

Pensionskassen-Themen kommunizieren: Chance statt Pflichtübung

Die Vorsorgeleistungen der Pensionskasse sind ein wesentlicher Teil der Anstellungsbedingungen.

Das Thema Pensionskasse kommunikativ im Unternehmen anzugehen, zahlt sich für das Unternehmen als

Arbeitgeber aus. Die Grundlage für Verständnis ist Verstehen. Verständnis wiederum stärkt das

Vertrauen der Versicherten in ihre Pensionskasse und in ihren Arbeitgeber. Doch wie sieht eine professionelle

Planung und Umsetzung der Unternehmenskommunikation zum Thema Pensionskasse aus?

VON BARBARA RÜTTIMANN

Die Versicherten einer Pensionskasse werden oft mit einer Fülle an Fachjargon bedient; ein Grossteil der Versicherten ist überfordert und verunsichert. Dass die Umwandlungssätze sinken, sich die Renditeaussichten für die Pensionskassen zunehmend verschlechtern, dass die Deckungsgrade bei vielen privatrechtlichen und öffentlich-rechtlichen Pensionskassen unter 100 Prozent liegen und in kritischen Fällen Sanierungsbeiträge zu leisten

sind, sind Umstände, welche heutzutage eng und negativ mit dem Thema Pensionskasse verbunden sind. Die Versicherten wollen nur eines, nämlich ihr angespartes Guthaben fürs Alter in Sicherheit wissen.

Die gesetzlichen Transparenzbestimmungen sollten da weiterhelfen und die Kommunikation mit den Versicherten erleichtern. Es sind Grundlagen geschaffen worden, sodass die Versicherten periodisch mit den ihnen zustehenden Informationen beliefert werden.

Die Komplexität der Sache verlangt jedoch sowohl von der Pensionskasse als auch vom Unternehmen eine auf die Versicherten zugeschnittene Informations- und Kommunikationspolitik.

Die Pensionskassenthematik im Unternehmen

Das Unternehmen trägt bezüglich der Themen rund um das Thema Pensionskasse eine Mitverantwortung. So soll das Unternehmen als Arbeitgeber eine aktivere Haltung ein-

nehmen. Ein «Top-Down-Approach» soll spürbar werden. Das Unternehmen als Arbeitgeber dokumentiert durch die Kommunikation mit den Versicherten, dass es hinter der vorhandenen Pensionskassenlösung steht. Es zeigt, dass ihm die Anliegen der Mitarbeitenden bezüglich ihrer Lebensplanung wichtig sind.

Wo besteht der Kommunikationsbedarf seitens des Unternehmens, wo sind die Grenzen zur direkten Kommunikation durch die Pensionskasse? Typische Pensions-

«Thema Pensionskasse proaktiv anpacken»

Swiss Olympic hat kürzlich vom Leistungs- auf das Beitragsprimat gewechselt.

Wie dies intern kommuniziert wurde, verrät CEO Marc-André Giger im folgenden Interview.

VON BARBARA RÜTTIMANN UND DORIS KRUMMENACHER

ORGANISATOR: *Ihr Unternehmen hat bei der Pensionskasse einen Wechsel vom Leistungs- auf das Beitragsprimat miterlebt. Welche Erfahrungen machten Sie?*

Marc-André Giger: Anlässlich der Totalrevision der Pensionskasse PUBLICA per Mitte 2008 haben wir uns als angeschlossenes Unternehmen und langjähriger Kunde dafür entschieden, diese Umstellung aktiv zu unterstützen. Wir haben den Primatwechsel bei Swiss Olympic erfolgreich umsetzen können, auch dank einer verstärkten internen Kommunikation zu diesem Thema.

Eine transparente und klare Kommunikation bildet die Grundlage für

eine erfolgreiche Unternehmensführung. Wie wichtig ist Ihnen die Kommunikation mit Ihren Mitarbeitenden bezüglich Pensionskassenanliegen?

Der Dialog mit den Mitarbeitenden ist das Kernstück der Kommunikation in einem Unternehmen. Wir versorgen unsere Mitarbeitenden periodisch und wohldosiert mit Informationen zu den Themen Altersvorsorge und Risikoschutz und informieren zu diesen Themen möglichst klar und einfach. So wird das Vertrauen der Mitarbeitenden in die gewählte Pensionskasse gefördert, und das ist wichtig, schliesslich werden wir alle älter. Es war und ist mir ein grosses Anliegen, dass wir

unseren Mitarbeitenden vermitteln können, dass unsere Vorsorgelösung gut, fair und sicher ist.

