

# Millennials

Wie die kommende Generation ihre Zukunft im Kontext von Risikoabsicherung und Altersvorsorge sieht



# Inhalt

3 Vorwort

4 Executive Summary

7 Studiendesign

## Befragungsergebnisse

8 Themenfokus – Generation Y zwischen Gegenwart und Zukunftsangst

16 Themenfokus – Berufsunfähig? Das passiert mir nicht!

18 Themenfokus – „Ja“ zur Altersvorsorge – aber nicht jetzt

22 Themenfokus – Lösungsansätze: Generation Y sensibilisieren,  
schützen und erreichen

26 Ansprechpartner

---

## IMPRESSUM

Haftungsausschluss: Alle Angaben wurden sorgfältig recherchiert und zusammengestellt. Für die Richtigkeit und Vollständigkeit des Inhalts sowie für zwischenzeitliche Änderungen übernehmen Redaktion, Verlag und Herausgeber keine Gewähr.

© März 2018

Herausgeber:

NÜRNBERGER Versicherung, Unternehmenskommunikation,  
Ostendstraße 100, 90334 Nürnberg

FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH  
– Der F.A.Z.-Fachverlag, Frankenallee 68-72,  
60327 Frankfurt am Main  
(Verlag und Redaktion; Geschäftsführung:  
Dominik Heyer, Hannes Ludwig)

Alle Rechte vorbehalten, auch die der fotomechanischen Wiedergabe und der Speicherung in elektronischen Medien.

Verantwortlicher Redakteur und Autor: Dr. Guido Birkner

Gestaltung und Satz: Christine Lambert

Druck und Verarbeitung: Boschen Offsetdruck GmbH,  
Alpenroder Straße 14, 65936 Frankfurt am Main,  
[www.boschendruck.de](http://www.boschendruck.de)

Diese Studie wurde klimaneutral hergestellt.  
Der CO<sub>2</sub>-Ausstoß wurde durch Klimaschutzprojekte kompensiert.

Titelfoto: GeorgeRudy/iStock/Thinkstock/Getty Images

ISBN: 978-3-945999-60-8

# Vorwort

Eine neue Generation ist herangewachsen, die jetzt ihre Schul- und Berufsausbildung abschließt oder bereits in das Berufsleben eingetreten ist. Diese Generation hat ihre Jugendzeit im ersten Jahrzehnt des neuen Jahrtausends verbracht und wird deshalb auch mit Namen wie „Millennials“ oder „Generation Y“ bezeichnet. Und sie macht heute vieles anders als ältere Generationen vor ihr. Das hängt natürlich auch damit zusammen, dass die Millennials als erste Altersgruppe von klein an mit dem Internet aufgewachsen sind und dadurch viele Bereiche und Prozesse nur noch in digitaler Form kennen und nutzen.

Damit bringen Millennials ebenfalls ein vollkommen anderes Kommunikationsverhalten mit, das ältere Generationen erst nach und nach übernehmen. Zudem hat diese Generation als Kinder, Jugendliche oder junge Erwachsene die globale Finanz- und Wirtschaftskrise der Jahre 2008 und 2009 erlebt, aber danach auch ein Jahrzehnt des wirtschaftlichen Aufschwungs und des Beschäftigungsbooms, wie es Deutschland schon lange nicht mehr gesehen hat.

Die Millennials steigen in einer Zeit in das Berufsleben ein, die von Megatrends und globalen Risiken gekennzeichnet ist. Der Klimawandel und die demographische Entwicklung scheinen sich kaum aufhalten zu lassen, und Krieg und Terror rücken wieder ganz nahe an uns heran. Die Digitalisierung von immer mehr Lebensbereichen führt für viele Menschen zu einem Umbruch. Sie könnte in einigen Jahren ganze Branchen und Berufsgruppen obsolet machen, wenn man apokalyptischen Prognosen Glauben schenkt. Berufsbiographien ähneln immer mehr Mosaiken und weniger geraden Karrierewegen, die stets nur eine Richtung kennen – aufwärts.

Da Sicherheiten wegfallen und Unsicherheiten an ihre Stelle treten, gehen die Millennials anders an ihre Lebensplanung heran als frühere Generationen. Ziele werden neu gesetzt und auf kürzere Zeiträume ausgerichtet. Die jungen Menschen wollen offen bleiben und sich nicht festlegen, um bei Bedarf schnell und flexibel handeln zu können. Auch brechen Millennials mit den Gewohnheiten ihrer Eltern und Großeltern und gehen anders mit Themen wie Versicherung, Altersvorsorge und Risikoabsicherung um. In jungen Jahren wollen sie sich noch nicht um die Finanzierung des Ruhestands kümmern, sondern sie leben ihr Leben individuell. Recht so, will man ihnen zurufen. Sollen die Jungen doch ihre Ideen verwirklichen und eine komplexe und komplizierte Welt nach ihren eigenen Vorstellungen besser umbauen.

Trotzdem existieren die großen Lebensrisiken fort, und auch die Millennials können sie nicht einfach wegdiskutieren. Deshalb haben wir in der vorliegenden Studie untersucht, welche Haltung Millennials zur Altersvorsorge und zur Risikoabsicherung einnehmen. Auch wollten wir wissen, wie die jungen Menschen über Versicherungen und ihre Produkte denken. Heute tun sich Versicherer schwerer, mit dieser Generation in ein Gespräch darüber zu kommen. Deshalb haben wir im November und Dezember 2017 von der Marktforschungsgesellschaft Toluna 1.000 Millennials im Alter von 18 bis 29 Jahren online befragen lassen.

