



Sehr geehrte Damen und Herren,

das Thema Kundenservice hat in den letzten Jahren einen zunehmend hohen Stellenwert auch in der Rentenversicherung bekommen. Nicht zuletzt ist es ein zentrales Ziel der **Organisationsreform** – neben der Verbesserung von Effizienz und Wirtschaftlichkeit – die Deutsche Rentenversicherung als modernen und bürgernahen Dienstleister zu positionieren.

Die Rentenversicherung hat schon sehr früh die Weichen für einen **langfristigen Ausbau** ihres **Kundenservices** gestellt. Dabei sind wir davon ausgegangen, dass die vom Bürger erwartete Kundenorientierung und Entbürokratisierung öffentlicher Verwaltungen auch mit einem **wachsenden Bedürfnis** nach schnelleren und bequemer zugänglichen **Kommunikationsangeboten** einhergeht. Die Kunden – unsere Versicherten – erwarten heute von einem Dienstleister – d. h. von uns – einen perfekten Service, der auf ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnitten ist. Die **Qualität** des Services ist heute zu einem wichtigen Wettbewerbsfaktor für Unternehmen geworden. Diesen Erwartungen der Kunden muss auch die Rentenversicherung Rechnung tragen – und sie tut dies bereits sehr erfolgreich.

Aber es gibt noch einen anderen – nicht weniger wichtigen – Grund, warum auch bei uns das Thema Kundenservice in den letzten Jahren so stark in den Vordergrund gerückt ist: Seitdem nahezu permanent öffentlich über die **Zukunftsfähigkeit** des gesetzlichen **Rentensystems** diskutiert wird, fragen sich viele Menschen, was aus ihren Renten wird und worauf sie sich denn überhaupt noch verlassen können. Die Rentenversicherung muss sich diesen Fragen stellen und auf sie verlässliche Antworten geben und es dabei dem Versicherten ermöglichen, die **Bedeutung**



der Rentenversicherung im Gesamtsystem sozialer Sicherung einordnen zu können. Dies ist mit Sicherheit eine unserer Hauptaufgaben der nächsten Jahre und diese Aufgabe kann nur durch eine konsequente Kundenorientierung bewältigt werden.

Das fängt bei der **Sprache** an – hier können wir bestimmt noch einiges bei unseren Formularen und Medien verbessern. Aber letztlich geht es um mehr. Es geht darum, das Produkt **Rente wieder attraktiv** und den Nutzen der gesetzlichen Rente für die Gesellschaft insgesamt, aber auch für den einzelnen Versicherten stärker deutlich **zu machen**. Das bedeutet: **Kundenservice** muss von uns als eine **unternehmensstrategische Aufgabe** und als eine Investition in die Zukunft der Deutschen Rentenversicherung verstanden werden.

Wir haben daher schon sehr frühzeitig damit begonnen, die **Serviceangebote** für Versicherte und Rentner **auszubauen** und die **Kundenkommunikation** zu **verstärken**. Als Pflichtversicherung stehen wir zwar nicht im Wettbewerb mit anderen Anbietern und müssen auch nicht um unsere Kunden werben. Dennoch stehen wir im Wettbewerb um Bürgernähe und einen guten Service. Diesem Wettbewerb haben wir uns gestellt. Der Rentenversicherung ist es gelungen, einen **Imagewandel** von der klassischen starren, hoheitlich ausgerichteten Behörde zu einem modernen und kundenorientierten Dienstleister und Informationsanbieter einzuleiten und sich als **ein wichtiges Kompetenzcenter für Fragen der Alterssicherung** zu profilieren. Nicht umsonst kommt die jüngste Umfrage von Alvensbach zu dem Ergebnis, dass die Bürger die Rentenversicherung als die Nummer eins sehen, wenn es um kompetente und zuverlässige Informationen zu Fragen der Altersvorsorge geht – weit vor den Anbietern privater Vorsorge.



Die Rentenversicherung verfügt schon heute über ein **breit gefächertes Dienstleistungsangebot** für Versicherte, Rentner und Arbeitgeber, das alle Bereiche der modernen Kundenkommunikation integriert. Dazu gehören:

- die **persönliche Kundenberatung**, für die ein engmaschiges Netz an Auskunft- und Beratungsstellen, ehrenamtlich tätigen Versichertenältesten bzw. Versichertenberatern und das Bürgertelefon der Rentenversicherung zur Verfügung stehen;
- dann das **Internet**, das sich durch seine hohe Akzeptanz in der Öffentlichkeit und seine Aktualität bereits als gleichwertige Serviceplattform gegenüber der klassischen Beratung bewährt hat und aus der Landschaft auch unserer Serviceangebote nicht mehr wegzudenken ist.
- Besonders zu erwähnen sind die **eGovernment-Angebote**, die ganz neue Möglichkeiten der Kundenbetreuung bieten, da der Kunde zu jeder Zeit und von jedem Ort aus online mit seinem Rentenversicherungsträger kommunizieren kann;
- dann die **Renteninformation**, die als individueller Service jedem Versicherten ab 2005 einmal pro Jahr zugeschickt wird, um ihn über seine Rentenansprüche zu informieren und ihn aktiv bei der Planung seiner Altersvorsorge zu unterstützen;
- und schließlich der Servicebereich **Kundenkommunikation** und **Öffentlichkeitsarbeit**, der ein umfassendes Angebot an **Broschüren, Kundenzeitschriften** und **PR-Aktivitäten** beinhaltet.



In einigen Bereichen haben wir als Rentenversicherung mit unseren Serviceleistungen bereits eine **Vorreiterrolle** übernommen. Zu nennen sind hier etwa die elektronischen Dienstleistungen der Rentenversicherung.