Welche Fragestellungen zur Pensionskasse beschäftigen Ihre Mitarbeitenden am meisten?

Das hängt von der Lebenssituation ab, in der die Mitarbeitenden gerade stehen. Die Fragestellungen der Mitarbeitenden variieren also je nach Alter, Familienstand und persönlicher Situation. Da wir uns mit Swiss Olympic im Sportumfeld befinden, ist die Altersstruktur speziell: Mehr als die Hälfte unserer Angestellten ist jünger als 35 Jahre. Bei ihnen steht ganz klar der finanzielle Schutz im Risikofall im Vordergrund. Unsere jüngeren

Angestellten beobachten zudem die Entwicklung ihres Alterskapitals und die Höhe der Beiträge zur Bezahlung ihrer Pensionskasse. Bei den älteren Mitarbeitenden steht dagegen eher der Alterssparprozess im Vordergrund.

Wie gehen die Versicherten mit Veränderungen bei der Pensionskasse um? Wo konnten Sie aus Sicht interne Kommunikation Unterstützung leisten?

Aufgrund der oben erwähnten Zusammensetzung unserer internen Anspruchsgruppen sind auch die Ansprüche an die Sicherheit unterschiedlich. Das Gemeinsame: Alle wollen Vertrauen spüren. Die jünge-

kassenthemen, bei welchen es sich für das Unternehmen lohnt, das Fach-Know-how direkt von der Pensionskasse einzuholen und so Unterstützungshilfe für die Mitarbeitenden anzubieten, sind beispielsweise:

- Auflösung der spürbaren Verunsicherung bei den Mitarbeitenden bzw. Versicherten infolge der negativen Medienberichte.

- Grössere Veränderungen (z.B. Primatwechsel, Planänderung) in der Vorsorgelösung und daraus folgende Massnahmen.

- Die Übersetzung der Fülle an technischen Fachbegriffen, wie zum Beispiel

- Die Trennung des Altersguthabens in einen obligatorischen und überobligatorischen Teil mit unterschiedlichen Verzinsungen und Umwandlungssätzen

- Technischer Zinssatz

- Reservepolitik der Pensionskasse

- Unverständliche Reglementformulierungen.

Welche Informationen benötigen die Mitarbeitenden?

Die Mitarbeitenden sollen bei grösseren Veränderungen in der Pensi-

onskassenlösung direkt vom Unternehmen informiert werden, denn das ist eine Chance für das Unternehmen, in der Kommunikation mit den Mitarbeitenden in engem Kontakt zu stehen und die nötigen Inhalte den Versicherten verständlich zu übermitteln. Gerade zu diesem Zeitpunkt hat der Mitarbeitende als versicherte Person ein offenes Ohr, denn es geht um seine eigene Lebens- und Vorsorgeplanung. Bei den Versicherten stehen einerseits die Fragen zu Risikoschutz und Sicherheit sowie der Planungsaspekt der Finanzen im Vordergrund. Hinzu kommen vermehrt Fragen u.a. zu Pensionierung, Wohneigentumsförderung, zusätzlichen Einlagen für die Verbesserung der Altersleistungen, Scheidung.



ren Mitarbeitenden gehen grundsätzlich unbeschwerter mit Veränderungen um. Die älteren Mitarbeitenden und speziell jene, die sich dem Pensionsalter nähern, reagieren verhaltener auf starke Veränderungen. Ihren Wertvorstellungen wurde aber mit der Ausarbeitung von Übergangsbestimmungen durch die Pensionskasse PUBLICA Rechnung getragen. So erzeugte der Primatwechsel bei unseren Versicherten keinen Unmut, da die Argumente für diesen Beschluss nachvollziehbar waren und da für sie eine faire Lösung erarbeitet worden war.

Wie wurde in Ihrem Projekt die Kommunikation aufgebaut, wie sollte Ihrer Meinung nach gegenüber den Mitarbeitenden informiert werden?

Die Kommunikation bei der Pensionskasse PUBLICA war sehr umfassend und professionell. Als abgeschlossenes Unternehmen mit freier Pensionskassenwahl nahmen wir uns die Freiheit, die Kommunikation für unsere Zielgruppe auf die wichtigs-

ten und für uns wesentlichen Punkte zu reduzieren. Für die «Übersetzung» der Pensionskassenkommunikation auf unsere Bedürfnisse engagierten wir externe Spezialisten. Wir als Swiss Olympic wollten den Fokus der Information auf die neue Pensionskassenlösung richten, und nicht zu viel Energie dafür aufwenden, für jeden einzelnen Mitarbeitenden die Vor- und Nachteile der neuen Lösung im Vergleich zur bisherigen in allen Details darzustellen. Schliesslich woll-

Wer soll informieren und wie soll informiert werden?