*NÜRNBERGER Versicherung*

*FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH – Der F.A.Z.-Fachverlag*

# Die Assekuranz muss sich für die Millennials neu erfinden

Versicherungen müssen ihr Auftreten gegenüber Millennials auf den Prüfstand stellen. Alte Wege, Produkte und Werbung sprechen eine Generation nicht mehr an, die gut ausgebildet ist und die weiß, was sie will. Für sie sind Flexibilität und Transparenz die neuen Sicherheiten in einer immer unsichereren Welt. Doch wenn bisherige Sicherheiten wegfallen, ist es doppelt riskant, auf Versicherungen zu verzichten. Jungen Menschen wissen insgeheim, dass sie für das Alter vorsorgen und große Risiken absichern sollten, doch heute setzen sie noch andere Prioritäten.

## **THEMENFOKUS -** Generation Y zwischen Gegenwart und Zukunftsangst

### » Jeder zweite Millennial hat Angst vor Armut im Alter

Die junge Generation fürchtet sich nicht nur vor Terrorismus und Krieg, sondern jeder zweite Millennial räumt ein, Furcht davor zu haben, im Alter einmal arm zu sein. Damit ahnen die jungen Menschen, dass es um ihre Alterseinkünfte nicht zum Besten bestellt ist, auch wenn sie noch ein ganzes Berufsleben vor sich haben, bis sie in den Ruhestand gehen werden. Zudem machen sich viele Menschen Sorgen darüber, dass ihnen Rücklagen oder eine Absicherung im Notfall fehlen könnte.

### » Die meisten Millennials sparen nicht

Beim Umgang mit Geld ist die Haltung der Millennials ambivalent. Während weniger als die Hälfte von ihnen regelmäßig Geld zurücklegt, verzichtet die Mehrheit bislang auf Vermögensaufbau über Sparen. In der Tendenz sparen mehr Frauen als Männer. Auch legen mehr Berufstätige als Schüler, Azubis und Studenten Geld auf die hohe Kante.

### » Millennials hegen kaum Hoffnung auf ausreichende gesetzliche Rentenleistungen

Viele junge Menschen stehen der Politik und dem Sozialstaat skeptisch gegenüber, wenn es um ihre Altersvorsorge und um die Absicherung des Risikos der Berufsunfähigkeit geht. So erwarten die Befragten vom Staat, dass er das Niveau der gesetzlichen Rente langfristig sichert, damit sie überhaupt noch nennenswerte Leistungen bekommen werden. Doch mancher Millennial hält die gesetzlichen Rentenleistungen ohnehin für langfristig unberechenbar und spielt damit auf die notwendige Reform der gesetzlichen Rentenversicherung für die Zeit nach dem Jahr 2030. „Wir zahlen ein, ohne zu wissen, was rauskommt, oder bekommen sowieso nichts mehr raus.“

### » Prämien und Verdrängung halten Millennials von Versicherungen fern

Das Interesse der Millennials an Versicherungsthemen ist gering. Ein Teil von ihnen findet sie sogar langweilig. Auch halten die jungen Menschen Versicherungen für zu teuer. Zudem schiebt ein großer Teil der Generation Themen wie Altersvorsorge und Risikoabsicherung auf die lange Bank. Dabei wissen die jungen Menschen selbst um die

Notwendigkeit, Vorsorge betreiben zu müssen. Sie äußern aber Kritik daran, dass Versicherungen im Schadenfall nicht immer leisten.

### **THEMENFOKUS - Berufsunfähig? Das passiert mir nicht!**

#### **» Berufsunfähigkeit – das verdrängte Risiko**

Jeder dritte Millennial will dem Risiko, während des Erwerbslebens durch eine Krankheit oder einen Unfall arbeitsunfähig zu werden, mit dem Abschluss einer Berufsunfähigkeits-Versicherung begegnen. Immerhin fast jeder zweite Angestellte setzt auf eine solche Absicherung. Doch die Mehrheit der jungen Menschen verdrängt das Risiko der Berufsunfähigkeit. Entweder ignorieren sie das Risiko oder sie hoffen auf Unterstützung aus dem nächsten Verwandtenkreis.

### **THEMENFOKUS - „Ja“ zur Altersvorsorge, aber nicht jetzt**

#### **» Die junge Generation weiß noch nicht, wie sie den eigenen Ruhestand finanzieren will**

„Ich kann eh nichts daran ändern“, sagt ein Teil der Millennials mit Blick auf die unklare Finanzierung des eigenen Lebensabends angesichts einer als zu gering erachteten staatlichen Rente. Umgekehrt glaubt nur jeder zehnte Befragte, dass für ihn die staatliche Rente bzw. Pension für die Versorgung im Alter ausreichen wird. Dahinter klafft eine große Vorsorgelücke, von der die Millennials noch nicht wissen, wie sie sie schließen können.

#### **» „Vorsorgen kann ich übermorgen immer noch“: Die Sicherung des Alters wird in die Zukunft verschoben**

Trotz der getrübbten Aussicht auf die Finanzierung des eigenen Lebensabends sieht die Mehrheit der Millennials für sich persönlich derzeit noch keinen Handlungsbedarf bei der Altersvorsorge oder der Risikoabsicherung in Form von Versicherungsprodukten. Ein wesentlicher Grund

für die Zurückhaltung ist darin zu suchen, dass die junge Generation aktuell andere Prioritäten für das eigene Leben verfolgt. Eine weitere Erklärung dafür, dass die Millennials einen Bogen um Versicherungen machen, ist der schwierige Kapitalmarkt. So schrecken junge Menschen die geringen Renditeerwartungen im Niedrigzinsumfeld ab.

### **THEMENFOKUS - Lösungsansätze: Generation Y sensibilisieren, schützen und erreichen**

#### **» Millennials kaufen nicht, was sie nicht auf Anhieb verstehen**

Altersvorsorgeprodukte und Berufsunfähigkeits-Versicherungen sind komplizierte und beratungsintensive Produkte. Das ist ein Problem, denn Millennials sind zwar bereit, sich beraten zu lassen. Doch sie verlangen verständliche und knappe Erklärungen, und sie wollen mit Versicherungen über individuelle Kommunikationskanäle in Kontakt treten. Beide Aspekte sind für sie Voraussetzungen, um Versicherungsprodukte zu kaufen. Auch sollte die Abwicklung einfach erfolgen.