1. eGovernment in der Rentenversicherung

Bereits im Jahr 2000 hat die Bundesregierung eine zentrale Forderung für die öffentliche Verwaltung aufgestellt: „**Die Daten sollen laufen, nicht der Bürger**“. Mit der Initiative „Bund Online 2005“ existiert in Deutschland eine konkrete Strategie zur Umsetzung dieser Forderung. Ziel von „Bund Online 2005“ ist es, alle onlinefähigen Dienstleistungen der Bundesverwaltung bis 2005 elektronisch verfügbar zu machen.

Die deutsche Rentenversicherung beteiligt sich **aktiv** an der **Initiative „Bund Online 2005“** und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Modernisierung der öffentlichen Verwaltung. Der **Nutzen** liegt hierbei klar auf der Hand: **optimierte Beratungsmöglichkeiten** bei gleichzeitig **beschleunigter Bearbeitungszeit** und deutlich **reduzierten Kosten**. eGovernment bringt damit einen erheblichen Nutzen für unsere Kunden, unsere Geschäftspartner sowie für die Träger selbst.

Die **Nachfrage** nach eGovernment-Anwendungen ist **groß**. Zahlreiche Umfragen belegen, dass die Mehrheit der deutschen Bürger ihre Behördengänge gerne online erledigen würde. Auch die Kunden der Rentenversicherung sollen von diesen neuen Möglichkeiten profitieren. Künftig kann der Bürger 24 Stunden am Tag an 365 Tagen im Jahr unsere Dienste in Anspruch nehmen, ohne an feste Öffnungszeiten gebunden zu sein. Damit erweitert und ergänzt die Rentenversicherung auch ihr Netzwerk aus Beratungsstellen, denn jeder Versicherte kann sich unabhängig von Zeit



und Ort informieren oder Behördengänge online erledigen. Dies ist insbesondere auch für im Ausland lebende Versicherte, die in Deutschland einen Rentenanspruch erworben haben, hilfreich. So kann beispielsweise ein in Italien lebender Versicherter dort schnell und bequem auf seine Versichertendaten zugreifen.

eGovernment ist keine „Modeerscheinung“ im IT-Bereich, sondern ein wirkungsvolles Instrument, um den Dienst am Kunden erheblich zu verbessern. Lassen Sie mich Ihnen nun einen **Überblick** zu den angebotenen **Online-Dienstleistungen** – den so genannten eServices – geben.

1.1 eServices für den Versicherten

Im Bereich eService hat die Rentenversicherung in den letzten Jahren beachtliche Erfolge erzielen können, die bereits auf der **Cebit 2003 und 2004** für hohe Beachtung und Anerkennung gesorgt haben. Hier ist einmal der **eService/Rentenkonto** zu nennen. Mit dem **eService/Rentenkonto** ist der Kunde in der Lage, einfach und schnell den Stand des eigenen Rentenkontos abzufragen. Schon seit längerem besteht die Möglichkeit, über das Internet einen Versicherungsverlauf, eine Rentenauskunft oder die Renteninformation anzufordern, die dann vom zuständigen Versicherungsträger versandt werden. Durch den **eService/Rentenkonto** hat der Versicherte jetzt die **Möglichkeit**, direkt **auf sein Konto zuzugreifen** und **seine persönliche Renteninformation** am Bildschirm **abzurufen**. Der eService/Rentenkonto wurde auf der Computermesse Cebit im Jahr 2003 von der Jury des dritten eGovernment-Wettbewerbs in der Kategorie „Realisierung Wirtschafts- und Bürgerdienste“ ausgezeichnet.



Eine weitere Verbesserung ist der **eService/Antrag**. Die deutsche Rentenversicherung bearbeitet täglich bis zu 100.000 schriftliche Anträge ihrer Kunden. Noch geht ein großer Teil der Anträge in Papierform ein. Der Verwaltungsaufwand ist dementsprechend hoch. Jedes dieser Antragsformulare muss elektronisch erfasst und zur Bearbeitung weitergegeben werden. Der **eService/Antrag** beschleunigt dieses Verfahren. Rund um die Uhr können Versicherte mit diesem Dienst **rechtswirksame Anträge** im **Internet** stellen. Dies bedeutet ein Plus an Leistung für jeden Versicherten mit Internetanschluss, vor allem auch für weniger mobile oder im Ausland lebende Menschen. Das neue Verfahren **beschleunigt** auch die **Bescheiderteilung**. Bei täglich Tausenden von Anträgen in der Rentenversicherung wird hierdurch ein erhebliches **Effizienz- und Einsparpotential** erschlossen. Das zeigt, dass Kundenservice und Wirtschaftlichkeit keine Gegensätze sind.

Auch den **Termin** für eine **persönliche Beratung** in den Auskunfts- und Beratungsstellen kann der Kunde heute bereits komfortabel und einfach **über Internet vereinbaren**. Der spezifische Vorteil des **eServices/Termin** ist, dass der Kunde sein Anliegen bei der Terminbuchung direkt mitteilen kann. Die Sachbearbeitung kann sich so optimal auf das Beratungsgespräch vorbereiten. Ein **Pilotprojekt** hierzu läuft seit Juni 2004 bei der LVA Westfalen in Münster.

Eine weitere Neuheit ist der **eService/Postfach** bzw. der **eService/signierter Briefkasten**. Hiermit stellt die Rentenversicherung dem Kunden ein **virtuelles Postfach** zur Verfügung, über das er vom heimischen PC aus mit der Sachbearbeitung kommunizieren kann. Fragen lassen sich so schnell und einfach klären. Jede Anfrage wird automatisch an den richtigen Versicherungsträger und den zuständigen Sachbearbeiter



weitergeleitet, der diese umgehend beantwortet. Neben dem außerordentlichen Zeitgewinn steht für die Rentenversicherung hier das Ziel im Vordergrund, den **Dialog mit dem Kunden** zu **optimieren** und zu entbürokratisieren.

