorgeplanung ganzheitlich denken als Verzahnung von erster, zweiter und dritter Säule, nicht als isoliertes bAV-Angebot.

*Nachhaltigkeit ist aus der Kapitalanlage und aus dem Pensionsmanagement nicht mehr wegzudenken. Wie kann ein Unternehmen Nachhaltigkeitsaspekte in seiner bAV verankern?*

**Martin Brixner:** Eine pragmatische, zum Unternehmen passende Kombination von positiven und negativen Auswahlkriterien in einer Investment-Guideline ist bei der Verankerung ein Schlüsselfaktor. Das Thema Nachhaltigkeit im Pensionsmanagement ist Bestandteil des Reportings geworden, sodass es eine Plattform für „Tue Gutes und sprich darüber“ bietet.

*Lässt sich festmachen, wie wichtig den Beschäftigten Nachhaltigkeit in ihrer bAV und in der Kapitalanlage ist?*

**Martin Brixner:** Die Mitarbeiter und ihre Vertreter äußern klar die Erwartungshaltung, dass das Thema Nachhaltigkeit adäquat berücksichtigt wird – wobei die Meinungen, was adäquat ist, durchaus auseinanderfallen. Auch wenn das Thema in der jüngeren Vergangenheit weniger stark im Fokus stand, bedeutet das nicht, dass es an Relevanz verloren hat.

Vielmehr ist es mittlerweile eine Art Mindestanforderung geworden, ohne dass Rendite und Sicherheit hintenangestellt werden.

*Wie kann Financial Wellbeing gerade jüngere Beschäftigte dabei unterstützen, für sich langfristig finanzielle Sicherheit aufzubauen?*

**Thomas Jasper:** Financial Wellbeing ist der entscheidende Rahmen, in dem bAV wirklich wirkt. Erst wenn Beschäftigte ihre individuelle Vorsorgelücke über alle drei Säulen hinweg verstehen, steigt die Bereitschaft zum Handeln. Digitale Tools und individuelle Orientierung helfen, dieses Gesamtbild sichtbar zu machen. Ein zentraler Hebel wird dabei oft unterschätzt: Entscheidungsunterstützung bedeutet auch, Entscheidungsträgheit bewusst zu nutzen. Opt-out-Modelle sollten in der Breite ermöglicht und aktiv unterstützt werden, denn wer nicht aktiv wird, sollte trotzdem versorgt sein. Starke Financial-Wellbeing-Initiativen verbinden strukturelle Absicherung durch smarte Defaults mit echter Finanzbildung über das Zusammenspiel aller Vorsorgebausteine.

*Unklar sind nach wie vor die konkreten Auswirkungen eines bAV-Angebots der Arbeitgeber auf dessen nachhaltige Attraktivität und die Bindungswirkung.*

**Thomas Jasper:** Das Argument, dass die Wirkung der bAV auf Arbeitgeberattraktivität schwer messbar sei, gilt so nicht mehr. Unser „Global Benefits Attitude Survey“ liefert hier klare Belege: Beschäftigte haben eine ausgeprägte Erwartungshaltung, dass sich ihr Arbeitgeber bei der Altersvorsorge engagiert. Diese Erwartung hat direkte Konsequenzen für die

Entscheidung, zu einem Arbeitgeber zu wechseln, und auch für die Bereitschaft zu bleiben. Die bAV wirkt dabei nicht als einseitige Arbeitgeberleistung, sondern als Instrument, das Arbeitgeber- und Arbeitnehmerinteressen zusammenführt: Versorgungssicherheit auf der einen, Bindung und Arbeitgeberimage auf der anderen Seite. Die Wirkung entfaltet sich aber nur dort, wo Kommunikation gelingt, wo Beschäftigte verstehen, was die zweite Säule zu ihrer persönlichen Gesamtversorgung beiträgt. Wer das schafft, macht den Unterschied, als Arbeitgeber und als Vorsorgegestalter. (gb) ◀



© Deutscher bAV-Preis

Der Preisabend im Berliner KaDeWe

# 1. PREIS IN DER KATEGORIE GROSSUNTERNEHMEN

## DOW DEUTSCHLAND

Dow zählt zu den weltweit führenden Unternehmen für Materialwissenschaften. Der Konzern betreibt Produktionsstätten in 29 Ländern und beschäftigt rund 34 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weltweit, davon rund 3.500 in Deutschland. Die betriebliche Altersversorgung ist für Dow ein strategisches HR-Instrument. Sie spielt eine wichtige Rolle bei der Mitarbeitergewinnung, da sie auch als Qualitätsmerkmal eines Arbeitgebers wahrgenommen wird. Noch relevanter ist der Beitrag zur langfristigen Bindung: Eine attraktive bAV stärkt die Loyalität und unterstreicht, dass das Unternehmen Verantwortung über das aktive Arbeitsleben hinaus übernimmt.

