

Pressemitteilung vom 02.03.2022

Corona verschlechtert Altersvorsorge-Situation in Deutschland – Aktienanlage gewinnt an Relevanz – ebenso die Akzeptanz digitaler Services

Sirius Campus Kundenmonitor Assekuranz untersucht Auswirkungen der Corona-Krise auf die Altersvorsorge und die digitalen Fähigkeiten der Versicherungskunden in Deutschland

Köln, den 02.03.2022.

Auch wenn die Assekuranz bislang vergleichsweise gut durch die Corona-Krise gekommen ist, hatten die vergangenen beiden Jahre doch deutliche Auswirkungen auf den privaten Versicherungsmarkt in Deutschland. So hat sich der Stand der Altersvorsorge gegenüber 2017 deutlich verschlechtert. Gaben Anfang 2017 noch 43 Prozent an, für ihr Alter bereits ausreichend vorgesorgt zu haben, beträgt dieser Anteil Ende 2021 nur noch 38 Prozent. Hintergrund ist in der Regel die verschlimmerte finanzielle Lage der Betroffenen, meist in Folge von Kurzarbeit oder Jobverlust. Zwar schätzen die meisten Befragten (62%) ihre finanzielle Lage im Vergleich zur Vor-Corona-Situation als unverändert an, doch immerhin jeder Vierte (24%) empfindet seine Finanzsituation mittlerweile als schlechter (18%) oder sogar als viel schlechter (6%). Vor allem die untere Einkommensgruppe ist von Verlusten infolge der Pandemie betroffen: 29 Prozent derjenigen mit einem Monatsnettoeinkommen unter 2.000 Euro berichten von einer verschlechterten Finanzlage.

Dies sind die Ergebnisse des Schwerpunktberichts „Versicherungsmarkt und Corona“ aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2021, für den zwischen dem 28. September und dem 20. Oktober 2021 insgesamt 2.013 Entscheider und Mitentscheider in Versicherungsangelegenheiten zwischen 18 und 69 Jahren zu ihren Einstellungen, Präferenzen und Erfahrungen befragt wurden. Die Untersuchung wurde erstellt von der Sirius Campus GmbH in Kooperation mit der Aeiforia GmbH.

Größeres Interesse an Aktienanlage geht mit mehr Verlustängsten einher

Ende 2021 befürchteten 44 Prozent, dass ihre private Altersvorsorge in Gefahr ist. Zu Beginn der Pandemie teilten nur 36 Prozent diese Sorge. Um dem Verlust von bereits sicher geglaubter Altersvorsorge zu entgehen, rückt für immer mehr Menschen die Anlage in Aktien in den Vordergrund. 31 Prozent geben inzwischen an, für ihre Altersvorsorge Anlagen am Aktienmarkt zu präferieren. Gegenüber Anfang 2021 (21%) bedeutet dies einen Zuwachs um fast die Hälfte. Vor allem Männer (39%) und Jüngere bis 30 Jahre (41%) sehen in der Aktienanlage die Zukunft ihrer Altersvorsorge, während zugleich der Glaube an Lebens- und Rentenversicherungen (-6 Prozentpunkte) und das Interesse an staatlich geförderten Vorsorgeformen (-10 Prozentpunkte) einbricht.

Mehr digitale Fähigkeiten – jedoch weniger Interesse am Thema Versicherungen

Neben Änderungen in der Finanz- und Vorsorgesituation hat die Corona-Krise den Versicherern allerdings noch eine zweite Entwicklung beschert: Kunden, deren digitale Kompetenzen in den beiden letzten Jahren deutlich zugenommen haben. Insgesamt 40 Prozent geben an, ihre Online-Nutzung habe sich im Vergleich zur Vor-Corona-Zeit erhöht (31%) bzw. sogar deutlich erhöht (9%). 22 Prozent bekräftigen, dass sich auch ihre Fähigkeit, an einer Videokonferenz teilzunehmen, verbessert habe – auch dies trifft wieder vor allem auf Jüngere (35%) und Männer (24%) zu. Die neuen digitalen Fähigkeiten kollidieren allerdings mit einem etwas nachlassenden Interesse am Thema Versicherungen – nicht nur, aber auch über die Online-Kanäle.

„Die Ängste und Sorgen der Menschen führen nicht - wie eigentlich zu erwarten - zu einem erhöhten Interesse an Beratung zur privaten Altersvorsorge“, so Martin Gattung, Gründer und Geschäftsführer der Aeiforia GmbH. „Nur 24 Prozent sind an einer Beratung interessiert, das sind 9 Prozent weniger als im Vorjahr. Wir haben es mit einer paradoxen Situation zu tun, die dringend aufgelöst werden muss. Berater der Altersvorsorgebranche sollten nun aktiv werden. Auch wird es Zeit, den Nutzen der Digitalen Rentenübersicht mehr ins Interesse der Öffentlichkeit zu rücken, damit Sorgen und Ängste beseitigt werden können und nicht zu Tatenlosigkeit führen.“