Die Kommunikation an die Versicherten ist eine Bringschuld der Pensionskassen und der Arbeitgebenden. Die Pensionskasse ist federführend bei der Kommunikation rund um das «daily business» und bei direkten Anliegen der Versicherten. Bei grösseren Projekten ist jedoch ein «runder Tisch» von Unternehmenskommunikation, HR und Pensionskasse unabdingbar. Dabei ist auch die Kommunikation der Thematik Pensionskasse eine ständige Führungsaufgabe des Unternehmens.

Hauptschritte einer Projektkommunikation beim Unternehmen:

- Analyse der bestehenden Situation
- Aufbau einer Informations- und Kommunikationsstrategie

- Frühzeitiger Einbezug von Zielgruppen

- Verständliche und kontinuierliche Information, zumutbare Transparenz

- Festlegung der Meilensteine

- Nähe zu Mitarbeitenden sowie Einholung Feedback

Eine periodische, kontinuierliche, transparente und nachvollziehbare Kommunikation leistet einen konkreten Beitrag, das Vertrauen der

ten wir zum einen wie schon erwähnt das Vertrauen unserer Mitarbeitenden in die neue Lösung fördern. Zum anderen sollen unser Personal wie auch künftige Mitarbeitende Swiss Olympic als fortschrittlichen Arbeitgeber wahrnehmen.

Wer ist für diese Kommunikation im Unternehmen verantwortlich, welche Stellen sollten dafür einbezogen werden?

Es mag überraschen, aber das Thema Pensionskassenkommunikation ist bei uns nicht bei der Kommunikationsabteilung angesiedelt. Dieses Spezialgebiet gehört bei uns ins Pflichtenheft der Personalabteilung. Aus strategischer Sicht sollen neben der Direktion und den Geschäftsleitungsmitgliedern auch alle anderen Mitarbeitenden mit Führungsfunktionen als Botschafter für die gewählte Pensionskassenlösung eintreten. Erste Ansprechstelle für unsere Mitarbeitenden, wenn es um Vorsorgefragen geht, ist unsere Personalabteilung.

Mitarbeitenden zu ihrer Pensionskassenlösung aufzubauen und zu festigen. Dieses Ziel wird vom Unternehmen massgeblich und aktiv gestützt. Ein ständiger und frühzeitiger Aufbau an Wissen und Verständnis ist Teil der Kommunikation mit den Versicherten, dies vonseiten der Pensionskasse und des Unternehmens. Ziel sollte es sein, in guten und weniger guten Zeiten über die Pensionskasse zu informieren und die Informationsbedürfnisse der Versicherten als gewichtig zu nehmen. ■■■■

Barbara Rüttimann, lic.oec.publ., rb Rüttimann consulting, Thalwil, ist selbstständige Kommunikationsberaterin. Als Betriebswirtschaftlerin (Universität Zürich) berät sie heute Unternehmen in der klassischen Kommunikation wie auch im Spezialgebiet der Pensionskassenkommunikation.
www.rbconsulting.info

Gemeinsam mit **Doris Krummenacher**, Pensionskassen- und Kommunikationsspezialistin, AND consulting & communication, pensionskasse – verständlich – transparent, Oberägeri, werden Mandate und Projekte im Bereich Human Resources, Sozialversicherungen und Pensionskassen betreut.
www.and-cc.ch

Was raten Sie Arbeitgebern, die bei ihrer Pensionskasse wesentliche Veränderungen antreffen?

Ich empfehle allen Arbeitgebern, das Thema Pensionskasse frühzeitig – wenn möglich bereits vor wesentlichen Veränderungen – proaktiv anzupacken. Es lohnt sich, bei den Mitarbeitenden Wissen und Verständnis für Pensionskassenbelange langfristig aufzubauen und nicht erst im Ernstfall zu informieren. Es ist wichtig, die Pensionskasse im Unternehmen zu thematisieren.

Marc-André Giger (47) ist CEO Swiss Olympic, Ittigen b. Bern. Swiss Olympic ist der Dachverband des Schweizer Sports. Mit seinem Engagement fördert Swiss Olympic den Spitzensport, unterstützt über seine 82 Mitgliedverbände Aktivitäten des Breitensports und sorgt aktiv für die Verankerung der olympischen Werte in der Öffentlichkeit.

Barbara Rüttimann und **Doris Krummenacher** sind Externe Beraterinnen für Kommunikation Projekt Primatwechsel Swiss Olympic.