Der Dow Pension Plan ist ein bundesweit einheitliches, modulares bAV-System, das verschiedene Bausteine kombiniert. Das gesamte Anlagevolumen des Plans wird im Jahr 2026 den zweistelligen Millionenbereich deutlich überschreiten. Zu den Kernbestandteilen des Systems zählt unter anderem die automatische Teilnahme mit Opt-out-Möglichkeit, um eine hohe Beteiligung bei gleichzeitiger Wahlfreiheit sicherzustellen. Die Beiträge umfassen einen arbeitgeberfinanzierten Grundbeitrag und überproportionale Matching-Beiträge, sobald Mitarbeitende eigene Beiträge leisten. Dow lässt das bAV-Vermögen kapitalmarktorientiert anlegen, sodass sich für Arbeitnehmerbeiträge attraktive Renditechancen

ergeben. Mit Blick auf die Risikosteuerung und Stabilität werden die Arbeitgeberbeiträge teilweise innenfinanziert. Dow kooperiert mit Allianz als Asset Manager und als Versicherungspartner für die extern finanzierten Bestandteile. Das bAV-Modell ist zudem durch Mechanismen, die Mindestleistungen und die Stabilität gewährleisten, abgesichert.



Die Leistungsberechtigten haben ab dem Eintritt in die Leistungsphase die Wahl zwischen flexiblen Auszahlungsoptionen: Kapital, Raten, Rente oder Kombinationen. Zusätzlich gewährt Dow den Beschäftigten eine sofortige, kollektiv organisierte Risikoabsicherung im Fall der Berufsunfähigkeit und im Todesfall – ohne Wartezeiten oder Gesundheitsprüfung. „Das Modell ist bewusst einfach gehalten und auf unterschiedliche Lebensphasen anpassbar“, erklärt Christian Schmalenberg, Senior Total Rewards Specialist bei Dow Deutschland. „Das Besondere am Dow Pension Plan ist der konsequente Bruch mit gewachsenen Strukturen.“ Anstatt bestehende Systeme zu optimieren, habe das Unternehmen radikal vereinfacht und aus der Perspektive der Mitarbeitenden neu gedacht. „Die Kombination aus Automatisierung, hoher Arbeitgeberförderung, Kapitalmarkteteiligung und Sicherheit führt zu außergewöhnlich hoher Akzeptanz“, ergänzt Hanna Sitzler, Senior Project Director bei Dow Deutschland. „Zudem ist das Modell fair über alle Mitarbeitergruppen hinweg gestaltet – unabhängig von Tarifstatus oder Gesellschaft.“ Das Feedback aus der Belegschaft zum neuen bAV-System ist positiv. Besonders geschätzt werden die hohe Arbeitgeberförderung, die Transparenz sowie die einfache Funktionsweise des Modells. Die Teilnahmequote bei Neueintritten liegt nahezu bei 100 Prozent. (gb) ◀

## 2. PREIS IN DER KATEGORIE GROSSUNTERNEHMEN

### SCHAEFFLER

Seit 80 Jahren treibt die Schaeffler Gruppe Erfindungen und Entwicklungen im Bereich Motion Technology voran. Sie ist mit rund 110 000 Mitarbeitenden an mehr als 250 Standorten in 55 Ländern eines der weltweit größten Familienunternehmen. Schaeffler Deutschland unterstützt die Mitarbeitenden durch attraktive betriebliche Altersvorsorgemöglichkeiten



Katy Lewerenz und Sebastian Baltres

© WLV

dabei, für ihren Ruhestand finanziell vorzusorgen. Dieses Angebot ist Teil eines ganzheitlichen Total-Rewards-Systems, das die Mitarbeitenden von Schaeffler für ihre Arbeit und ihr Engagement entlohnt – weit über die finanzielle Vergütung hinaus.

Die betriebliche Altersversorgung hat für Schaeffler einen hohen strategischen Stellenwert und ist ein wichtiger Aspekt bei der Mitarbeiterbindung. Sie signalisiert Verlässlichkeit, langfristiges Denken und Verantwortung gegenüber der Belegschaft. Zwar ist die bAV bei der Gewinnung von neuen Mitarbeitenden selten der ausschlaggebende Erstimpuls. Sie gewinnt aber im Entscheidungsprozess deutlich an Bedeutung, vor allem bei Mitarbeitenden mit langfristiger Beschäftigungsperspektive.

