



Hat Ihre bAV bereits „Markenqualität“?

Immer mehr Unternehmen nutzen die betriebliche Altersversorgung (bAV), um ihre Attraktivität für Arbeitnehmer zu steigern. Mit einigen wenigen Antworten identifizieren wir gemeinsam, ob Sie die bAV als Beitrag zu Ihrer Arbeitgebermarke (Employer Branding) bereits ausschöpfen.



Ja



Nein

1	Wird in Ihrer Belegschaft bereits die Möglichkeit zur Entgeltumwandlung in eine bAV genutzt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
2	Bieten Sie Mitarbeitern regelmäßig und aktiv die Möglichkeit zur Entgeltumwandlung in eine bAV an?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
3	Bieten Sie Mitarbeitern eine ausschließlich vom Unternehmen finanzierte bAV („Arbeitgeberrente“) an?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Nur wenn Frage 3 mit „Ja“ beantwortet wurde:

4	Erhalten Ihre Mitarbeiter die Arbeitgeberrente, ohne dafür irgendwelche Bedingungen erfüllen zu müssen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
5	Ist die Höhe Ihrer Arbeitgeberrente an bestimmte Bedingungen gekoppelt, z. B. Dauer der Betriebszugehörigkeit?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
6	Informieren Sie Ihre Mitarbeiter regelmäßig (jährlich) über den aktuellen Wert ihrer Arbeitgeberrente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
7	Wissen Sie, ob, bzw. sind Sie sicher, dass Ihre Arbeitgeberrente mit den Angeboten Ihrer direkten Wettbewerber um Arbeitskräfte mithalten kann?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
8	Haben Sie Ihre Arbeitgeberrente „gebrandet“, z. B. mit Ihrem Firmennamen („Müller-Rente“)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
9	Informieren Sie Bewerber über Ihr Betriebsrentenangebot (z. B. über Ihre Homepage)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
10	Informieren Sie Bewerber in Stellenausschreibungen aktiv über Ihr Arbeitgeberrenten-Angebot?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
11	Bieten Sie Mitarbeitern Möglichkeiten, sich weiterführend über Ihre Arbeitgeberrente zu informieren (z. B. Infoblatt)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hat Ihre bAV bereits „Markenqualität“?

Auswertung

Ja: 0–4x

Ihr Unternehmen nutzt die Potenziale einer bAV zur Steigerung seiner Attraktivität (Arbeitgebermarke/Employer Branding) bisher nicht. Damit verschenken Sie wertvolle Möglichkeiten im Wettbewerb um Arbeitskräfte.

→ **Gern entwickle ich mit Ihnen ein passendes bAV-Konzept.**

Ja: 5–8x

Ihr Unternehmen nutzt bereits erste Potenziale einer bAV, um attraktiver für Bewerber und Mitarbeiter zu sein.

→ **Gern erörtere ich mit Ihnen die weiteren Möglichkeiten, im Sinne Ihrer Arbeitgebermarke mehr aus Ihrer bAV herauszuholen.**

Ja: 9–11x **Glückwunsch!**

Sie nutzen das strategische Potenzial der bAV, um als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen zu werden.

→ **Gern prüfe ich mit Ihnen, wie Sie das Optimum erreichen können – und welche betriebswirtschaftlichen Potenziale Sie mit Ihrer bAV noch ausschöpfen können.**

Zur besseren Lesbarkeit verzichten wir auf geschlechtsspezifische Formulierungen. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten grundsätzlich für alle Geschlechter.

Rechtlicher Hinweis: Bei dem vorliegenden Dokument handelt es sich um eine Werbemitteilung. Bei den Beschreibungen handelt es sich um verkürzte, unverbindliche Darstellungen. Maßgeblich sind ausschließlich die Tarifbestimmungen und die Versicherungsbedingungen.

6.3.390 – Stand 07/2023