



Jüngere Arbeitnehmende sind tendenziell unzufrieden mit ihrer Pensionskasse. Um das zu ändern, müssen Vorsorgeeinrichtungen die Jungen stärker einbinden und proaktiver informieren.

Emotionen statt Unlust

Mehr als ein Drittel der Schweizer Arbeitnehmenden kennt die eigene Pensionskasse nicht. Gleichzeitig sind sie nur mässig zufrieden mit der eigenen Lösung. Vor allem in Bezug auf die junge Generation ist der Handlungsbedarf für Vorsorgeeinrichtungen entsprechend massiv.

Von Bruno Catellani

Jeder dritte Arbeitnehmende in der Schweiz (35 Prozent) ist nicht in der Lage, den Namen der eigenen Pensionskasse zu nennen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Erhebung von ValueQuest, einer auf die Messung und Analyse von Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit spezialisierten Firma, die in den vergangenen eineinhalb Jahren gut 20 000 repräsentativ ausgewählte Schweizerinnen und Schweizer online zu ihrer Pensionskasse befragt hat.

Ein Anteil von einem Drittel ist sehr hoch in Anbetracht der Bedeutung der 2. Säule für die eigene Altersvorsorge und des hohen Anteils der Vorsorgebeiträge am Haushalts-Budget. Auffallend sind auch die demografischen Unterschiede: Mehr als die Hälfte der Angestellten bis Alter 24 kennt die eigene Pensionskasse nicht (siehe Grafik «Jeder Dritte unwissend» auf der rechten Seite). Dies kann daran liegen, dass in dieser Zeit noch keine Sparbeiträge einbezahlt werden.

Aber auch in der Gruppe der 25- bis 34-Jährigen ist der Anteil noch sehr hoch. Starke Unterschiede sind auch nach Lohnklassen sichtbar. Männer kennen die eigene Pensionskasse etwas häufiger als Frauen.

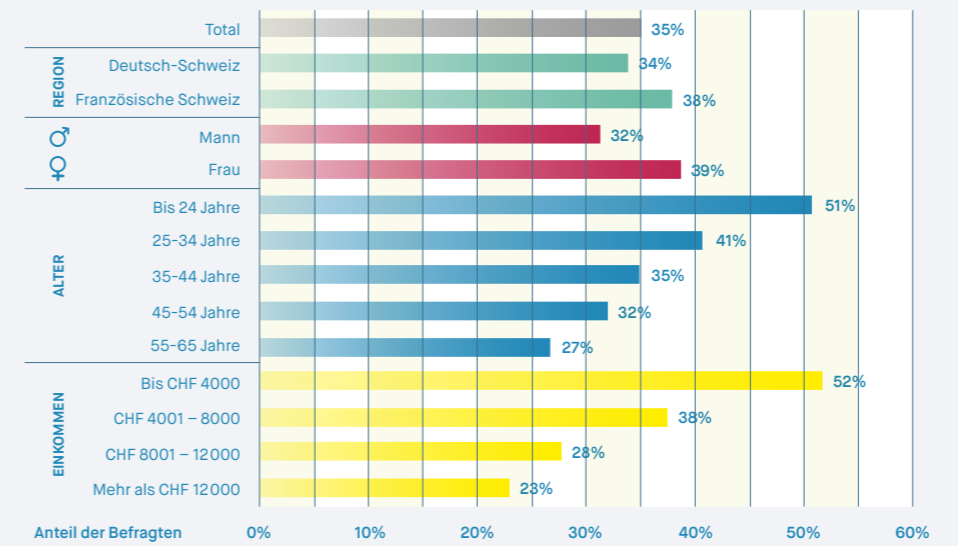
Die Erhebung zeigt, dass die Vollversicherungslösungen bei den namhaften Versicherungsgesellschaften den grössten Anteil ausmachen. Rund ein Viertel der Destinatäre gibt an, bei unabhängigen Gemeinschafts- und Sammelstiftungen versichert zu sein. Knapp 10 Prozent lassen sich nicht klar einer Kategorie zuordnen. Diese Anteile widerspiegeln die wahren Marktanteile insofern nicht ganz korrekt, da es sich hier nur um jenen Teil der Versicherten handelt, welche ihren Anbieter überhaupt kennen.

Keine emotionale Bindung

Knapp ein Drittel der Arbeitnehmerinnen zeigt sich zufrieden (Schulnoten 5 und 6) mit der eigenen Pensionskasse (siehe Grafik «Nur mässig zufrieden»). Gut ein Viertel ist im neutralen Bereich (Note 4), während 40 Prozent der Befragten tendenziell unzufrieden sind. Dieses Ergebnis ist als eher ernüchternd zu werten. Der grosse Anteil von mittleren Bewertungen (3 und 4) deutet auf ein sehr niedriges emotionales Involvement der Arbeitnehmer zum Thema Pensionskasse hin. Dies lässt sich einerseits mit der komplexen Materie erklären und dem Umstand, dass die Destinatäre meist nur indirekt über den Arbeitgeber in Kontakt mit der Pensionskasse stehen. Andererseits erstaunt das Ergebnis in Anbetracht der zentralen Bedeutung der beruflichen Vorsorge im Rahmen des 3-Säulen-Konzeptes. Es stellt sich die Frage, warum es den Pensionskassen nicht gelingt, hier eine engere Beziehung und stärkeres Involvement der Destinatäre zu erreichen.