Die betriebliche Altersversorgung bei Schaeffler besteht aus mehreren Bausteinen: Beim Schaeffler Pension Plan zahlt das Unternehmen Versorgungsbeiträge, die in einem Kapitalisierungsprodukt angelegt werden. Jährliche Zinszahlungen werden in einen global agierenden Aktienfonds reinvestiert. Mit dieser Kombination aus sicherer Kapitalanlage (Kapitalisierungsprodukt) und chancenreicher Kapitalanlage (Aktienfonds) wird ein attraktives Guthaben aufgebaut. Die Auszahlung erfolgt wahlweise als Einmalzahlung, in mehreren Raten oder als monatliche lebenslange Rente.

Zudem stehen den Beschäftigten zwei Modelle zur Entgeltumwandlung zur Verfügung: Beim „Persönlichen Vorsorgekonzept 1“ (PVK 1) zahlen die Mitarbeitenden Teile ihres Bruttoentgelts steuerfrei in einen Multi-Asset-Fonds ein. Dieser investiert in verschiedene weltweite Aktien und Anleihen. Zudem sorgt eine garantierte Verzinsung von einem Prozent pro Jahr für mehr Sicherheit. Die Auszahlung des Guthabens erfolgt wahlweise als Kapitalbetrag, in Raten oder als lebenslange Rente. Das zweite arbeitnehmerfinanzierte Modell, das PVK 3, ermöglicht die Entgeltumwandlung in Form der Direktversicherung.

Neu gegenüber den bisherigen bAV-Angeboten bei Schaeffler ist insbesondere die Möglichkeit, die Auszahlung des Versorgungsguthabens – sowohl beim Schaeffler Pension Plan als auch bei der Entgeltumwandlung in eine Direktzusage – nach persönlichen Bedürfnissen frei wählen zu können. Der Schaeffler Pension Plan, der 2023 die seit 1975 bestehende Schaeffler-Rente ablöste, war nicht nur für Neueintritte konzipiert worden. Auch den Versorgungsberechtigten der Schaeffler-Rente wurde das Angebot unterbreitet, in das neue Modell zu wechseln. Nach zwei Wechselaktionen – 2023 und erneut 2025 nach dem Zusammenschluss mit Vitesco Technologies – nehmen nunmehr zwei Drittel aller Berechtigten am neuen Schaeffler Pension Plan teil. (gb) ◀

## 3. PREIS IN DER KATEGORIE GROSSUNTERNEHMEN

### COMMERZBANK

Die Commerzbank betreut mehr als zehn Millionen Kunden im Segment Privat- und Unternehmerkunden in Deutschland. Sie ist internationale Partnerin von rund 24 000 Firmenkundenverbänden. Für ihre rund 25 000 Mitarbeitenden in Deutschland bietet sie ein bAV-Modell über eine Direktusage an. Ergänzend sind die Mitarbeitenden über den Versicherungsverein des Bankgewerbes abgesichert.

Für ihr Kommunikationskonzept rund um die betriebliche Altersversorgung (bAV) erhielt die Commerzbank den dritten Platz beim Deutschen bAV-Preis 2026 in der Kategorie „Großunternehmen“. Die Jury würdigte vor allem die speziell auf junge Talente wie Auszubildende, Studierende, Trainees und Berufseinsteiger ausgerichtete Kommunikation.

„Unser prämiertes Modell setzt auf eine klare und verständliche Kommunikation, die speziell auf die Bedürfnisse unserer Mitarbeitenden abgestimmt ist“, betont Dr. Matthias Wohlgemuth, Vice President Global Pensions bei der Commerzbank. Wohlgemuths Kollegin, Dr. Carolin Weckbecker, ebenfalls Vice President Global Pensions, ergänzt: „Das Besondere an unserem bAV-Konzept liegt in seiner modernen und kreativen Weise: Wir nutzen Videos mit unseren Young Talents als Hauptakturen und interaktive Veranstaltungen, die zum Mitmachen und Austauschen einladen.“ Die Erklärfor-

mate seien zudem in verständlicher Sprache ohne Fachjargon verfasst. Damit gelinge es, den jungen Talenten bereits zu Beginn ihres Berufslebens Wissen rund um die Altersvorsorge zu vermitteln und ihre Wertschätzung dafür zu fördern. Altersvorsorge werde greifbarer und interessanter – aus Sicht der beiden bAV-Experten ein wesentlicher Unterschied zu traditionellen Konzepten.