1.2 eServices für Kommunikationspartner in Wirtschaft und Verwaltung

Die Rentenversicherung bietet Online-Services nicht nur für ihre Versicherten an. Entwickelt werden auch **eService-Dienste für so genannte "Business-Kunden" in Wirtschaft und Verwaltung**. Auch hier steht die Kundenorientierung klar im Vordergrund.

Die Anwendung **eDok** ermöglicht den sicheren **Datenaustausch** mit **medizinischen Gutachtern**, Ärzten und Laboren. Vom Auftrag an einen medizinischen Gutachter bis zur Kostenabrechnung ermöglicht eDok eine durchgängige elektronische Verfahrensabwicklung. Das Verfahren kann hierdurch kostengünstiger und schneller abgewickelt werden.

Mit dem **eService zusy** wurde ein vollmaschinelles **Verfahren** zur **Berechnung, Auszahlung** und **Überprüfung** der **Zulagen zur Riester-Rente** entwickelt. Dadurch wird nicht nur der Personalaufwand entscheidend reduziert, sondern auch **erstmalig das so genannte „papierarme Büro“ verwirklicht**. Mit zusy werden jährlich mehrere Millionen Anträge mit sehr geringem Personalaufwand verarbeitet. Dies wäre bei einem nicht vollständig maschinellen Verfahren undenkbar. Auf der CeBIT 2004 wurde zusy in der Kategorie "Wirtschafts- und Bürgerdienste" des eGovernment-Wettbewerbs ausgezeichnet.



Die Rentenversicherung strebt einen weiteren zügigen Ausbau ihrer eServices für "Geschäftskunden" an, um die damit erschließbaren Rationalisierungspotentiale ausnutzen zu können.

1.3 Sicherheit von eGovernment in der Rentenversicherung durch Signaturchipkarten

Bei der Umsetzung von eGovernment-Projekten in die Praxis müssen die **Sicherheit** und der **Schutz personenbezogener Sozialdaten** selbstverständlich **oberste Priorität** haben. Das hat uns nicht nur der Gesetzgeber vorgeschrieben, sondern es entspricht auch unserem Selbstverständnis vertrauensvoller Kunden- und Geschäftskontakte. Dazu gehört eine sichere und **eindeutige Identifizierung** der **Kommunikationspartner**. Was sich zunächst leicht und selbstverständlich anhört, ist im Hinblick auf die dahinterstehende Technik eine **große Herausforderung**. Es muss in jedem Fall sichergestellt werden, dass nur der Versicherte selbst seine Daten einsieht. Diesem Anspruch werden Anwendungen, die nur einfach per Passwort geschützt sind, nicht gerecht. Wir setzen deshalb auf den **Einsatz von Signaturchipkarten**, wie sie bereits im Bereich des Online-Bankings oder bei der elektronischen Steuererklärung im Einsatz sind.

Wir **unterstützen derzeit alle gängigen Signaturchipkarten** von Banken und deutschen TrustCentern und erweitern das Signaturkarten-Portfolio laufend. Auch gehen viele Firmen dazu über, multifunktionale Signaturkarten als Mitarbeiterausweise auszugeben. Damit werden den Mitarbeitern dieser Unternehmen ihre individuellen Rentenkonto zugänglich. Erste **Überlegungen zur Ausstattung des Personalausweises** mit einem Chip, der eine elektronische Signatur enthalten soll, werden **derzeit an-**



gestellt. Es ist also damit zu rechnen, dass in naher Zukunft die weite Verbreitung von Signaturchipkarten Realität wird.

1.4 Die elektronische Akte

Damit die oben vorgestellten Online-Dienste zu wirklichen **Verbesserungen für den Kunden** – beispielsweise durch **kürzere Bearbeitungszeiten** – führen können, sind nicht wenige und zum Teil tiefgreifende **Änderungen** in den **internen Arbeitsprozessen** der Rentenversicherung **erforderlich**. Die mit der Sachbearbeitung verbundenen Verwaltungsabläufe müssen neu strukturiert und zum Teil noch stärker als bisher automatisiert werden. Voraussetzung dafür ist die **Einführung der elektronischen Akte**, mit der die jetzige Papierform wohl mittelfristig ersetzt wird.

Im Rahmen des **Projekts "DIVA"** (Digitale Vorgangsbearbeitung und Archivierung) wird zurzeit unter Federführung der LVA Rheinprovinz daran gearbeitet, die elektronische Akte Realität werden zu lassen. Einen ähnlichen Weg ist auch die BfA mit der weitgehend automatisierten Sachbearbeitung in der neu aufgebauten Zulagenstelle gegangen.

Aus den sich mit solchen Projekten abzeichnenden organisatorischen Umbrüchen ergeben sich natürlich auch **Konsequenzen für die Struktur der Arbeitsplätze**. Diese Veränderungen müssen verantwortungsvoll begleitet und kommuniziert werden, um möglicherweise aufkommenden Ängsten der Versicherten, aber auch der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von vornherein entgegenzutreten zu können.



2. Die gesetzliche Rentenversicherung im Internet

Neben diesen neuesten Entwicklungen bietet die Rentenversicherung **seit Jahren** ein umfangreiches und qualitativ **hochwertiges Informationsangebot** im **Internet**. Bereits 1996 starteten erste Auftritte des VDR und der Bundesversicherungsanstalt für Angestellte. Inzwischen hat sich das Internet zu einem Massenmedium entwickelt, das mittlerweile von mehr als der Hälfte der Bevölkerung in Deutschland regelmäßig genutzt wird. Die Rentenversicherung hat sich diesem Trend angepasst und ihre **Online-Angebote kontinuierlich erweitert**.

Schon seit geraumer Zeit sind alle Rentenversicherungsträger und der Verband mit qualitativ hochwertigen Angeboten im Internet präsent. Auch die in letzter Zeit neu hinzugekommenen Aufgaben, wie die Zulagenabwicklung für die Riester-Rente oder die zentrale Verwaltung der Mini-Jobs, werden über entsprechende Web-Auftritte unterstützt. Das große Interesse, das den Angeboten der Rentenversicherung entgegengebracht wird, kann die Tatsache belegen, dass sich die **Nutzung der Internetangebote der Rentenversicherung seit dem Jahr 2000 mehr als vervierfacht** hat.

