

+++ Pressemitteilung vom 02. November 2009 +++

Studie: Kundenmonitor Assekuranz 2009
Schwerpunktthema „Zukunft der Lebensversicherung“

**Finanzkrise rüttelt an finanzieller Sicherheit im
Alter und beflügelt die Vorsorgebereitschaft**

Köln, 02. November 2009. Die Finanzkrise hat das Vertrauen der Bundesbürger in ihre finanzielle Absicherung im Alter geschwächt: Aktuell sehen nur noch 43 Prozent der 18- bis 59-Jährigen ihre Vorsorgesituation als ausreichend an; vor dem Ausbruch der Finanzkrise im vergangenen Jahr waren dies noch 48 Prozent. Gleichzeitig steigt die generelle Altersvorsorgebereitschaft in der Bevölkerung im Vergleich zum Vorjahr deutlich an. Dies zeigt der aktuelle „Kundenmonitor Assekuranz 2009“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov Psychonomics AG zum Schwerpunktthema „Zukunft der Lebensversicherung“. Rund 1.500 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten im Alter zwischen 18 und 59 Jahren wurden repräsentativ zu ihrem Vorsorgestand, ihrer Vorsorgebereitschaft und ihren Anlagepräferenzen bei der private Altersvorsorge befragt.

Vor allem die heute 51- bis 59-Jährigen sehen sich infolge der Finanzkrise bei der privaten Altersvorsorge deutlich zurückgeworfen: 2005 und 2008 gaben noch jeweils 69 Prozent an, bereits ausreichend für das Alter vorgesorgt zu haben, aktuell sind dies nur noch 57 Prozent. Verantwortlich für diese Entwicklung sind einerseits reale Verluste im Bereich börsenabhängiger Anlageformen, gleichzeitig aber auch ein wachsendes Bewusstsein für die Erfordernisse und Risiken der privaten Altersvorsorge.

„Die Generation 50+ wird sich ihrer Vorsorgelücken und der Risiken privater Altersvorsorge seit Beginn der Finanzkrise besonders stark bewusst“, erläutert Christoph Müller, Studienleiter bei der YouGov Psychonomics AG. „Gleichzeitig erwächst aus der krisenbedingten Verunsicherung eine neue Vorsorgebereitschaft in Deutschland.“

Altersvorsorgebereitschaft nimmt in der Krise zu

Aktuell zeigt sich der Studie zufolge jeder dritte Bundesbürger im Alter zwischen 18 und 59 Jahren auf Sicht von 12 Monaten bereit, (zusätzliche) Maßnahmen der privaten Altersvorsorge zu treffen, 2008 war dies nur jeder Vierte. Hierdurch ergeben sich für die Anbieter neue Chancen. Freilich liegt der Anteil derer, die nach eigenen Angaben bisher weder ausreichend vorgesorgt, noch sich bereits ausreichend zum Thema private Altersvorsorge informiert haben oder zukünftig Altersvorsorge-Maßnahmen planen, unverändert bei rund einem Drittel.

Abnehmendes Interesse an fondsbasierten Altersvorsorgeprodukten

Unter den beliebtesten Altersvorsorgeprodukten der Deutschen rangieren derzeit „sichere“ Anlagen, wie insbesondere die Riester-Rente in Form der klassischen privaten Rentenversicherung, deutlich vor den risikoreichen aktienbasierten Produkten. Letztere verzeichnen aufgrund der Finanzkrise einen deutlichen Akzeptanzrückgang. Besonders deutlich ist die abnehmende Risikobereitschaft bei den aktuell Vorsorgebereiten: Der Anteil derer, die größere Anteile ihrer Vorsorgebeiträge fondsbasiert anzulegen bereit sind, ist binnen eines Jahres von 30 Prozent auf 22 Prozent zurückgegangen. Deutlich von 14 Prozent auf 26 Prozent gestiegen ist hingegen der Anteil derer, die in ihrem Altersvorsorge-Portfolio keinerlei Fondsbeimischungen wünschen.

Auch die vor der Finanzkrise insbesondere von angelsächsischen Versicherern in Deutschland eingeführten innovativen Altersvorsorgeprodukte - wie Garantiefonds, Hybridversicherung, Universal-Life-Versicherung oder Variable Annuities - die höhere Renditen und flexiblere Konditionen als klassische Lebensversicherungen mit gleichzeitigen Garantiekomponenten versprechen, stoßen aktuell auf geringere Akzeptanz als vor Beginn der Finanzkrise.

Hohes Beratungsinteresse - Bedarfsgerechte Beratungskonzepte gefragt

Je nach Lebenssituation und Versicherungsmentalität zeigen sich in Bevölkerung sehr unterschiedliche Präferenzen und Risikobereitschaften bei der privaten Altersvorsorge, die es von den Anbietern differenziert zu berücksichtigen gilt. Grundsätzlich zeigt derzeit ein Drittel der 18-59-Jährigen Interesse an einer professionellen Vorsorgeberatung.

Fazit

Die Finanzkrise hat bei vielen Bundesbürgern ein verstärktes Nachdenken über ihre finanzielle Situation im Alter ausgelöst und gleichzeitig die Diskussionen über geeignete Formen der privaten Altersvorsorge neu entfacht. „Die Lebens-

und Rentenversicherer und ihre Vertriebsorganisationen tun aufgrund der hohen Verunsicherung im Markt gut daran, das Vertrauen der vorsorgebereiten Kunden zurück zu gewinnen und diese besonders sensibel und bedarfsgerecht zu beraten“, resümiert Müller.

Die komplette Studie „Zukunft der Lebensversicherung“ aus dem aktuellen Kundenmonitor Assekuranz 2009 kann über die YouGov Psychonomics AG bezogen werden. Neben zahlreichen weiteren Ergebnissen zur Zukunft der Altersvorsorge beinhaltet die Studie umfangreiche Differenzierungen nach soziodemographischen und kundentypologischen Merkmalen (www.versicherungstypologie.de) sowie systematische Längsschnittvergleiche der letzten Jahre.

Weitere Studieninformation: www.psychonomics.de/trade/productview/241/6/

Kontakt zur Studienleitung:

Christoph Müller
YouGovPsychonomics AG
T +49 (0)221 42061-328
Mail: christoph.mueller@psychonomics.de

+++ +++ +++

Über YouGovPsychonomics:

Die YouGovPsychonomics AG ist ein international tätiges Institut für Marktforschung, Organisationsforschung und Beratung mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin und Wien.

Mit psychologisch fundierter Marktforschung und Organisationsforschung liefern wir unseren Auftraggebern hochwertiges Entscheidungswissen für Marketing, Vertriebssteuerung und Organisationsentwicklung. YouGovPsychonomics gehört zu den Top 10 der umsatzstärksten Marktforschungsinstitute Deutschlands. Zu unseren Auftraggebern zählen viele namhafte nationale wie internationale Unternehmen aus den Bereichen Dienstleistung, Handel und Industrie. Derzeit beschäftigen wir über 120 hoch qualifizierte Forscher und Berater. Unsere Geschäftstätigkeit erstreckt sich über den gesamten

deutschsprachigen wie den zentral- und osteuropäischen Raum. Seit September 2007 ist YouGovPsychonomics Mitglied der internationalen YouGov Gruppe mit Sitz in London.

Weitere Informationen finden Sie unter www.psychonomics.de.

Pressekontakt

Kommunikations- und Pressebüro
Ansgar Metz
Haselbergstraße 19
50931 Köln
T +49 (0)177-295 3800
Mail: ansgar.metz@email.de