Für die Bank hat die bAV einen hohen Stellenwert. „Sie ist ein wichtiges Instrument zur Gewinnung und Bindung von Mitarbeitenden“, stellt Weckbecker fest. Indem das Unternehmen die finanzielle Absicherung seiner Beschäftigten im Alter unterstützt, signalisiert es Wertschätzung und Verantwortung als Arbeitgeber gegenüber den Mitarbeitenden.

Die Beschäftigten schätzen das Angebot: „Unser Kommunikationsansatz stößt nicht nur bei unseren Young Talents, sondern auch bei allen anderen Mitarbeitenden auf positives Feedback“, so Weckbecker. Insbesondere nahmen die Mitarbeitenden die modernen Formate und interaktiven Veranstaltungen gut an. Neben der bAV bietet die Commerzbank ihren Mitarbeitenden weitere Benefits wie Leasing-Möglichkeiten für Autos, Fahrräder und IT-Produkte und ein Mitarbeiteraktienprogramm.

Die Auszeichnung ist für die Bank ein Zeichen für die Anerkennung ihres innovativen Ansatzes. „Der

Preis unterstreicht, dass es sich lohnt, etwas Neues auszuprobieren“, freut sich Weckbecker. Zudem stärke er die Reputation als Arbeitgeber. Ausruhen will sich die Bank nicht auf der Auszeichnung: „Wir behalten die Bedürfnisse und Erwartungen der Mitarbeitenden im Blick und entwickeln das Konzept kontinuierlich weiter“, so Wohlgemuth. (kg) ◀



Dr. Matthias Wohlgemuth  
und Dr. Carolin Weckbecker

# 1. PREIS IN DER KATEGORIE KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

## AWO BEZIRKSVERBAND UNTERFRANKEN E. V.

Die AWO Unterfranken versorgt, begleitet und unterstützt Menschen mit Pflege- und Betreuungsangeboten sowie sozialen Dienstleistungen. Der Träger der Gesundheits- und Sozialwirtschaft in Unterfranken beschäftigt rund 3000 Mitarbeitende. Für sie hat der Arbeitgeber zum 1. Januar 2026 mit der AWO-Rente ein kollektiv getragenes bAV-Modell eingeführt. „Wir wollen zeigen, dass bAV gerade in personalintensiven Branchen ein strategischer Baustein für Bindung und Arbeitgeberattraktivität ist“, sagt Dominik Roth, Konzernpersonalleiter der AWO Unterfranken. Das bAV-Modell wurde gemeinsam mit der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di entwickelt. Es ist im Rahmen eines Sozialpartnermodells (SPM) in das Metzler Pension Management eingebunden. Die Bestandsverwaltung liegt bei SIGNAL IDUNA.

Mit der bAV will die AWO Unterfranken den Beschäftigten ein Signal der Wertschätzung und langfristigen Verantwortung geben. „Gerade im Fachkräftemarkt wirkt eine spürbare Arbeitgeberleistung als Benefit positiv differenzierend – sowohl bei der Gewinnung als auch bei der Bindung“, betont Roth. „Die bAV ist für uns nicht nur ein Vorsorgeinstrument, sondern ein strategischer Bestandteil unserer Employer-Value-Proposition.“

Das neue bAV-Konzept wird im Rahmen einer reinen Beitragszusage (rBZ) umgesetzt und über

den Metzler Sozialpartner Pensionsfonds kapitalmarktnah administriert. Kern der rBZ ist ein arbeitgeberfinanzierter Grundbeitrag von 2,8 Prozent des maßgeblichen Entgelts, wobei der Effektivbeitrag des Arbeitgebers inklusive arbeitgeberfinanzierter Sicherungs- und Kostenanteile insgesamt rund drei Prozent beträgt. Der Grundbetrag wird um die Mög-

lichkeit einer optionalen Entgeltumwandlung – zum Beispiel 1,4 Prozent oder 2,8 Prozent – ergänzt. Metzler Pension Management verfolgt in der Kapitalanlage eine einheitliche Anlagestrategie im Rahmen eines aktiven Asset Managements, das an das SPM von Uniper angedockt ist. Zusätzliche Sicherungsmechanismen sind über kollektiv finanzierte Sicherungsbeiträge und Risikopuffer abgebildet. Daraus entstehen im Alter typischerweise Rentenleistungen.