#### **» Vertrauen, Preis, Einfachheit, Individualität: So können Versicherungen Millennials erreichen**

Die Millennials erwarten von Versicherungen mehr Ehrlichkeit und Transparenz in der Beratung und den Produkten. Nur so kann Vertrauen wachsen. Auch geht es den Millennials um den Preis für die Vorsorge. So mahnen viele Befragte entweder ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis oder günstigere Preise für Vorsorgeprodukte an. Damit verbunden ist der Wunsch nach höheren Renditen. Die Befragten erwarten zudem: Anbieter und Berater sollen ihnen die Produkte und Leistungen so erklären, dass sie die Zusammenhänge verstehen. Ferner wünschen sich Millennials ein moderneres und jüngerer Image der Versicherungswirtschaft.

# Was die Millennials von der Versicherungswirtschaft erwarten

(ausgewählte Zitate aus den offenen Antworten auf die Frage, was Versicherungen tun sollten, damit sich die Millennials mehr für ihre Altersvorsorgeprodukte interessieren)

*„Attraktiver werden auch für junge Leute, die noch nicht viel verdienen.“*

*„Ich müsste von dem, was ich jetzt einzahle, im Alter genug wiederbekommen.“*

*„Selbstständig auf junge Leute zugehen, ohne aufdringlich zu wirken.“*

*„Auf mich zugeschnittene Angebote unterbreiten und mir verständlich erklären.“*

*„Ein Gefühl der Sicherheit geben, dass auch im Alter noch was da ist.“*

*„Sie müssen sehr gut über Versicherung informieren.“*

*„Keine leeren Versprechungen machen.“*

# Studiendesign

*„Sie sollten einem genau da helfen, wo man sie dann braucht.“*

*„100 Prozent Sicherheit auf die spätere Rente.“*

*„Ich brauche erst einmal ein Einkommen, um mir darüber Gedanken zu machen.“*

*„Mitarbeiter der Versicherungsstelle an Schulen schicken, um dort Leute früher mit dem Thema vertraut zu machen.“*

- >> Im November und Dezember 2017 hat die Marktforschungsgesellschaft Toluna 1.000 Bürger im Alter von 18 bis 29 Jahre in einer Onlinebefragung anhand eines strukturierten Fragebogen zu den Themen Altersvorsorge, Risikoabsicherung und Versicherungswirtschaft befragt. Aufgrund der Zufallsauswahl ist die Erhebung für die Befragtengruppe repräsentativ.
- >> Die 1.000 Bürger setzen sich aus 492 Frauen und 508 Männer zusammen. Die Detailanalyse der Befragungsergebnisse erfolgt nach weiteren soziodemographischen Kriterien:
- >> **Berufstätigkeit**  
(Angestellte, Beamte, Selbstständige, Azubis, Studenten, Schüler, Nichterwerbstätige)
- >> **Haushaltsnettoeinkommen**  
(unter 2.500 Euro, 2.500 bis unter 4.000 Euro, ab 4.000 Euro)
- >> **Bildung**  
(Hauptschule, mittlerer Abschluss, Abitur, Hochschulabschluss, kein Schulabschluss)

# Armut im Alter als Risiko folgt gleich nach Terrorismus

Die Angst vor der Altersarmut treibt die Millennials um. Hinter Terrorismus (58,8 Prozent) rangiert sie mit 50,4 Prozent auf dem zweiten Platz der größten Ängste im Hinblick auf die Zukunft - noch vor der Angst vor Krieg (48,4 Prozent). Zudem fürchten viele Befragte, dass ihnen Rücklagen oder eine Absicherung in einem Notfall fehlen könnte (40,5 Prozent).

Furcht vor Terrorismus kennzeichnet die meisten Millennials. So nennen sowohl Frauen (62,8 Prozent) als auch Männer (54,9 Prozent) dieses Risiko jeweils mit einer Mehrheitsnennung an erster Stelle. Auch Angestellte verweisen in großer Zahl auf die Gefahren durch Terroristen (63,1 Prozent), während Beamte bei diesem Thema etwas entspannter sind (46,2 Prozent). Zudem fällt auf, dass die Furcht vor Terroristen mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen zunimmt.

Selbst bei der Altersarmut haben deutlich mehr Frauen (60,8 Prozent) als Männer (40,4 Prozent) Bedenken. Je höher das Haushaltsnettoeinkommen der Befragten ist, desto geringer ist ihre Furcht vor Altersarmut. So haben 41,3 Prozent der Bezieher höherer Einkommen ab 4.000 Euro Bedenken bezüglich Armut im Ruhestand, während sich 51,9 Prozent der Geringverdiener mit einem Einkommen von unter 2.500 Euro genauso äußern. Unter den Berufstätigen nehmen 54,7 Prozent der Angestellten, aber nur 38,5 Prozent der Beamten Altersarmut als künftiges persönliches Risiko wahr.

Eine ähnliche Verteilung der Detailanalyse zeigt sich bei der Frage nach einem Krieg als Bedrohungsfaktor. Erneut geben mehr Frauen (52,6 Prozent) als Männer (44,3 Prozent) hier eine Nennung ab, und erneut äußern Beamte (26,9 Prozent)

weniger Furcht als Angestellte (47,7 Prozent). Deshalb fällt es besonders auf, dass die meisten Beamten Angst vor fehlenden Rücklagen im Fall unvorhergesehener Belastungen bekunden (57,7 Prozent). Bei diesem Risikofaktor gibt keine andere Untergruppe eine Mehrheitsnennung ab. Immerhin 49 Prozent der Frauen äußern Furcht vor fehlender Absicherung im Bedarfsfall.

