

## Presseinformation

### **Betriebliche Versorgung im Mittelstand: bAV bleibt Standard mit deutlich Luft nach oben, bKV gewinnt an Bedeutung**

#### **Fortsetzungsstudie von ALH Gruppe und forsa zeigt stabile Trends und ungenutzte Potenziale bei Arbeitgeber-Benefits**

Oberursel/Stuttgart, 16. April 2026

Die betriebliche Vorsorge bleibt ein zentraler Baustein im Wettbewerb um Fachkräfte, wird jedoch von vielen mittelständischen Unternehmen noch nicht voll ausgeschöpft. Das zeigt die aktuelle, repräsentative Studie der ALH Gruppe in Zusammenarbeit mit forsa. Die Untersuchung knüpft an die Erhebung aus dem Jahr 2024 an und erweitert den Fokus erstmals um die betriebliche Krankenversicherung (bKV).

#### **Fortsetzungsstudie mit stabilen Trends**

Die Ergebnisse zeigen im Zeitvergleich eine bemerkenswerte Kontinuität: Die Bedeutung klassischer Benefits zur Mitarbeitergewinnung und -bindung bleibt weitgehend stabil. Zusätzliche Vergütungen führen weiterhin das Ranking an, während die betriebliche Altersversorgung (bAV) im oberen Mittelfeld rangiert. Rund 72 Prozent der befragten Unternehmen halten sie für wichtig.

Gleichzeitig zeigt sich eine Lücke zwischen Bedeutung und Umsetzung einzelner Benefits, insbesondere bei neueren Angeboten wie der bKV.

#### **bAV: Etabliert, aber mit ungenutztem Potenzial**

Die bAV ist im deutschen Mittelstand fest verankert. Ihr Nutzen wird vor allem in einer höheren Arbeitgeberattraktivität sowie einer stärkeren Mitarbeiterbindung gesehen.

Gleichzeitig bleibt ihr strategisches Potenzial vielfach ungenutzt: In rund 40 Prozent der befragten Unternehmen nutzen weniger als ein Viertel der Beschäftigten die Entgeltumwandlung, und über die Hälfte der Arbeitgeber beschränkt sich beim Zuschuss auf den gesetzlichen Mindestanteil von 15 Prozent.

„Die betriebliche Altersversorgung ist im Mittelstand zwar etabliert, wird aber häufig noch als Pflichtleistung verstanden und nicht als strategisches Instrument zur Mitarbeiterbindung genutzt“, sagt Dr. Jürgen Bierbaum, Vorstand der Alte Leipziger Lebensversicherung. „Gerade höhere Arbeitgeberzuschüsse könnten die Attraktivität deutlich steigern und die Verbreitung erhöhen.“

#### **ALH Gruppe**

Alte Leipziger · Alte Leipziger-Platz 1 · 61440 Oberursel · Telefon (07 11) 66 03-29 22 · [www.alte-leipziger.de](http://www.alte-leipziger.de) · E-Mail: [presse@alte-leipziger.de](mailto:presse@alte-leipziger.de)  
Hallesche · Löffelstraße 34-38 · 70597 Stuttgart · Telefon (07 11) 66 03-29 22 · [www.hallesche.de](http://www.hallesche.de) · E-Mail: [presse@hallesche.de](mailto:presse@hallesche.de)

### **Berufsunfähigkeit: Bei einem Drittel der Unternehmen etabliert**

Ein Drittel der Unternehmen bietet im Rahmen der bAV bereits die Möglichkeit, eine Berufsunfähigkeits-Zusatzversicherung (BUZ) abzuschließen. Damit besteht ein erhebliches Potenzial, die betriebliche Versorgung um einen wichtigen biometrischen Schutz zu erweitern.

Insbesondere die Kombination aus Altersvorsorge und Absicherung der Arbeitskraft kann die Attraktivität der bAV weiter steigern und den Nutzen für Mitarbeitende deutlich erhöhen.

### **bKV: Wachsender Benefit mit großem Interesse**

Erstmals untersucht die Studie auch die arbeitgeberfinanzierte betriebliche Krankenversicherung. Aktuell bietet sie gut ein Viertel der Unternehmen an. Gleichzeitig halten bereits 40 Prozent diesen Benefit für wichtig.

„Die betriebliche Krankenversicherung befindet sich klar in einer Wachstumsphase“, erklärt Wiltrud Pekarek, Vorständin der Hallesche Krankenversicherung. „Das Interesse der Unternehmen ist deutlich größer als die aktuelle Verbreitung. Hier sehen wir in den kommenden Jahren erhebliches Ausbaupotenzial.“

Während 60 Prozent der befragten Unternehmen keine rein arbeitgeberfinanzierte bAV anbieten, zeigt sich bei der bKV ein anderes Bild: Trotz ihrer noch geringeren Verbreitung ist der Anteil arbeitgeberfinanzierter Angebote unter den befragten Unternehmen bereits vergleichsweise hoch.

Das deutet darauf hin, dass Unternehmen neue Benefits wie die bKV stärker als vollständig finanzierte Zusatzleistung positionieren, während die bAV häufig noch im Rahmen der Entgeltumwandlung umgesetzt wird.

### **bAV und bKV im Vergleich: Vorsorge gewinnt insgesamt an Bedeutung**

Die große Mehrheit der Unternehmen geht davon aus, dass betriebliche Vorsorgelösungen künftig weiter an Bedeutung gewinnen werden. 90 Prozent erwarten insgesamt eine steigende Relevanz.

Bei der konkreten Präferenz sehen viele Unternehmen weiterhin die bAV vorn. Gleichzeitig zeichnet sich ab, dass beide Systeme künftig stärker parallel genutzt werden könnten.

### **Fazit: Mehr strategische Nutzung notwendig**

Die Studie macht deutlich: Während die bAV im Mittelstand etabliert ist und die bKV zunehmend an Bedeutung gewinnt, schöpfen viele Unternehmen die Möglichkeiten betrieblicher Versorgung noch nicht vollständig aus.

Insbesondere eine stärkere Arbeitgeberfinanzierung und eine strategische Einbindung in das Benefit-Portfolio könnten die Wirkung auf Mitarbeitergewinnung und -bindung deutlich erhöhen.

### **Betriebliche Vorsorge als Teil der Lösung**

Vor dem Hintergrund des demografischen Wandels gewinnen betriebliche Versorgungssysteme weiter an Bedeutung. Christoph Bohn, Vorstandsvorsitzender der ALH Gruppe, betonte zuletzt beim Bilanz-Pressesgespräch, dass umlagefinanzierte Sozialsysteme zunehmend an ihre Grenzen stoßen.

Betriebliche Lösungen könnten hier schnell und mit großer Reichweite zur Entlastung beitragen. Voraussetzung dafür seien leistungsfähige Serviceangebote der Versicherer, etwa digitale Firmenkundenportale, die eine einfache und effiziente Verwaltung ermöglichen.

Zugleich richtet Bohn einen Appell an die Politik: „Mit bAV und bKV haben wir gut funktionierende Lösungen zur Stärkung des Vorsorgeniveaus der Bürger. Mit den erforderlichen politischen Impulsen ließe sich die Verbreitung deutlich erhöhen.“

Eine **vollständige Übersicht der Studienergebnisse** können Sie [hier kostenlos herunterladen](#)

**Mehr Informationen** über die betriebliche Fürsorge der ALH Gruppe finden Sie [hier](#)

#### **Kontakt für Journalisten:**

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Andreas Bernhardt

Telefon: (0711) 6603-2922

[presse@alte-leipziger.de](mailto:presse@alte-leipziger.de)