Akzeptanz digitaler Services wächst kontinuierlich – nur noch selten herrscht der Wunsch nach Papierunterlagen vor

Trotz allem zeigt der Zeitvergleich, dass sich Einstellungen kontinuierlich verändern, auch ohne, dass die Kunden dies explizit so benennen würden. So ist z. B. die Präferenz, Versicherungsinformationen per Post zu erhalten, im Vergleich zu 2017 deutlich rückläufig – egal ob es sich um personalisierte Unterlagen (49%, 2017: 55%) oder allgemeine Informationen (41%, 2017: 55%) handelt. Parallel hat die Akzeptanz für den Unterlagenversand per E-Mail deutlich zugenommen. Insbesondere im Anschluss an ein Beratungsgespräch wünschen sich immer weniger Kunden Unterlagen und Produktinformationen in Papierform (49%, 2017: 66%). Auch die Kostenübernahme-Erklärung wird deutlich seltener als Brief gewünscht (60%, 2017: 75%). Lediglich beim Versicherungsschein, der Kündigungsbestätigung und der Mahnung, besteht noch eine deutliche Präferenz für die Papierform. Ähnliche Entwicklungen zugunsten einer stärkeren Digitalisierung der Prozesse finden sich im Übrigen auch bzgl. der Nutzung von Online-Kundenportalen und digitalen Unterschriften.

„Versicherer, die Ihren Kunden einen zusätzlichen „Nudge“ (Stups) in Richtung „papierlose Dokumentenzustellung“ geben möchten, sollten auf einen Hinweis zur höheren Nachhaltigkeit des digitalen Versands nicht verzichten“ ergänzt Christoph Müller, Geschäftsführer und Gründer der Sirius Campus GmbH. „Im Schnitt kann so die Präferenz für den Versand von Papierunterlagen um 8 Prozentpunkte gesenkt werden, bei einzelnen Unterlagenformen (Beitragsanpassungen, Standmitteilungen, Ratgeberbroschüren) sogar um mehr als 10 Prozentpunkte.“

Über die Untersuchung

Die gut 100-seitige Untersuchung „Versicherungsmarkt und Corona“ aus dem Kundenmonitor Assekuranz 2021 zeigt drei verschiedene Arten von Entwicklungen auf, die während der Corona-Zeit stattgefunden haben:

- Längsschnittvergleiche zu 2017, zum Beispiel zu den Themen Kundenportale, digitale Unterschrift, digitale Unterlagen oder präferierte Kommunikationswege.
- Längsschnittvergleiche zu Anfang 2020: Am Anfang der Corona-Zeit wurde das 1. Highlight 2020 zum Thema „Altersvorsorge“ erhoben. Parallel wurde seitdem in jeder Befragungswelle ein Sondermodul zu Corona geschaltet.
- Selbsteinschätzungen: Für solche Fragen, zu denen keine früheren Ergebnisse vorliegen, werden die Befragten um Selbsteinschätzungen gebeten. Was hat sich verändert, deutlich erhöht oder verringert, ist besser oder schlechter geworden?

Differenzierte Analysen über die Vertriebswege, über soziodemographische Gruppen – insbesondere Altersgruppen und Geschlechtsunterschiede – sowie über die Select Typen bieten Versicherern konkrete Ansatzpunkte für die Umsetzung der Ergebnisse auf ihre eigene Vertriebsorganisation. Weitere Informationen sowie die Bezugsmöglichkeit erfragen Sie bitte über Sirius Campus.

Über Sirius Campus:

Die Sirius Campus GmbH ist ein Forschungs- und Beratungsinstitut mit Sitz in Köln, das sich auf psychologische Kundenentscheidungen in Abhängigkeit von Zielgruppen, Marken und Beratungsprozessen spezialisiert hat. Mit Marktuntersuchungen zu aktuellen innovativen Themen und Trends ist Sirius Campus den entscheidenden Schritt voraus, um aus empirischen Erkenntnissen wirksame Anpacks für den Markterfolg zu realisieren.

Über Aeiforia:

Die Aeiforia GmbH ist ein Beratungshaus für Unternehmen, Institute und Behörden, die Vorsorgeprodukte entwickeln, verwalten und vertreiben. Von der Produktidee bis zum Markteintritt, vom Verkaufsgespräch bis zum Leistungsfall berät Aeiforia seit über zehn Jahren Versicherer, Bausparkassen, Fondsanbieter, Banken, Sparkassen und Versorgungsträger der bAV bei allen relevanten Prozessen. Aeiforia gestaltet Geschäftsprozesse und Produkte, managt aktuarielle Risiken, steuert IT-Projekte, klärt Rechts- und Steuerfragen und strukturiert den Vertrieb.

Kontakt:

Sirius Campus GmbH
Im Klapperhof 33c
50670 Köln
0221 42 330 200
info@siriuscampus.de
www.siriuscampus.de

Aeiforia GmbH
Kaiserstraße 1
56410 Montabaur
02602 999 83 200
mail@aeiforia.de
www.aeiforia.de