## Mehr Frauen als Männer haben Furcht vor Risiken

Weit verbreitet unter den Millennials ist die Angst vor den Auswirkungen des Klimawandels (38,8 Prozent). Auch hier geben mehr Frauen (42,7 Prozent) als Männer (35 Prozent) an, dieses Risiko wirke auf sie bedrohlich. Während Beamte bei dieser Frage mit 15,4 Prozent erneut den niedrigsten Wert aufweisen, legen Schüler (56 Prozent), Hochschulabsolventen (47,2 Prozent) und Studenten (45,1 Prozent) laut der Detailanalyse das höchste Risikobewusstsein an den Tag.

Auch schwere Krankheiten besitzen mit einem Gesamtanteil von 38,7 Prozent für einen größeren Anteil der Millennials ein hohes Gefahrenpotenzial. 46,3 Prozent der Frauen sowie 31,3 Prozent der Männer fürchten

sich vor den lebensbedrohlichen Risiken, die von schweren Krankheiten ausgehen können. Auch sehen Azubis (45,2 Prozent) und Studenten (42 Prozent) für sich persönlich ein größeres Risiko schwerer Erkrankungen.

Gut jeder dritte Befragte hat Angst vor Kriminalität (36 Prozent). Nur geringfügig weniger Millennials stufen Flüchtlinge als einen Risikofaktor ein (30 Prozent). Gerade ein größerer Anteil der Frauen äußert hierbei

Bedenken (34,1 Prozent), weniger die Männer (26 Prozent). Immerhin jeder vierte Befragte sieht in nationalistischen Bewegungen eine persönliche Gefahr (25,2 Prozent). Vor allem Studenten (34,8 Prozent) und Schüler (30 Prozent) teilen diesen Standpunkt.

## Welche der folgenden Risiken machen Ihnen große **Angst** mit Blick auf die Zukunft?

**58,8 %** Terrorismus

**50,4 %** Altersarmut

**48,4 %** Krieg

**40,5 %** fehlende Absicherung oder Rücklagen

**38,8 %** Klimawandel

**38,7 %** schwere Krankheit

**36,0 %** Kriminalität

**30,0 %** Flüchtlinge

**25,2 %** Nationalismus

weiß nicht/keine Antwort **3,6 %**

**58,8 %**  
Terrorismus



**50,4 %**  
Altersarmut



**40,5 %**  
fehlende Absicherung  
oder Rücklagen



# Die Mehrheit der Millennials spart noch nicht

Trotz der ausgeprägten Furcht vor Altersarmut und der Befürchtung, im Notfall keine finanzielle Absicherung zu haben, weisen die Millennials eine ambivalente Haltung zum Thema Geld auf. So bilden derzeit nur 45,8 Prozent der Befragten regelmäßig Rücklagen für später, während die Mehrheit von 54,2 Prozent bislang darauf verzichtet. In der Detailanalyse zeigt sich, dass tendenziell mehr Frauen (48,2 Prozent) als Männer (43,5 Prozent) sparen. Auch sind mehr Berufstätige als Schüler, Azubis und Studenten in der Lage und gewillt, Kapital für die Zukunft zurückzulegen. Die Gründe für den Sparverzicht fallen unterschiedlich aus.

**D**och selbst unter den Berufstätigen hebt sich der Anteil der Sparer mit über 53 Prozent nicht deutlich von den Vergleichswerten der anderen Personengruppen ab. Er steigt mit zunehmendem Haushaltsnettoeinkommen kontinuierlich an, wobei lediglich 54,7 Prozent der Besserverdiener mit einem Haushaltseinkommen ab 4.000 Euro kontinuierlich sparen.

Die Antwort auf die Frage, warum der Anteil der Sparer unter den Millennials so gering ist, fällt unterschiedlich aus. Allein 20,7 Prozent der Beamten antworten, dass ihnen wegen des Niedrigzinses Sparen und Absichern sinnlos erscheinen. Insgesamt investieren 20 Prozent aller Befragten in Dinge, die mehr Rendite oder Vermögen bringen als herkömmliche Sparprodukte - mit dem Ziel, in ferner Zukunft einmal davon leben zu können. Dazu zählen beispielsweise Immobilien oder Wertpapiere. Dabei übersteigt der Anteil der Männer (23,2 Prozent) eindeutig den der Frauen (16,7 Prozent). Knapp 30 Prozent der Hochschulabsolventen sowie jeweils gut 25 Prozent der Bezieher mittlerer und höherer Einkommen

investieren ihr Geld in Anlagen, die ihnen höhere Renditen bescherten.

## Im Alter von den eigenen Einkommen und Ersparnissen leben?

Fast jeder fünfte Befragte (19,8 Prozent) ist davon überzeugt, in Zukunft immer ausreichend Geld zu verdienen, um auch im Alter davon leben zu können. Mit 23,2 Prozent sind sich mehr Männer als Frauen (16,3 Prozent) sicher, sich künftig aus dem eigenen Einkommen selbst versorgen zu können. Am höchsten ist der Anteil bei den Beamten (30,8 Prozent), gefolgt von den Selbstständigen (27,6 Prozent). Auch unter den Beziehern mittlerer und höherer Einkommen vertrauen jeweils über 25 Prozent auf die eigene Arbeitskraft.

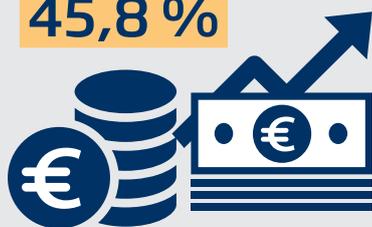
Lediglich 17 Prozent der Millennials haben nach eigener Angabe kein Geld übrig, um für das Alter vorzusorgen. Dabei ist der Frauenanteil mit 19,1 Prozent tendenziell höher als der der Männer (15 Prozent). Mit 26,7 Prozent ist der Anteil derjenigen, die weder im Beruf noch in einer Ausbildung

17,0 %  
Ich habe kein Geld übrig, um für das Alter vorzusorgen.