Ein Merkmal der AWO Rente ist die Kombination aus obligatorischer tariflicher Kollektivlösung, spürbarem Arbeitgeberbeitrag und moderner Governance im Sozialpartnermodell – mit dem Ziel, die bAV haftungsarm und breit zugänglich zu machen. Das Feedback zum Modell ist sehr positiv. Insbesondere die arbeitgeberfinanzierte Komponente und die einfache, kollektiv geregelte Systematik kommen bei den Beschäftigten gut an. Das belegt die Beteiligungsquote: Neben einer hundertprozentigen Beteiligung am obligatorischen Teil der AWO Rente beläuft sich die Beteiligungsquote bei der freiwilligen Entgeltumwandlung auf 25 Prozent. Künftig will die AWO Unterfranken noch an drei Stellschrauben der bAV drehen: Erstens soll das Modell verständlicher erklärt werden; zweitens soll eine zielgruppengerechte Ansprache die Entgeltumwandlung besser aktivieren; drittens gilt es, Prozesse zu optimieren. (gb) ◀



Dominik Roth  
und Martin Ulses

© WTW

# 1. PREIS IN DER KATEGORIE KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

## VERBAND BADEN-WÜRTTEMBERGISCHER OMNIBUSUNTERNEHMEN (WBO)

Der Verband Baden-Württembergischer Omnibusunternehmen e.V. (WBO) vertritt die Interessen von rund 320 Omnibus- und Verkehrsunternehmen. Mit seinem Sozialpartnermodell „BusRente BW“ hat er eine betriebliche Altersversorgung (bAV) für mehr als 8000 Beschäftigte geschaffen. Die Jury des Deutschen bAV-Preises zeichnete das Konzept mit einem



Silke Geiger

© WBO

ersten Platz in der Kategorie „Kleine und mittelständische Unternehmen“ aus – ein weiterer erster Platz ging an den AWO Bezirksverband Unterfranken.

Die BusRente BW richtet sich insbesondere an gewerbliche Beschäftigte, darunter zahlreiche Busfahrerinnen und Busfahrer. Grundlage ist ein von den Sozialpartnern geschlossener Tarifvertrag, der neben den Beiträgen auch einen Sicherheitsbeitrag vorsieht. „Wir waren eine der ersten Branchen mit klein- und mittelständischen Unternehmen in Deutschland, die einen Tarifvertrag über die reine Beitragszusage abgeschlossen haben“, sagt Silke Geiger, Leiterin Personal und Tarif beim WBO.

Das bAV-Modell ist für die Mitgliedsunternehmen verpflichtend, ein Opting-out für die Mitarbeitenden nicht möglich. Der offizielle Start der BusRente BW war am 1. Januar 2026, wobei es eine Übergangsfrist von zwölf Monaten gibt. Derzeit hat rund ein Viertel der WBO-Mitgliedsunternehmen das Modell eingeführt.

Die Umsetzung des Modells erfolgte schrittweise unter Einbindung der Sozialpartner. Eine zentrale Herausforderung bestand darin, das Prinzip der reinen Beitragszusage in einer Branche zu etablieren, die stark mittelständisch geprägt ist. „Die Finanzwelt ist nicht die Kernaufgabe unserer Branche – wir bewegen Menschen“, so Geiger rückblickend.

Laut Geiger nimmt der Verband mit seinem Sozialpartnermodell eine Vorreiterrolle ein, da es sich wie nur wenige andere an eine stark klein- und mittelständisch geprägte Branche mit im Durchschnitt zehn Beschäftigten pro Unternehmen richtet. Die bAV ist für den Verband ein Baustein zur Mitarbeitergewinnung und -bindung. Neben der betrieblichen Altersversorgung umfasst der Manteltarifvertrag der Branche zahlreiche weitere Vorteile, darunter eine Jahressonderzahlung, Urlaubsgeld, Zuschüsse zum Krankengeld, anteilige Pausenvergütung sowie die Übernahme von Schulungskosten. Ergänzend bieten viele Mitgliedsunternehmen freiwillige Leistungen wie Tankgutscheine, Corporate Benefits und Fitnessangebote an.

Laut dem Verband stößt das Modell bereits in der laufenden Einführungsphase auf eine positive Resonanz: Rund ein Viertel der Beschäftigten sei trotz der Übergangsfrist bis Ende 2026 bereits eingebunden. Der WBO wertet dies als positives Signal für die Akzeptanz des neuen Systems. „Die Auszeichnung mit dem bAV-Preis unterstreicht das Engagement der Branche für ihre Beschäftigten“, bekräftigt Geiger. Künftig solle der Fokus auf der Umsetzung der BusRente BW in weiteren Unternehmen liegen. Parallel strebt der Verband im Sozialpartnerbeirat eine möglichst hohe Rendite nach Kosten an. (mam) ◀

## 3. PREIS IN DER KATEGORIE KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN

### AUTOHAUS EBERHARDT FLÜGEL

Das Autohaus Eberhardt Flügel blickt auf eine fast hundertjährige Unternehmensgeschichte zurück. Der Familienbetrieb mit Sitz in Erfurt besteht seit 1932 und beschäftigt heute 23 Mitarbeitende. Das Unternehmen konzentriert sich auf den Werkstattservice und die ganzheitliche Kundenbetreuung rund um das Thema Mobilität.

