



Zeitgemäße bAV-Beratung: Megatrends und ihre Folgen

Megatrends beeinflussen die Beziehung von Unternehmen und Kunden. Viele neue Megatrends entstehen aus der Digitalisierung heraus und wirken auch auf die Beratung in der betrieblichen Altersversorgung. Neue Versorgungseinrichtungen wie der Pensionsfonds ePension Fund Europe gehen diese Trends von Beginn an mit.

Megatrends sind Strömungen in der Gesellschaft, die uns alle auf allen Ebenen des Lebens betreffen. Sie sind erkennbar, aber nicht planbar – sie passieren einfach. Durch ihre umfassende Beeinflussung aller Lebenslagen haben sie unmittelbare Auswirkungen auf Unternehmen. Neben neuen Produkthanforderungen oder Arbeitsumfeldern beeinflussen sie insbesondere den Umgang mit und die Beziehung zu unseren Kunden.

Normalerweise wird sich bei der Fragestellung nach der zukünftigen Ausrichtung eines Unternehmens reflexartig dem Megatrend der Digitalisierung zugewandt. Dabei ist jedoch wichtig zu erkennen, dass wiederum die Digitalisierung selbst ein sich ständig weiterentwickelnder Prozess ist, der mittlerweile zu vielen weiteren Veränderungen und neuen Trends geführt hat, die das Verhalten unserer Kunden beeinflussen und die Anforderungen an Kundenberatung und Kundenbeziehung verändern.

Auf die zwei folgenden, sich aus der Digitalisierung entwickelten, im Wesentlichen aber eher noch unbeachteten Trends, lenkt dieser Artikel die Aufmerksamkeit, da ihre Berücksichtigung von

zentraler Bedeutung für den unternehmerischen Erfolg der Zukunft sein wird.

Megatrend 1: Selfness

Ob Rentner oder Student, schon heute ist festzustellen, dass sich unsere Gesellschaft individualisiert. Eine verlängerte Lebenserwartung sinnvoll zu nutzen alleine reicht nicht mehr aus. Die Menschen setzen sich lebenslang mit Fragen der Selbstverwirklichung auseinander. Ein positiver Egoismus, Megatrend „Selfness“, führt zu einer neuartigen Fokussierung auf den Einzelnen.

Dies ist einerseits erkennbar durch gesunde Ernährung zur Aufrechterhaltung der eigenen Gesundheit, Einfordern von grünen Technologien zum Schutz des Klimas oder durch die Bereitschaft zum

lebenslangen Lernen. Aus dieser Übernahme einer stärkeren Verantwortung für das eigene «Ich» entsteht aber auch eine veränderte Forderungshaltung gegenüber Konsum und Dienstleistungsangebot. Dies hat Auswirkungen auf die Angebotsgestaltung der Unternehmen. Konsumenten von heute wollen gleichzeitig informiert und unterhalten werden. Infotainment ist längst in den Köpfen der Kunden der Finanz- und Versicherungsbranche angekommen.

Es gilt, die grundsätzlich positive Einstellung zur Alterssicherung frühzeitig aufzugreifen und mit Bildersprache, klaren Messages und Erklärfilmen zu transportieren. Kunden wollen emotional „abgeholt“ werden. Wenn sie sich zum Beispiel eigenständig über Produktdetails, rechtliche Rahmenbedingungen einer Versorgungseinrichtung oder den steuerlichen Vorteilen einer Entgeltumwandlung informieren wollen, dürfen sie mittlerweile durch den jeweiligen Anbieter entsprechend aufbereitete, transparente und einfach verständliche Medien erwarten.

Darüber hinaus müssen diese Informationen dem Konsumenten rund um die Uhr zu Verfügung stehen.

Megatrend 2: 24/7-Gesellschaft

Die Zeiten von „Please hold the line“ oder „Drücken Sie die 1 und Raute für einen Kundenbetreuer“ sind vorbei. Zumindest die jungen Generationen setzen sich den teils unendlich wirkenden Schleifen eines Call-Centers nicht mehr aus.

Berührungsgängste mit Neuem gibt es nicht mehr. Wichtiger als Altbewährtes ist die ständige Verfügbarkeit von Informationen. Eine „24/7-Gesellschaft“ koppelt sich ab von klassischen Büroöffnungszeiten und Arbeitsabläufen. Langwierige Prozesse für die Zurverfügungstellung von einfachen Verwaltungsinformationen oder von Fragen zu Produkten und Dienstleistungen werden immer weniger akzeptiert. Eine zunehmende Anzahl von Menschen arbeitet und produziert außerhalb der bisher klassischen Arbeitszeiten. Gleichzeitig steigt damit der Anspruch an eigene Dienstleister und Produktlieferanten.

Als Anbieter müssen wir nicht mehr nur dort sein, wo unsere Kunden sind, wir

müssen auch zur selben Tageszeit dort sein. Zum Beispiel hat die klassische Jahresmitteilung per App jeder Zeit zur Verfügung zu stehen. Auch spezielle Fragen zur eigenen bAV, deren Antwort nicht eh schon elektronisch sofort verfügbar sind, werden vielleicht neben der Arbeit oder im Café mit dem Chatbot abgeklärt.

Das Internet kennt keine Öffnungszeiten. So verändert sich der Anspruch der Kunden und somit das Anforderungsprofil an Beratung und Betreuungen.

Versorgungseinrichtungen müssen reagieren

Versorgungseinrichtungen in der betrieblichen Altersvorsorge haben diesen Trends Rechnung zu tragen. Nur, wer die Trends von heute als Herausforderung annimmt und sich den Anforderungen der im Wandel befindlichen Gesellschaft stellt, wird das Geschäft von morgen machen.

Dabei wird die betriebliche Altersvorsorge schon allein aufgrund ihrer Komplexität immer ein People's Business bleiben. Doch wie oben dargestellt, wird in Zukunft das Kundenverhältnis nicht nur auf den persönlichen Ebenen entschieden. Einer profunden Beratung des Unternehmens bei der Einrichtung der Versorgung hat ein voll digitaler Service zu folgen.

Digitalisierung von Anfang an

Mit dem ePension Fund Europe ist die eGroup heute schon vorbereitet, den beschriebenen Anforderungen gerecht zu werden. Die gesamte Dokumentation, Homepage und sonstige Kommunikation sind darauf ausgerichtet, die wesentlichen Informationen auf moderne Art und Weise zu transportieren. Die Prozesse in der betrieblichen Altersversorgung sind verschlankt, die Dokumente leicht verständlich und übersichtlich gestaltet. So wurde die Chance genutzt, als neuer Anbieter in der betrieblicher Altersversorgung von Beginn an die Arbeit mit den Kunden zu digitalisieren und stetig voranzutreiben. ■

Zum ePension Fund Europe

ePension (www.epension.com) ist ein europaweit tätiger Pensionsfonds nach luxemburgischem Recht. Der Vertrieb erfolgt in Deutschland über die eGroup Europe SA. Die wichtigsten Vertriebspartner sind Versicherungsmakler. Die Prozesse in der betrieblichen Altersversorgung hat die Versorgungseinrichtung verschlankt, die Dokumente verständlicher und übersichtlicher gestaltet.



Von Sven Tänzer, Vertriebsleiter Deutschland bei der eGroup Europe SA