Inhaltlich umfasst das Angebot alle für das breite Publikum relevanten Informationen zu Fragen der Alterssicherung. **Zunehmend** werden auch **bestimmte Zielgruppen** angesprochen, so zum Beispiel Arbeitgeber, junge Versicherte oder Angehörige der Bundeswehr, um gezielt auf deren Informationsbedarf einzugehen. Die eher an **Hintergrundinformationen** interessierte Öffentlichkeit wird mit zahlreichen Materialien wie Statistiken oder Stellungnahmen bedient. Auch das Forschungsnetzwerk Alterssiche-



rung oder das Forschungsdatenzentrum der Rentenversicherung wickeln einen erheblichen Teil ihrer Aktivitäten über das Internet ab.

Ein wichtiges Anliegen der Rentenversicherung ist es, die **Internetangebote barrierefrei** auszugestalten. Das hat uns nicht nur der Gesetzgeber im Gleichstellungsgesetz für behinderte Menschen vorgeschrieben, sondern es entspricht auch dem grundlegenden Selbstverständnis der Rentenversicherung. Entsprechende Leitlinien zur Herstellung der Barrierefreiheit wurden bereits in den Gremien des Verbandes verabschiedet. Viele Web-Auftritte wurden mittlerweile auf ihre Barrierefreiheit hin überprüft und entsprechend weiterentwickelt. Zusatzkomponenten wie Gebärdenvideos oder automatische Sprachausgaben von Web-Seiten wurden oder werden in die Programme integriert. Dennoch bleibt noch viel zu tun, um das terminlich sehr anspruchsvolle Ziel einer vollständigen Barrierefreiheit bis Ende 2005 zu erreichen.

Neben der barrierefreien Ausgestaltung muss ein weiteres wichtiges strategisches Ziel die **Implementierung einer gemeinsamen Internetplattform** der Deutschen Rentenversicherung sein, um den gemeinsamen Auftritt aller Rentenversicherungsträger auch nach außen hin deutlich zu machen. In dieser Frage sollte jetzt **möglichst umgehend** eine für alle Seiten akzeptable Lösung gefunden werden. Auf Verbandsebene wird unter maßgebender Mitwirkung der Träger ein entsprechendes Konzept erarbeitet, das dann in den Gremien beraten und verabschiedet werden soll.



3. Die Renteninformation

Ein weiteres wichtiges Dienstleistungsangebot der Rentenversicherung ist die Renteninformation, die wir seit Juni 2002 an unsere Versicherten versenden. Auf Anregung der Rentenversicherung ist dieses neue wichtige Informationsinstrument mit der „Riester-Reform“ in das Gesetz aufgenommen worden.

Eine Renteninformation erhalten grundsätzlich alle Versicherten, die 27 Jahre und älter sind und fünf Jahre lang Beiträge gezahlt haben. Die Renteninformation gibt einen Überblick über den aktuellen **Stand des Rentenversicherungskontos** und enthält eine **Hochrechnung** über die Höhe der **voraussichtlichen Altersrente** bei Erreichen des 65. Lebensjahres. Dabei wird die Rente ausgewiesen, die sich ohne Berücksichtigung der Rentenanpassung, bei einer durchschnittlichen jährlichen Rentenerhöhung von 1,5 Prozent in einer ungünstigeren Entwicklungsvariante und von 2,5 Prozent in einer günstigen Variante ergeben würde. Wir geben den Versicherten damit **wichtige Informationen** über ihr **persönliches Rentenkonto** und zugleich eine **Grundlage** für die **Planung** einer **zusätzlichen Altersvorsorge**.

Zwar sieht der Gesetzgeber die Zustellung einer persönlichen Renteninformation erst ab 2004 vor. Die Rentenversicherungsträger haben die **Einführung** jedoch **vorgezogen**, damit die Versicherten den neuen Service so früh wie möglich für ihre Vorsorgeplanung nutzen können. Bis Ende dieses Jahres werden ca. **42 Millionen Versicherte eine erste Renteninformation erhalten haben**. **Ab 2005** werden die Rentenversicherungsträger den Versicherten jährlich eine Renteninformation übersenden. Das



hat zur Folge, dass dann **werktäglich durchschnittlich 140.000 Renteninformationen** versandt werden.

Die **Pilotphase** konnte genutzt werden, um erste Erfahrungen mit diesem neuen Medium der gesetzlichen Rentenversicherung zu sammeln. Neben einer **Versichertenbefragung** wurden insbesondere auch die Erfahrungen der Mitarbeiter der Auskunfts- und Beratungsstellen sowie der Servicetelefone der Rentenversicherungsträger ausgewertet. Die Renteninformation ist hiernach auf **großes Interesse der Versicherten** gestoßen und wurde überwiegend positiv aufgenommen. Aufgrund der weiteren Erfahrungen konnte die **Renteninformation** entsprechend **angepasst und verbessert** werden. Diesen Weiterentwicklungs- und Optimierungsprozess werden wir **fortsetzen**.

In der Renteninformation wird die Rentenhöhe in nominalen Beträge ausgewiesen, wie im Übrigen auch in allen anderen Informationen zu betrieblichen, berufsständischen oder privaten Altersvorsorgeprodukten. Um den Versicherten zu ermöglichen, ihren Vorsorgebedarf besser einschätzen zu können, wird in der Renteninformation ab 2005 erstmals in einer individuellen **Beispielrechnung** dargestellt, wie sich der **Kaufkraftverlust** auswirken kann. Jedem Versicherten wird errechnet, welche Kaufkraft 100 Euro bei einer Inflationsrate von 1,5 Prozent zu seinem 65. Lebensjahr besitzen, und zwar nach heutigen Werten.