Beim Deutschen bAV-Preis 2026 belegt das Autohaus den dritten Platz in der Kategorie „Kleine und mittlere Unternehmen“. Ausschlaggebend für die Platzierung ist sein bAV-Ansatz, der Altersvorsorge und Gesundheitsleistungen miteinander verbindet. „Wir wollten zeigen, dass moderne und attraktive Vorsorgemodelle nicht nur Großkonzernen vorbehalten sind, sondern auch im Mittelstand eine enorme Hebelwirkung entfalten können“, erklärt Inhaber und Geschäftsführer Gero Häuschen. Er führt das Unternehmen seit Anfang 2025 und war zuvor 32 Jahre als Kfz-Elektriker und Serviceleiter im Autohaus angestellt.

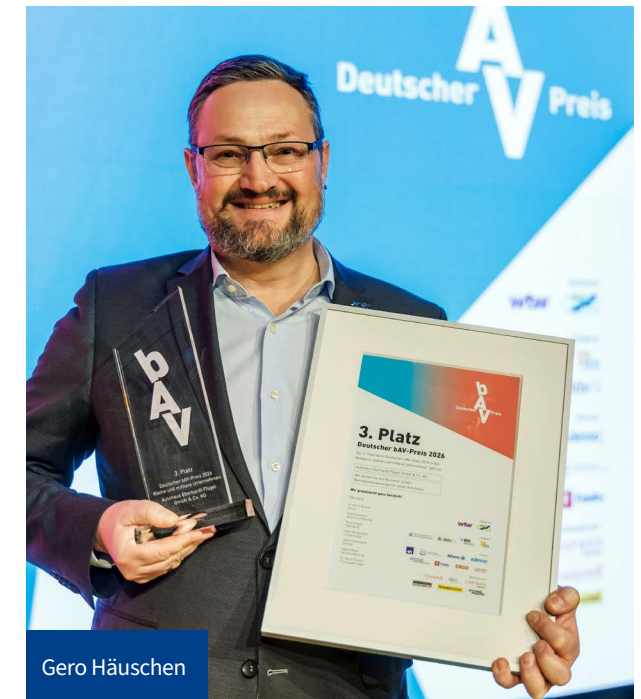
Das Konzept „Altersvorsorge und Gesundheitsbudget aus einer Hand“ basiert auf zwei Säulen. Die erste Säule bildet die Altersvorsorge, für die alle Beschäftigten einen arbeitgeberfinanzierten Beitrag erhalten. So ist die betriebliche Altersvorsorge (bAV) für die gesamte Belegschaft unabhängig von einer Eigenbeteiligung abgesichert. Darüber hinaus bezu-

schusst das Unternehmen die freiwillige Entgeltumwandlung mit 20 Prozent – der gesetzlich festgelegte Mindestwert liegt bei 15 Prozent. Die zweite Säule bildet die Gesundheitsvorsorge. Jede und jeder Mitarbeitende erhält jährlich 600 Euro, die flexibel für Leistungen wie Sehhilfen, Zahnvorsorge oder Naturheilverfahren genutzt werden können.

Nach Angaben des Unternehmens nutzen 90 Prozent der Belegschaft das Angebot. Häuschen führt die hohe Beteiligung unter anderem auf die intensive Kommunikation zum Konzept zurück. In Zusammenarbeit mit der R&V wurden alle Beschäftigten vor der Einführung individuell beraten, und sie haben eine eigens erstellte Informationsbroschüre erhalten. „Die persönliche Kommunikation war der entscheidende Erfolgsfaktor“, sagt der Geschäftsführer, für den die bAV ein zentrales Instrument der Mitarbeitergewinnung und -bindung ist.