12,6 %

Wegen des Niedrigzinses sind Sparen und Absichern sowieso sinnlos.

45,8 %



Ich spare bereits jetzt regelmäßig Geld für später.

14,3 %

Ich gebe mein Geld heute aus und weiß nicht, was später kommt.

## Wie denken Sie grundsätzlich über den Umgang mit Geld und über **Sparen** mit dem Ziel der Altersvorsorge?



20,0 %

Ich investiere für das Alter in Dinge, die mehr Rendite oder Vermögen bringen als Sparen.

10,7 %

Ich verstehe Altersvorsorgeangebote nicht.

7,6 %

Sparen für die Rente ist mir zu weit weg. Darum kümmere ich mich jetzt nicht.

7,6 %

Ich habe den Umgang mit Geld von den Eltern und in der Schule nicht gelernt.

2,9 %

Ich brauche nicht selbst für später vorzusorgen, weil ich genug erben werde.

19,8 %



Ich werde immer so viel Geld verdienen, dass ich davon auch im Alter leben kann.

sind, bei der Detailanalyse zu dieser Frage am größten. Auch die Hauptschulabsolventen weisen mit 25,7 Prozent einen weit überdurchschnittlichen Wert auf.

14,3 Prozent der Millennials geben ihr Geld lieber heute aus, da sie nicht wissen, was später kommt. Diese fatalistische Haltung ist unter Schülern (20 Prozent) und anderen Personen ohne einen Schulabschluss (27,3 Prozent) überdurchschnittlich häufig anzutreffen. Doch nur 7,6 Prozent aller Befragten lehnen Sparen für die Rente grundsätzlich ab – mit dem Hinweis, sich später darum kümmern zu wollen.

Die Antwort von 10,7 Prozent der Millennials sollte ernstgenommen werden, dass sie Altersvorsorgeangebote nicht verstehen. Vor allem Selbstständige wollen sich nicht mit Details der Produkte befassen (20,7 Prozent). 7,6 Prozent aller Befragten haben nach eigener Aussage den Umgang mit Geld von den Eltern und in der Schule nicht gelernt.

# Skepsis gegenüber der Leistungsfähigkeit der gesetzlichen Rente

Ein weiterer Faktor, der dazu beiträgt, warum die Millennials sich um ihre finanzielle Absicherung im Alter Sorgen machen, ist die kontinuierliche Absenkung des gesetzlichen Rentenniveaus in der Vergangenheit und der Prognose, dass dies auch zukünftig nicht verhindert werden kann. Diese Befürchtungen schlagen sich in der Forderung der Befragten an den Staat nieder, das Rentenniveau langfristig zu sichern, damit sie überhaupt noch Leistungen im Ruhestand beziehen können (37,8 Prozent).

Fast ebenso viele Millennials erachten die Rente für langfristig unberechenbar (36,2 Prozent). „Wir zahlen ein, ohne zu wissen was rauskommt, oder bekommen sowieso nichts mehr raus“, kritisiert ein Teil der Befragten. Vor allem Frauen teilen diesen Standpunkt (42,3 Prozent vs. 30,3 Prozent der Männer). Zudem antworten eher Personen mit einem niedrigen Haushaltsnettoeinkommen sowie Personen, die derzeit nicht berufstätig sind, skeptisch zur Berechenbarkeit der langfristigen Rentenleistungen.

Zu den Befürwortern einer dauerhaften Sicherung des Niveaus der gesetzlichen Rente zählen insbesondere Beamte (50 Prozent). Auch viele Bezieher höherer Haushaltsnettoeinkommen ab 4.000 Euro (45,3 Prozent) und Befragte mit einem Hochschulabschluss (42,1 Prozent) sprechen sich für eine langfristige Sicherung des Rentenniveaus aus.

Ein Problem der Millennials mit der gesetzlichen Rente besteht darin, dass viele nicht ihre individuelle Leistungsprognose für die Einkünfte im Alter kennen. Das sind naturgemäß in erster Linie Schüler (46 Prozent), Studenten (40,6 Prozent) und Azubis (38,4 Prozent) betroffen.

Aber selbst rund 31 Prozent der Berufstätigen wissen nicht, wie hoch ihre Rentenprognose im Alter sein wird. Das hat seinen Grund darin, dass die deutsche Rentenversicherung die jährliche Renteninformation automatisch an alle Versicherten verschickt, die mindestens 27 Jahre alt sind.

## Eine nachhaltige Reform der gesetzlichen Rentenversicherung ist notwendig

Für eine grundlegende Reform der gesetzlichen Rentenversicherung durch die Politik sprechen sich 29,6 Prozent der Millennials aus. Dabei fordern mehr Männer (32,7 Prozent) als Frauen (26,4 Prozent) eine Überholung dieses Trägers der Sozialversicherung. Gerade unter den Beziehern eines höheren Haushaltsnettoeinkommens ab 4.000 Euro ist die Zustimmung zu einer Reform besonders groß (44 Prozent), während sich die Bezieher mittlerer und unterer Einkommen (31,5 Prozent bzw. 26,7 Prozent) bei dieser Frage eher zurückhalten.

Immerhin rund jeder vierte Millennial erhofft sich für die gesetzliche Rente durch die Ergebnisse der Bundestagswahl und die neue Bundesregierung

Impulse und mehr Gerechtigkeit für jüngere Menschen (25,5 Prozent). Diese Position unterstützen tendenziell mehr Frauen (27,6 Prozent) als Männer (23,4 Prozent). Ebenfalls sind junge Menschen, die noch nicht im Beruf stehen, etwas optimistischer im Hinblick auf die neue Regierungsbildung als Berufstätige.