Zusammen mit den Anbietern der privaten und der betrieblichen Alterssicherung hat die Rentenversicherung eine **gemeinsame Informationsinitiative** gestartet. Damit sollen die **Informationsbriefe der gesetzlichen und der privaten Alterssicherung in den nächsten drei Jahren angeglichen werden**. Dies ist ein wichtiger Schritt, um eine Vergleichbarkeit



der Leistungen und eine bessere Planbarkeit der Altersvorsorge sicherzustellen. Insgesamt nimmt die gesetzliche Rentenversicherung eine **Vorreiterrolle** unter den Institutionen ein, die Vorsorgeinformationen zur Alterssicherung herausgeben. „Die Rentenversicherung hat damit mustergültig vorgegeben, was die privaten und betrieblichen Anbieter noch schaffen müssen“, so ein Vertreter des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft bei der Vorstellung der Initiative vor der Presse.

4. Bescheide und Formulare der Rentenversicherung

Die Renteninformation ist ein gutes Beispiel für eine übersichtliche und leicht verständliche Information durch die Rentenversicherung. Aber auch bei unseren Bescheiden und Formularen müssen wir hohe Maßstäbe ansetzen.

Die **Rentenbescheide** etwa sind in den letzten Jahren völlig neu gestaltet und damit **bürgerfreundlicher** geworden. Allerdings stoßen wir dabei wegen der Kompliziertheit des Rechts immer wieder an Grenzen. Dennoch muss uns der Spagat gelingen, unsere Bescheide einerseits gerichtsfest zu machen, sie gleichzeitig aber auch sprachlich, inhaltlich und in der Art der Begründung so zu gestalten, dass unsere Kunden sie verstehen und akzeptieren können.

Der **Bescheid** wirkt wie eine **Visitenkarte der Rentenversicherung**. Eine sorgfältige und verständliche Verwaltungssprache, die Rücksicht auf den Empfängerhorizont nimmt und nicht unreflektiert die „traditionelle Verwaltungssprache“ mit ihrem zum Teil sehr komplizierten Satzbau benutzt, ist ein sichtbarer Ausdruck von Bürgernähe. Ein bürgernaher Bescheid nimmt Rücksicht auf die Sprach-, Lese- und Verständnismöglichkeiten der



Kunden. Nur eine nachvollziehbare Anwendung der Gesetze überzeugt die Menschen. Leicht verständliche Bescheide entlasten auch unsere Mitarbeiter von Rückfragen unserer Kunden und sind Ausdruck unserer Serviceorientierung. Daher müssen wir große Anstrengungen erbringen und dürfen nicht nachlassen, diesen hohen Anforderungen gerecht zu werden.

5. Persönliche Beratung und Auskunft durch die Rentenversicherung

Die **persönliche Kundenberatung** ist in den letzten Jahren zu einem wichtigen Bereich unseres **Kundenservice** ausgebaut worden. Zurzeit existiert ein **bundesweites Netz** von **rund 1000 Auskunfts- und Beratungsstellen**. Darüber hinaus bietet die Rentenversicherung ein Bürgertelefon und hat über **5000 Versichertenälteste** im Einsatz.

5.1 Auskunfts- und Beratungsstellen

Bei den Auskunfts- und Beratungsstellen hat die Rentenversicherung schon frühzeitig auf ein **einheitliches Beratungsnetz** gesetzt, um einen bürgernahen und professionellen Service vor Ort sicherzustellen. Durch **Kooperationsvereinbarungen** zwischen den einzelnen Rentenversicherungsträgern kann sich heute praktisch jeder Versicherte bei jeder beliebigen Auskunfts- und Beratungsstelle aus seinem Versichertenkonto heraus beraten lassen. Dies ist – auf der Basis entsprechender Kooperationsabkommen – sogar für Versicherte in **Italien** möglich. In der Kundenberatung präsentiert sich die Rentenversicherung damit bereits schon heute weitgehend als eine einheitliche deutsche Rentenversicherung. Mit der Organisationsreform soll diese Entwicklung jetzt konsequent weiter umgesetzt werden. Hierzu werden **alle Auskunfts- und Beratungsstellen** den



Regionalträgern zugeordnet. Die Rentenversicherung ist aufgefordert worden, bis zum 30. Juni 2006 ein Konzept zu erarbeiten, das die **Übergangsmodalitäten** festlegt. Für die Umsetzung des Konzeptes hat der Gesetzgeber einen Zeitraum bis zum 30. September 2011 vorgesehen.

5.2 Das Bürgertelefon

Neben der persönlichen Beratung können unsere Kunden auch den telefonischen Auskunft- und Beratungsservice der Rentenversicherung nutzen. Alle Rentenversicherungsträger haben hierfür ein **Bürgertelefon** eingerichtet – zudem benutzen die **Landesversicherungsanstalten** eine **gemeinsame Telefonnummer**, um die Bewerbung des Bürgertelefons zu erleichtern. Der **Bedarf** an telefonischer Beratung ist bei allen Trägern in den letzten Jahren **deutlich gestiegen**. Dies ist auch ein Indiz dafür, dass die öffentliche Aufmerksamkeit für das Thema Altersvorsorge in den letzten Jahren gewachsen ist. Und wir können davon ausgehen, dass der Beratungsbedarf in Zukunft weiter ansteigt.

Die Anrufe bei den Bürgertelefonen sind **zurzeit** bei fast allen Rentenversicherungsträgern **kostenfrei**. Der **Bundesrechnungshof** hat allerdings die **kostenlose Nutzung** der Servicetelefone **beanstandet** und empfiehlt eine Umstellung auf eine kostenpflichtige Nummer. Diese Empfehlung ist aus meiner Sicht **problematisch**. Durch die kostenlose Servicenummer können insbesondere auch die **Auskunfts- und Beratungsstellen** der Rentenversicherung **entlastet** werden. Viele Anfragen können bereits durch das Bürgertelefon beantwortet werden. Eine kostenpflichtige Nummer würde zu einer weit geringeren Entlastung der Auskunfts- und Beratungsstellen führen. Auf Verbandsebene wird zur Zeit eine gemeinsame Position der Rentenversicherung hierzu abgestimmt.