Die Mitarbeitenden schätzen an dem Konzept besonders, dass die Lücken der gesetzlichen Absicherung verständlich aufgezeigt werden. Aus Unternehmenssicht liegt der Nutzen des Modells in der Verbindung von langfristiger finanzieller Absicherung und Gesundheitsleistungen. Häuschen erklärt: „Der wichtigste Benefit ist für uns die Kombination aus finanzieller Absicherung im Alter und dem unmittelbaren Erhalt der Gesundheit.“

Der Erfurter Betrieb wertet die Auszeichnung mit dem Deutschen bAV-Preis als Bestätigung seines Ansatzes. Künftig möchte er die Beschäftigten noch intensiver in Vorsorgefragen beraten. „Ein modernes Unternehmen sollte Verantwortung für die ganzheitliche Lebensqualität seiner Belegschaft übernehmen“, betont der Geschäftsführer. (mam) ◀



Gero Häuschen



### Welchen Stellenwert hat die bAV im Vergleich zu anderen Benefits?

**Christof Quiring,**  
**Head of Workplace Investing,**  
**Fidelity:**

Aus wissenschaftlichen Studien und unserer Praxis wissen wir, dass Mitarbeitende ihren Finanzbedarf im Ruhestand erheblich unterschätzen, weil sie laufende Kosten, Inflation und mögliche gesundheitliche Ausgaben nicht vollständig einkalkulieren. Oft fehlt das Bewusstsein für die Lücke zwischen gesetzlicher Rente und den Kosten für den gewohnten Lebensstandard. Daher hat die betriebliche Altersversorgung den höchsten (Stellen-)Wert von allen Benefits, die Arbeitgeber ihren Mitarbeitenden anbieten.



### Warum ist das Sozialpartnermodell für kleine und mittelständische Unternehmen ein bAV-Booster?

**Christian Remke,**  
**Sprecher der Geschäftsführung,**  
**Metzler Pension Management:**

Die Verbreitung der bAV in Deutschland stagniert. Klassische Garantiekonzepte gelten häufig als teuer, renditeschwach und administrativ aufwendig, was insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen wichtige Kriterien sein können. Mit dem Sozialpartnermodell haben wir nun eine moderne Lösung, die auf Garantien verzichtet, beide Seiten berücksichtigt und gerade kleinen und mittelständischen Unternehmen über eine administrativ effiziente Lösung den Einstieg in die bAV ermöglicht.



### Welchen Rat geben Sie den Preisträgerinnen und Preisträgern des Deutschen bAV-Preises?

**Daniel Schepp,**  
**Deputy Head of Business**  
**Development & Sales, Marketing**  
**& Communications, Business**  
**Engineering, Caceis:**

Bleiben Sie konsequent nutzerorientiert: einfache und transparente Angebote, starke und zielgerichtete Kommunikation sowie digitale und schlanke Prozesse. Nutzen Sie den Preis als Plattform zum Erfahrungsaustausch und zur Vernetzung – und bleiben Sie mutig, innovative Wege in der bAV zu gehen.



### Welchen Stellenwert hat die bAV im Vergleich zu anderen Benefits?

**Marc Braun,**  
**Mitglied des Vorstands, Ergo**  
**Vorsorge Lebensversicherung:**

Das Bewusstsein für die Altersversorgung hat sich, nicht zuletzt durch aktuelle Rentenreformen, deutlich geschärft. Auch Arbeitnehmer achten verstärkt auf das Benefitpaket ihres Arbeitgebers. Die betriebliche Altersversorgung spielt dabei eine übergeordnete Rolle – stärkt sie doch die Bindung an das Unternehmen und zeigt Verantwortung für die Zukunft der Beschäftigten. Sie steht für langfristige Sicherheit und Attraktivität als Arbeitgeber.



### Warum ist das Sozialpartnermodell für kleine und mittelständische Unternehmen ein bAV-Booster?

**Marco Herrmann,**  
Vorstandsvorsitzender und  
Geschäftsführer, BVV:

Betriebliche Altersversorgung mit attraktiver Rendite, effizienter Administration und einem Fundament aus echtem Vertrauen – das Sozialpartnermodell macht genau das möglich. Arbeitgeber übertragen Verantwortung an ein kollektiv gesteuertes System, das Gewerkschaften und Arbeitgeberverbände gemeinsam steuern. Was überzeugt, sind ein schlanker Prozess und die Gewissheit, Mitarbeitenden eine Versorgung zu bieten, die einen relevanten Beitrag zur Alterssicherung leistet.



### Welchen Stellenwert hat die bAV im Vergleich zu anderen Benefits?

**Elisa Albers,**  
Head of Corporate Employee  
Benefits, Axa:

Unter allen Benefits ist die bAV die Kür: Sie verbindet langfristige Wirkung mit steuerlicher Effizienz zu echtem Mehrwert – für Arbeitgeber wie für Mitarbeitende. Mit bedarfs- und zielgerichteter Unterstützung für jeden Einzelnen setzt sie dabei ein Höchstmaß an Wertschätzung. Im Zuge der steigenden Notwendigkeit zusätzlicher finanzieller Vorsorge wird die bAV einen immer höheren Stellenwert einnehmen.