Fast jeder fünfte Millennial vertritt den Standpunkt, dass der Staat im Alter für ihn sorgen sollte (19,2 Prozent). In der Detailanalyse fällt auf, dass jeder vierte Student (25,4 Prozent) dieser Position zustimmen kann. Hingegen halten sich die Bezieher höherer Haushaltsnettoein-

kommen ab 4.000 Euro bei dieser Frage stärker zurück (14,7 Prozent).

Nur jeder zehnte Befragte von allen hat seine Hoffnung auf eine auskömmliche staatliche Rente komplett aufgegeben. So erwarten 10,2 Prozent der Millennials von der Politik nichts mehr. Sie beklagen, dass die Politiker Rentenpolitik nur für Rentner machen. Dazu zählen vor allem Personen ohne einen Schulabschluss 18,2 Prozent).

## Welche Haltung haben Sie gegenüber der **Politik** und dem **Sozialstaat** in Bezug auf Altersvorsorge und Berufsunfähigkeit?



**37,8 %**

Der Staat soll das Rentenniveau langfristig sichern.

**37,8 %** Der Staat soll das Rentenniveau langfristig sichern.

**36,2 %** Die Rente ist doch sowieso langfristig unberechenbar.

**34,0 %** Ich weiß nicht, wie hoch meine staatliche Rente sein wird.

**29,6 %** Die Politik soll die gesetzliche Rente reformieren.

Bei der Rente erhoffe ich mir durch ein neues Regierungsbündnis mehr Gerechtigkeit. **25,5 %**

Der Staat soll im Alter für mich sorgen. **19,2 %**

Mir fehlt die Verlässlichkeit bei der Förderung der privaten Altersvorsorge. **16,7 %**

Die Politiker machen Rentenpolitik nur für Rentner. **10,2 %**

weiß nicht/keine Antwort **3,6 %**

nichts davon **3,3 %**

# Prämien und Verdrängung halten Millennials von Versicherungen fern

Neben der gesetzlichen Rente stehen die Millennials auch dem Thema der privaten Altersvorsorge skeptisch gegenüber, insbesondere den Versicherungen. Viele Menschen dieser Generation interessieren sich kaum für Themen rund um Versicherungen. Das Desinteresse hat vor allem zwei Gründe. Zum einen sind den Millennials Versicherungen zu teuer (44,2 Prozent), zum anderen verschieben sie Vorsorge und Absicherung in die Zukunft (40,5 Prozent). Dabei wissen sie um die Notwendigkeit, für sich selbst vorsorgen zu müssen.

Insbesondere die Berufstätigen unter den Millennials kritisieren die nach ihrer Ansicht zu hohen Preise für viele Versicherungs- und Vorsorgeprodukte. Beamte (61,5 Prozent) mahnen diesen Punkt an, aber auch Selbstständige (51,7 Prozent) und Angestellte (46,7 Prozent). Unter den Befragten aus den drei Einkommensgruppen zeigt sich bei dieser Frage keine signifikante Differenz. Tendenziell erachten mehr Frauen (48,6 Prozent) als Männer (40 Prozent) Versicherungsprodukte als teuer.

## Leistungsbereitschaft der Versicherer steht in der Kritik

Die Kritik am Preis-Leistungs-Verhältnis von Versicherungs- und Vorsorgeprodukten konkretisiert sich durch eine weitere Antwort. So mahnt gut jeder vierte Millennial an, dass Versicherungen im Schadenfall nicht immer leisten (27,3 Prozent). Vor allem Selbstständige sehen hier einen deutlichen Nachbesserungsbedarf seitens der Assekuranz (34,5 Prozent).

Gerade jüngere Befragte räumen ein, dass sie das Thema Risikoabsicherung und Vorsorge ernstnehmen müssen, es aber noch auf die lange Bank schieben. Dazu zählen vornehmlich Studenten (55,4 Prozent) und Schüler (46 Prozent). Hingegen ist der Vergleichswert der Azubis mit 37 Prozent tendenziell geringer als der Durchschnitt. Deutlich weniger Selbstständige sehen sich selbst im Verzug bei der Absicherung und der Vorsorge (24,1 Prozent).

26,6 Prozent der Millennials antworten pauschal, dass Versicherungsthemen ihnen zu langweilig sind. Dabei ist der Anteil der Männer (28,5 Prozent) tendenziell größer als der der Frauen (24,6 Prozent). Vor allem Schüler interessieren sich weniger für Versicherungsthemen (38 Prozent). Genauso viele Schüler antworten, im Schulunterricht bislang nichts von Versicherungen und Altersvorsorge gehört zu haben (38 Prozent). Somit sollten Versicherungsthemen in die Lehrpläne der Schulen aufgenommen werden.

Ein weiterer relevanter Grund für die Zurückhaltung der Millennials gegenüber Versicherungen ist das fehlende Vertrauen. 21,8 Prozent der Befragten wollen sich nicht auf ein Vorsorgeprodukt festlegen, dessen Leistung sie erst in ferner Zukunft erfahren. Insbesondere Selbstständige lehnen langfristige Vertragsbindungen ab (41,4 Prozent).

Alle anderen abgefragten Gründe für die Zurückhaltung der Millennials gegenüber Versicherungen fallen deutlich weniger ins Gewicht. So stimmen nur 8,3 Prozent der Befragten der These zu, grundsätzlich Risiken zu lieben, da man sich nicht

gegen alles absichern könne. Auch verneint die überwiegende Zahl der Millennials die Aussage, Versicherungen seien allein ein Thema für ältere Generationen (6,4 Prozent Zustimmung). Etwa ebenso viele Befragte bestreiten die These, dass unser Leben keine Risiken mehr kennt (5,3 Prozent Zustimmung). Weiter wollen sich die meisten Millennials nicht damit herausreden, dass bei ihnen zu Hause Versicherungen niemals thematisiert wurden (5 Prozent Zustimmung). Und nur 4,2 Prozent der Befragten vertreten den Standpunkt, Versicherungen würden heute nicht mehr gebraucht.