5.3 Inhalt der Beratung und der Auskunft

Im Rahmen unserer Kommunikationsangebote beraten wir unsere Kunden umfassend über alle Fragen der gesetzlichen Rentenversicherung.

5.4 „Riester-Rente“

Im Rahmen der Rentenreform 2001 ist den Rentenversicherungsträgern zusätzlich die Aufgabe übertragen worden, **Auskunft zu Fragen der geförderten zusätzlichen Altersvorsorge** zu geben. Der Gesetzgeber wollte hiermit sicherstellen, dass die Versicherten eine kompetente und neutrale Unterstützung erhalten, da der Ausbau der zusätzlichen Altersvorsorge ohne Obligatorium gelingen soll und nur die gesetzliche Rentenversicherung über ein flächendeckendes Auskunfts- und Beratungsnetz verfügt.

Diese **neue Herausforderung** hat die Rentenversicherung im Interesse ihrer Versicherten **aktiv angenommen**. In einem äußerst knappen Zeitrahmen hatte der VDR seinerzeit zahlreiche **Multiplikatorenschulungen** durchgeführt und umfangreiches, einheitliches **Schulungsmaterial** erstellt, um die Mitarbeiter der Auskunfts- Beratungsstellen auf diese neue und schwierige Aufgabe vorzubereiten. Zur Unterstützung dieser Aktivitäten dient auch die vom VDR eingerichtete **Datenbank** „Informationen zur zusätzlichen geförderten Altersvorsorge (INGA)“. Diese Datenbank ermöglicht den Mitarbeitern, immer auf dem neuesten Stand im Bereich der zusätzlichen Altersvorsorge zu sein, so dass sie ihre Kunden optimal informieren können.



Durch die hohe Sachkompetenz und Neutralität der Mitarbeiter hat sich die Rentenversicherung in den letzten Jahren zu einem **wichtigen Ansprechpartner in Sachen private Altersvorsorge positioniert**. Diesen spezifischen Marktvorteil wollen wir auch in Zukunft weiter ausbauen, obwohl die Resonanz der Kunden auf das neue Serviceangebot zurzeit noch eher gedämpft ist. Lediglich die BfA verzeichnet eine leicht ansteigende Nachfrage an Auskünften zur Riester-Rente. Offenbar sind sich die Versicherten der Notwendigkeit zusätzlicher Vorsorge nicht hinreichend bewusst.

5.5 Grundsicherung

Ebenfalls **Informations-** und **Beratungsaufgaben** sind der Rentenversicherung im Bereich der **Grundsicherung** übertragen worden. Auch hier hat der Verband eine Reihe von Multiplikatorenschulungen organisiert und umfangreiches Schulungsmaterial speziell für die Mitarbeiter der Auskunft- und Beratungsstellen erstellt, damit sie ihre Kunden optimal informieren können. Nach einer „**Bugwelle**“ im **Herbst/ Winter 2002** sind die **Anfragen** zur Grundsicherung **mittlerweile zurückgegangen**.

5.6 Rentenbesteuerung

Ein weiterer Fragenkomplex, zu dem bisher zwar noch relativ wenige Anfragen eingingen, sich aber schon eine deutlich steigende Tendenz abzeichnet, ist die **Rentenbesteuerung**. Im Unterschied zur Grundsicherung und der staatlich geförderten Zusatzvorsorge fehlt es hier an einer ausdrücklichen gesetzlichen Grundlage zur Information, Auskunft oder Beratung durch die Rentenversicherung. Die Rentenversicherung kann sich dennoch der Aufgabe, ihren Versicherten allgemeine Hinweise zu Fragen



der Rentenbesteuerung zu geben, nicht entziehen, dies gehört zu ihrer **allgemeinen Auskunfts- und Beratungspflicht**. Die Rentenversicherung muss sich in Fragen der Rentenbesteuerung allerdings auf **allgemeine Auskünfte** beschränken. Zum einen gibt es rechtliche Grenzen durch das Rechtsberatungsgesetz sowie nicht unerhebliche Haftungsrisiken. Zum anderen ist es angesichts vielfältiger individueller Komponenten des Einkommensteuerrechts unmöglich, die Versicherten über alle im Zusammenhang mit der Rentenbesteuerung stehenden Fragen zu informieren bzw. zu beraten.

Damit die Mitarbeiter der Auskunfts- und Beratungsstellen auf einer einheitlichen Grundlage Auskunft geben können und dabei die rechtlichen Grenzen beachten, führt der VDR erneut **Multiplikatorenschulungen** in bereits bewährter Art und Weise durch. Außerdem haben wir speziell für die Beratungstätigkeit in den Auskunfts- und Beratungsstellen in Zusammenarbeit mit dem Bundesfinanzministerium, dem BMGS sowie der BfA einen **ausführlichen Fragen- und Antwortenkatalog** zur Rentenbesteuerung sowie eine **Informationsbroschüre** herausgegeben.

5.7 Hinweise auf Rechtsänderungen

Neben der Auskunft und Beratung gehört es auch zu den Aufgaben der Rentenversicherung, in bestimmten Fällen aktiv in Form von **Anschreibeaktionen** über **Rechtsänderungen zu informieren**. Im März dieses Jahres etwa haben wir die Rentner mit 21,5 Mio. Bescheiden auf die **Veränderungen beim Pflegeversicherungsbeitrag** und die zeitnahe Weitergabe von Beitragssatzveränderungen in der Krankenversicherung hingewiesen. Im Rahmen der **Rentenanpassungsmitteilung 2005** erfolgen Hinweise auf den durch die Rentenversicherung einzuziehenden **Zusatz-**



beitrag und in einem gesonderten Bescheid ab April nächsten Jahres auf den **Einzug des erhöhten Pflegeversicherungsbeitrags für Kinderlose**.