Es zeigen sich auch bei der Zufriedenheit interessante demografische Unterschiede. Es sind wiederum die älteren Angestellten, die eine höhere Zufriedenheit ausweisen als die jüngeren. Die grössten Unterschiede zeigen sich nach Landesregion: Während in der Deutschschweiz 35 Prozent zufrieden und 37 Prozent unzufrieden sind, sind in der Westschweiz lediglich 19 Prozent zufrieden, dafür 53 Prozent unzufrieden. Hinsichtlich Lohn und Funktionsstufe der Angestellten zeigen sich kaum Unterschiede in der Beurteilung. Dies ist ein starkes Indiz dafür, dass der Ursprung für die (Un-)Zufriedenheit nicht primär auf der Seite der Leistungen der Pensionskassen zu suchen ist.

KENNTNISSTAND EIGENE PENSIONS-KASSE JEDER DRITTE UNWISSEND



QUELLE: VALUEQUEST

Vielmehr scheint schlicht keine emotionale Bindung zum Thema generell und zu den Pensionskassen im Besonderen vorhanden zu sein: Vorsorge ist ein Unlust-Thema, die Beschäftigung damit höchstens Pflicht, bestimmt nicht Passion.

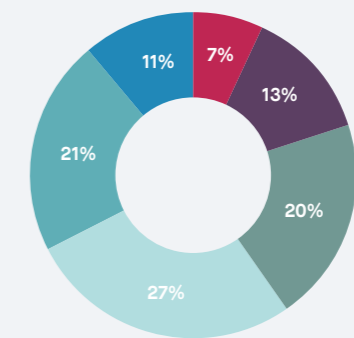
Insgesamt erhalten im Schnitt die firmeneigenen Pensionskassen die höchste Bewertung. Immerhin 44 Prozent der Befragten sind hier (sehr) zufrieden. Bei den unabhängigen Gemeinschafts- und Sammelstiftungen liegt der Anteil der (sehr) Zufriedenen bei lediglich 27 Prozent. Die hohe Beurteilung der firmeneigenen Pensionskassen hängt teilweise auch damit zusammen, dass die Information und Kommunikation hier deutlich am besten beurteilt wird. Die Kommunikation scheint bei den firmeneigenen Pensionskassen enger und direkter zu erfolgen. Während die Gesamtunterschiede nach Typ eher gering sind, zeigen sich sehr grosse Unterschiede zwischen den besten und den am schlechtesten beurteilten Pensionskassen. Insbesondere bei den öffentlich-rechtlichen Pensionskassen ist die Spannweite sehr hoch, während die Anbieter von Vollversicherungslösungen im Urteil der Destinatäre alle relativ nahe zusammenliegen.

Information als Schlüssel

Gut ein Drittel der Befragten fühlt sich hinsichtlich Pensionskasse gut informiert. Es sind wiederum vor allem

die älteren Arbeitnehmer, die sich gut informiert fühlen (44 Prozent), während die jüngeren sich zu wenig und zu wenig verständlich informiert fühlen (31 Prozent zufrieden, 45 Prozent unzufrieden). Der Weg zur höheren Zufriedenheit führt daher über eine Intensivierung der Kommunikation. Diese sollte dabei stärker auf jüngere Personen und Arbeitnehmer mit geringem Vorwissen betreffend Vor-

PK-BENOTUNG NUR MÄSSIG ZUFRIEDEN



QUELLE: VALUEQUEST

sorge und Finanzen ausgerichtet sein. Die Ergebnisse erstaunen insbesondere, da hier die 35 Prozent jener, die ihre eigene Pensionskasse nicht kennen, nicht mehr enthalten sind. Es ist anzunehmen, dass gerade bei diesen Arbeitnehmenden der Bedarf an transparenter, einfach verständlicher Information sehr hoch ist.

Die vertiefte Analyse einzelner Aspekte der Zufriedenheit mit der eigenen Pensionskasse zeigt ausgeprägte Unterschiede zwischen der Romandie und der Deutschschweiz. Während die Verzinsung der Sparguthaben in beiden Landesteilen praktisch gleichermassen kritisch beurteilt wird, werden die übrigen Aspekte in der deutschsprachigen Schweiz signifikant besser beurteilt als in der französischsprachigen Schweiz. Insbesondere bezüglich Information divergieren die Einschätzungen stark. Ob die Pensionskassen die Romandie kommunikativ eher vernachlässigen oder ob in der Westschweiz die Erwartungen anders liegen, lässt sich aus der Studie nicht schlüssig beantworten. Auf jeden Fall besteht hier ein grosser Handlungsbedarf.

Weckruf für Vorsorgeeinrichtungen

Insgesamt sind die Ergebnisse der Studie ernüchternd. Der Kenntnisstand der Versicherten, insbesondere der jungen Generation, ist sehr niedrig, die Zufriedenheit der Destinatäre mit der eigenen Lösung meist mittelmässig bis unbefriedigend. Vor dem Hintergrund der Diskussion und Abstimmung über die Reform der Altersvorsorge 2020 sind die Pensionskassen herausgefordert, ihre Versicherten stärker einzubinden und proaktiver zu informieren. Ansonsten droht dieser wichtige Baustein des 3-Säulen-Systems nicht die angemessene Bedeutung bei den Schweizer Arbeitnehmenden zu erlangen. Insbesondere bei der jungen Bevölkerung sowie in der Westschweiz ist der Handlungsbedarf erheblich. •

BRUNO CATELLANI ist Geschäftsführer der ValueQuest GmbH. Die Studie mit detaillierten Ergebnissen und Benchmarking zwischen den verschiedenen Pensionskassen kann bei ValueQuest (kostenpflichtig) bestellt werden.