## Was glauben Sie, warum sich Menschen unter 30 Jahren **weniger** für Versicherungen und Versicherungsthemen im Kontext Altersvorsorge und Berufsunfähigkeit **interessieren**?

**44,2%** Versicherungen sind teuer.

**40,5%** Wir wollen uns erst später um das Thema kümmern.

**27,3%** Versicherungen leisten nicht immer im Schadensfall.

**26,6%** Versicherungsthemen sind langweilig.

**25,8%** In der Schule habe ich nichts zu diesen Themen gehört.

**21,8%** Wir vertrauen Versicherungen nicht.

Man kann sich nicht gegen alles absichern. **8,3%**

Versicherungen sind für die älteren Generationen. **6,4%**

Unser Leben kennt keine Risiken mehr. **5,3%**

Bei uns zu Hause waren Versicherungen kein Thema. **5,0%**

Wir brauchen keine Versicherungen mehr. **4,2%**



**40,5%**  
Wir wollen uns erst  
später um das  
Thema kümmern.



## THEMENFOKUS - BERUFSUNFÄHIG? DAS PASSIERT MIR NICHT!

# Das verdrängte Risiko der Berufsunfähigkeit

Das Risiko der Berufsunfähigkeit während des eigenen Erwerbslebens ist zwar vielen Millennials bewusst, jedoch entscheidet sich lediglich ein Drittel dafür, dieses Risiko auch mit einer Berufsunfähigkeits-Versicherung (BU) abzusichern (33,1 Prozent). Allerdings zeigen sich deutliche Unterschiede im Hinblick auf das Arbeitsverhältnis sowie das Bildungsniveau: Während 45,1 Prozent der Angestellten eine BU abschließen, liegt die Quote bei Selbstständigen bei lediglich 10,3 Prozent.

**M**it einem Anteil von 40,5 Prozent wollen sich gerade Hochschulabsolventen durch eine Versicherung gegen das Risiko der Berufsunfähigkeit schützen. Hingegen setzen mit 21,4 Prozent nur relativ wenige Hauptschulabsolventen auf eine Berufsunfähigkeits-Versicherung. Zwischen den Geschlechtern gibt es in dieser Frage kaum einen Unterschied. 33,9 Prozent der Männer und 32,3 Prozent der Frauen geben an, sich im Erwerbsleben durch eine BU abzusichern bzw. absichern zu wollen.

Aus welchen Gründen verzichten zwei Drittel der Millennials auf eine Absicherung des Berufsunfähigkeitsrisikos? 15,9 Prozent von ihnen antworten, dass ihnen das Geld für eine solche Versicherung fehlt. Auf dieses Argument verweist fast jeder vierte Hauptschulabsolvent (24,3 Prozent). Tendenziell nennen mehr Frauen (17,5 Prozent) als Männer (14,4 Prozent) den Preis als Grund dafür, dass sie auf eine BU verzichten wollen.

14,9 Prozent wollen sich beim Risiko einer Berufsunfähigkeit auf die Hilfe ihrer Eltern und ihrer Familie verlassen. Vorwiegend Schüler (38 Prozent) nehmen diese Position ein. Auch unter den Beamten ist der Standpunkt weit verbreitet (23,1 Prozent). Hingegen verlässt sich nur jeder zehnte Angestellte im Fall einer Berufsunfähigkeit auf die Familie (10 Prozent).

Wie gehen Sie mit dem Risiko um, während Ihres Erwerbslebens plötzlich durch **Krankheit** oder **Unfall** arbeitsunfähig zu werden?

Ein größerer Teil der Millennials verdrängt das Risiko der Berufsunfähigkeit. So sagen 14,2 Prozent aller Befragten, sie wollten sich später um das Thema kümmern. Dazu zählen insbesondere Studenten (29,9 Prozent) und Schüler (18 Prozent). Zudem wollen sich überdurchschnittlich viele Beamte zu einem späteren Zeitpunkt um das BU-Risiko kümmern (19,2 Prozent).