6. Servicebereich Externe Kommunikation

Weiter möchte ich unsere Serviceaktivitäten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit vorstellen. Hier ist gerade in den letzten Jahren **sehr viel Neues** auf den Weg gebracht worden. Die Rentenversicherung ist in diesem Bereich offensiv daran gegangen, ihre gemeinsame **Kommunikation strategisch weiter auszubauen** und zu **optimieren**. Ich möchte nur beispielhaft einige Instrumente ansprechen, die in diesem Zusammenhang von Bedeutung sind:

6.1 Gemeinsame Broschürenreihe

Zu nennen sind hier **Informationsbroschüren** der Rentenversicherung, die unseren Kunden einen breiten Überblick über alle Fragen der Altersvorsorge geben. Herausgegeben werden die Informationsbroschüren allerdings **bisher** im Rahmen von **drei getrennten Reihen** der BfA, der LVAen und des VDR. Auch auf Anregung des Bundesrechnungshofes hin, vor allem aber vor dem Hintergrund der jetzt anstehenden Organisationsreform, hat die Rentenversicherung den wichtigen Schritt gemacht, den **Einstieg in eine gemeinsame Broschürenreihe** zu beschließen. Die von der Rentenversicherung bisher eingesetzten Broschürenreihen sollen in einer einheitlichen Broschürenreihe aufgehen. Angestrebt wird die **Herausgabe von kundenorientierten Broschüren**, die den Kriterien der guten Lesbarkeit, der leichten Verständlichkeit und einer ansprechenden Gestaltung Rechnung tragen und damit den Erwartungen der jeweiligen



Zielgruppe gerecht werden. Gleichzeitig soll eine **Kostenreduzierung** durch eine bessere Nutzung der Synergieeffekte innerhalb der Rentenversicherung erreicht werden. Um den künftig einheitlichen Auftritt der Rentenversicherung auch nach außen hin sichtbar zu machen, ist es von erheblicher strategischer Bedeutung, dass bei der konkreten Umsetzung der gemeinsamen Broschürenreihe jetzt möglichst umgehend eine für alle Seiten akzeptable Lösung gefunden wird. Auf Verbandsebene wird unter Beteiligung der Träger ein entsprechendes Konzept erarbeitet, das in den Gremien beraten werden soll.

6.2 Kundenzeitschrift

Ein weiteres wichtiges Instrument unserer Kommunikation sind die **Kundenzeitschriften**. Hieran kommt heute kein Unternehmen vorbei. Allein in Deutschland werden zurzeit bereits über 3500 Kundenmagazine mit einer Auflage von rund 450 Millionen Exemplaren herausgegeben, Tendenz weiter steigend. Auch die Rentenversicherungsträger geben bislang schon Kundenzeitschriften heraus, die BfA die Zeitschrift „**Gesundheit im Beruf**“, die Landesversicherungsanstalten „**gesichertes leben**“ oder die Bundesknappschaft den „**Tag**“. Im Rahmen der Organisationsreform wurde jetzt auch auf unsere Anregung hin **gesetzlich verankert**, dass die Deutsche Rentenversicherung zukünftig eine **einheitliche Kundenzeitschrift** herausgibt.

Die Kundenzeitschrift ist ein **ideales Instrument zur Kundenpflege**, von dem alle Beteiligten profitieren: Die komplexen und meist sehr erklärungsbedürftigen **Informationen** der Rentenversicherung können hiermit **gezielt** auf den spezifischen Bedarf der einzelnen Kundengruppen **zugeschnitten werden**. Die Rentenversicherung wird ihrerseits **im Bera-**



tungsdienst von Routinefragen **entlastet** und hat darüber hinaus die Möglichkeit, in einen dauerhaften Dialog mit den Kunden zu treten. Dies ist besonders im Hinblick auf die Förderung des öffentlichen Vertrauens in die gesetzliche Rente wichtig. **Ergänzt** werden kann die Kundenzeitschrift durch ein thematisch angepasstes **interaktives Beratungsangebot im Internet**.

Unter **Wirtschaftlichkeitsaspekten** sollte eine zielgenaue und kostengünstige Distribution der Zeitschrift angestrebt werden. Denkbar ist etwa, zu mindestens einen Teil der entstehenden Kosten durch **Fremdanzeigen rezufinanzieren**. Zurzeit wird ein Anforderungsprofil für die Kundenzeitschrift erstellt, das in den Gremien zu verabschieden ist; dabei wird auch zu entscheiden sein, wie häufig diese Kundenzeitschrift erscheinen soll.

6.3 Dienstleistungsangebot für Arbeitgeber

Als ein weiteres wichtiges Instrument im Rahmen unserer Kundenkommunikation möchte ich hier unsere **Schriftenreihe für Arbeitgeber und Steuerberater** nennen, die seit Anfang 2001 von der Rentenversicherung herausgegeben wird. Ziel ist es, den Adressatenkreis kontinuierlich über **Fragen des Versicherungs- und Beitragsrechts sowie des Meldeverfahrens** zu informieren und über aktuelle Rechtsfragen im Zusammenhang mit Betriebsprüfungen aufzuklären. Die Zeitschriften und Broschüren der **Schriftenreihe SUMMA SUMMARUM** sind kostenfrei und werden von dem Abbonnentenkreis sehr positiv aufgenommen.

Die Zeitschrift erscheint im Abstand von **zwei Monaten** und wird ergänzt durch einmal jährlich erscheinende **Grundbroschüren** zu allgemeinen Informationen zu den Themen „Versicherung, Beiträge und Meldungen“.