### Welchen Stellenwert hat die bAV im Vergleich zu anderen Benefits?

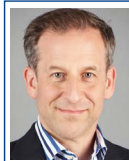
**Elmar Möller, Geschäftsführer  
Allianz Pension Consult, Allianz:**

Corporate Benefits erleben in deutschen Unternehmen eine Renaissance. Die betriebliche Altersversorgung nimmt dabei eine qualitativ andere Stellung ein: Sie ist nicht ein Benefit unter vielen, sondern das strukturelle Fundament eines zukunftsfähigen Vergütungskonzepts mit gesellschaftspolitischer Relevanz. Die seit Jahren diskutierte Reform des Dreisäulenmodells mit den aktuellen Überlegungen zur Weiterentwicklung der zweiten und dritten Säule macht deutlich: Neben der gesetzlichen Rente bedarf es verlässlicher Versorgungsbausteine aus der bAV sowie aus privater Vorsorge, damit ein den Lebensstandard sicherndes Versorgungsniveau erreicht werden kann.



**Sandra Weis**  
Competence Center Lead bAV  
Services  
adesso SE  
Kattenbrookstrift 33  
30539 Hannover

[sandra.weis@adesso.de](mailto:sandra.weis@adesso.de)



**Elmar Möller**  
Geschäftsführer  
Allianz Capital & Pension Solutions  
GmbH  
Heßbrühlstraße 2  
70565 Stuttgart

[elmar.moeller@allianz.de](mailto:elmar.moeller@allianz.de)



**Elisa Albers**  
Bereichsleiterin Corporate Employee  
Benefits  
AXA Konzern AG  
Colonia-Allee 10-20  
51067 Köln

[elisa.albers@axa.de](mailto:elisa.albers@axa.de)



**Marco Herrmann**  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
BVV Pension Management GmbH  
Straße der Pariser Kommune 8  
10243 Berlin

[marco.herrmann@bv.de](mailto:marco.herrmann@bv.de)



**Daniel Schepp**  
Deputy Head of Business Develop-  
ment & Sales, Marketing & Communi-  
cations, Business Engineering  
CACEIS, Carl-von-Noorden-Platz 5,  
60596 Frankfurt am Main

[daniel.schepp@caceis.com](mailto:daniel.schepp@caceis.com)



**Marc Braun**  
Mitglied des Vorstands der ERGO  
Vorsorge Lebensversicherung AG,  
verantwortlich für bAV  
ERGO Vorsorge Lebensversicherung AG  
ERGO-Platz 1, 40477 Düsseldorf

[marc.braun@ergo.de](mailto:marc.braun@ergo.de)



**Christof Quiring**  
Head of Workplace Investing  
Fidelity International  
Kastanienhöhe 1  
61476 Kronberg im Taunus

[christof.quiring@fil.com](mailto:christof.quiring@fil.com)



**Christian Remke**  
Sprecher der Geschäftsführung  
Metzler Pension Management GmbH  
Untermainanlage 1  
60329 Frankfurt am Main

[christian.remke@metzler.com](mailto:christian.remke@metzler.com)

Initiatoren:



Förderer:



Partner:



Medienpartner:



Herausgeber  
und Redaktion:



Impressum

**Verantwortlich:**  
Erwin Stickling (Herausgeber)  
Telefon: 0 69 75 91-35 53  
E-Mail: erwin.stickling@faz-bm.de

**Redaktion:**  
Dr. Guido Birkner (gb), Kirstin Gründel (Projektleitung, kg), Mara Marx (mam)

**Internet:**  
[www.personalwirtschaft.de/themen/comp-ben/](http://www.personalwirtschaft.de/themen/comp-ben/)

**Korrekturat:**  
Britta Dubilier, Sven Lechtleitner

**Verlag:**  
F.A.Z. BUSINESS MEDIA GmbH –  
Ein Unternehmen der F.A.Z.-Gruppe,  
Pariser Straße 1, 60486 Frankfurt am Main,  
Geschäftsführer: Dominik Heyer, Hannes Ludwig  
HRB Nr. 53454, Amtsgericht Frankfurt am Main

**Marketing und Anzeigen:**  
Ingo Rosenstock  
Telefon: 0 69 75 91-24 97  
E-Mail: ingo.rosenstock@faz-bm.de

**Jahresabonnement:**  
Bezug kostenlos, Erscheinungsweise: einmal pro Jahr

**Layout:**  
Ina Wolff

**Haftungsausschluss:**  
Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts des COMP & BEN-Magazins übernehmen Verlag und Redaktion keine Gewähr.