Damit die Schriftenreihe von den Arbeitgebern und Steuerberatern als „Nachschlagewerk (Lexikon)“ genutzt werden kann, erscheint außerdem einmal jährlich eine **Broschüre mit dem Titel „Prüfung von A bis Z“**, die zu einschlägigen Stichworten kurzgefasste Erläuterungen beinhaltet und Verweisungen auf die Behandlung der Themenkreise in den einzelnen Broschüren und Zeitschriften enthält.

6.4 Kundendialog im Rahmen von Informationskampagnen

Neben Zeitschriften und Broschüren setzt die Rentenversicherung auch verstärkt auf aktive Öffentlichkeitsarbeit im Rahmen von **Informationskampagnen**. Flankierend zur Einführung der Renteninformation im Jahr 2002 haben die Rentenversicherungsträger erstmals gemeinsam eine bundesweite Informationskampagne mit einheitlichen Inhalten durchgeführt. Breit angelegte Informationskampagnen folgten flankierend zur **Einführung der Grundsicherung** sowie zu den kurzfristigen **Einsparmaßnahmen zur Stabilisierung des Beitragssatzes** im Frühjahr dieses Jahres. **Aktuell** findet eine **bundesweite Info-Aktion** mit verschiedenen Dialogveranstaltungen zu den Themen **Rentenbesteuerung** und **Nachhaltigkeitsgesetz** statt, die mit überregionaler Medienarbeit und Telefonaktionen auf regionaler Ebene begleitet wird. Die Aktion soll bis Mitte Dezember 2004 laufen.

Auch durch unsere gezielte Informationspolitik ist es gelungen, dass sich die Proteste gegen die doch sehr einschneidenden Reformmaßnahmen im Bereich der Rentenversicherung in diesem Jahr bisher sehr in Grenzen gehalten haben. Dies gilt insbesondere im Vergleich zu den doch sehr kontroversen Diskussionen, die sich zu den Hartz-Gesetzen oder zur Gesundheitsreform entwickelt haben.



Geplant ist jetzt eine umfangreiche und langfristig angelegte **Kampagne** der Rentenversicherung im Bereich der **Jugendkommunikation**, mit der sich die Rentenversicherung zukünftig auch bei dieser Zielgruppe stärker als attraktiver Servicepartner positionieren will. Die Stärkung des Vertrauens in die gesetzliche Rentenversicherung, die Schaffung von Aufmerksamkeit für die Bedeutung der Leistung der Rentenversicherung für die junge Zielgruppe und die Aktivierung der Jugendlichen, sich mit Fragen der zusätzlichen Alterssicherung auseinander zusetzen, sind die **Ziele dieser Kampagne**. In Vorbereitung ist ferner eine gemeinsame Kampagne zur Information der Versicherten und Rentner über die neuen **Organisationsstrukturen** und insbesondere die Einführung des Namens „Deutsche Rentenversicherung“. Hierzu hat Herr Gunkel eben nähere Ausführungen gemacht.

7. Ausblick

Ich denke, dass ich deutlich machen konnte, dass wir bei der Weiterentwicklung unseres Kundenservices schon viel erreicht haben. Diesen Weg müssen wir konsequent fortsetzen und den Kundenservice ständig weiter ausbauen. Denn **Servicequalität** ist kein Programm, das man irgendwann erreicht hat, sondern es ist ein **Prozess fortlaufender Optimierung**, der nie endet, da wir uns immer wieder neu auf die Erwartungen unserer Kunden einstellen müssen. Mit Blick auf die Organisationsreform bedeutet das, dass die Ziele, die uns der Gesetzgeber vorgegeben hat und die wir uns auch selbst gesetzt haben, immer weiter verfolgt werden müssen.

In der Begründung zum Gesetzentwurf zur Organisationsreform wird deutlich gemacht, dass sich durch einen Wettbewerb der Träger um die beste Aufgabenerfüllung auch Servicequalität und Kundennähe verbessern sol-



len. Um dies aber auch messbar zu machen, brauchen wir **Grundsätze** für ein **Benchmarking auch im Bereich des Kundenservices**. In einem Qualitätssicherungsprogramm sollten wir unsere eigenen Ziele und Werte definieren, die unser grundsätzliches Selbstverständnis als Dienstleister und Anwalt unserer Kunden ausdrücken. Ein Qualitätssicherungsprogramm hat nicht nur den Vorteil, dass es uns nachweisbare Daten und Fakten zur Kundennähe liefert. Der Wettbewerb um Servicequalität trägt auch dazu bei, Innovation und Kreativität im Servicebereich zu fördern. Dabei brauchen wir – langfristig gesehen – auch geeignete Instrumente zur Kundenbefragung, um optimale Kundennähe zu garantieren. Nur so können wir auch im Servicebereich wirtschaftliches Handeln sicherstellen.

Zum Schluss möchte ich noch einen Punkt anfügen, der den Erfolg unseres Kundenservices entscheidend mitbestimmt: Der Wandel der Rentenversicherung zum **modernen Dienstleistungsunternehmen** kann nur gelingen, wenn die **Mitarbeiter diesen Anspruch** mittragen und das **neue Rollenverständnis** verinnerlichen. Motivation und Unterstützung der Mitarbeiter zu serviceorientiertem Verhalten spielen daher eine wesentliche Rolle. Zufriedene Mitarbeiter sind eine wichtige Voraussetzung für zufriedene Kunden. Daher ist die **interne Kommunikation** zukünftig ein **wichtiger Erfolgsfaktor** für eine glaubwürdige Positionierung der Rentenversicherung als moderner Dienstleister.

Dies macht noch einmal deutlich, wie vielschichtig und vernetzt die Handlungsfelder beim Thema Kundenservice sind. Wir werden uns diesen komplexen Herausforderung stellen – und ich bin sicher, dass wir sie auch erfolgreich bewältigen.