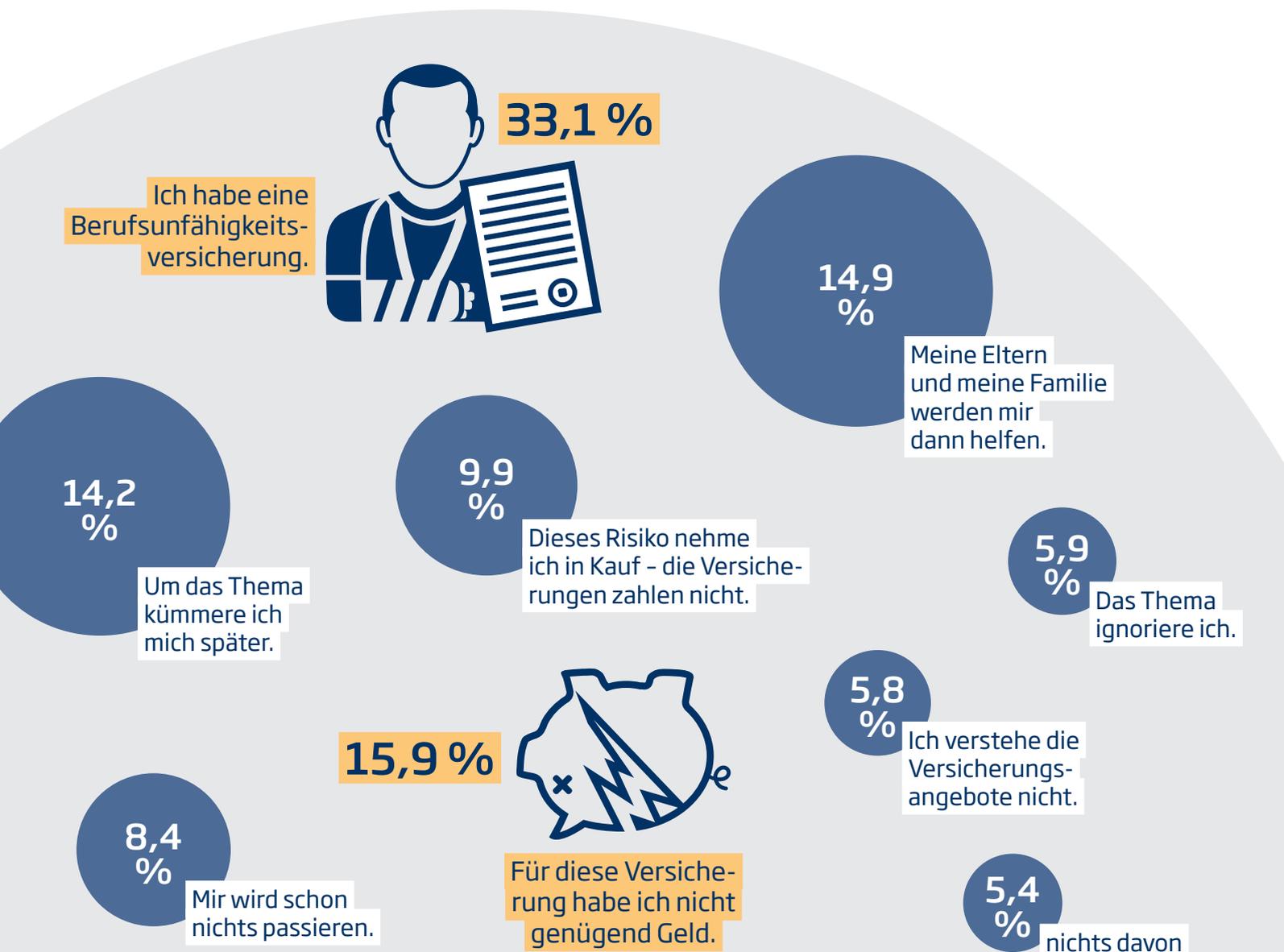
### Jeder zehnte Millennial schaut bei BU-Risiken weg

9,9 Prozent der Millennials nehmen das Berufsunfähigkeitsrisiko offenen Auges in Kauf, da nach ihrer Ansicht Versicherungen im Leistungsfall ohnehin nicht zahlen. Diese Haltung teilen mit 17,2 Prozent überdurchschnittlich viele Selbstständige. Tendenziell steigt die Bereitschaft bei den Befragten, das BU-Risiko zu akzeptieren

bzw. nicht abzusichern, mit zunehmendem Haushaltsnettoeinkommen.

8,4 Prozent der Befragten sind sich sicher, dass ihnen schon nichts passieren wird. Gerade Selbstständige vertreten diesen Standpunkt (20,7 Prozent). Weitere 5,9 Prozent ignorieren das Thema vollkommen. Darunter sind tendenziell mehr Schüler und Studenten (jeweils 8 Prozent). Auch unter den Beziehern hoher Haushaltsnettoeinkommen ab 4.000 Euro ist der Anteil derjenigen, die dem BU-Risiko keine Beachtung schenken wollen, mit 8 Prozent tendenziell höher als der Durchschnitt.

5,8 Prozent der Millennials geben an, sie würden die Versicherungsangebote nicht verstehen. Tendenziell zählen mehr Männer sowie mehr Personen aus der unteren und mittleren Einkommensgruppe dazu.



## THEMENFOKUS - „JA“ ZUR ALTERSVORSORGE, ABER NICHT JETZT

# Die Finanzierung des Ruhestands bereitet Sorge

Ein großer Teil der Millennials hat Angst davor, im Alter nicht ausreichend finanziell abgesichert zu sein und in die Altersarmut abzurutschen. Konkret machen sich 39,2 Prozent Sorgen, später eine geringe staatliche Rente zu beziehen. „Ich kann eh nichts daran ändern“, ist der Tenor. Umgekehrt glaubt nur jeder zehnte Befragte, dass für ihn die staatliche Rente bzw. Pension für die Versorgung im Alter ausreichen wird.

Fast jede zweite Frau sorgt sich um die geringe staatliche Rente (47 Prozent), die sie einmal bekommen wird, während nicht einmal jeder dritte Mann dieses Risiko für sich als bedrohlich wahrnimmt (31,7 Prozent). Schwierigkeiten mit der staatlichen Rente erwarten zudem überdurchschnittlich viele Azubis (42,5 Prozent) sowie Geringverdiener mit einem Haushaltseinkommen von unter 2.500 Euro (41,2 Prozent).

Lediglich 13,8 Prozent der Männer und 7,3 Prozent der Frauen gehen davon aus, dass die staatliche Rente bzw. die Pension für die Finanzierung des eigenen Lebensabends einmal ausreichen werden. Den größten Optimismus äußern bei dieser Frage die Beamten (30,8 Prozent). Zudem nimmt die Zuversicht, allein mit der gesetzlichen Rente im Alter finanziell auszukommen, mit steigendem Haushaltsnettoeinkommen kontinuierlich zu.

Die Ergänzung der gesetzlichen Rente um eine kapitalgedeckte Betriebsrente ist für die überwiegende Mehrheit der Millennials kein Ausweg aus der Zwickmühle im Alter. Nur 9,8 Prozent der Befragten stimmen der Antwort zu, dass eine Betriebsrente zusammen mit der staatlichen Rente für die Finanzierung des Lebensabends

ausreichen werde. Tendenziell sind mehr Angestellte (13,3 Prozent) als andere Personen von der Aufstockung der gesetzlichen Rente durch eine Betriebsrente zu überzeugen.

## Jeder dritte Akademiker vertraut auf die eigenen Einnahmen als Schutz vor Altersarmut

Noch der beste Ausweg aus dem Dilemma für knapp 22 Prozent der Befragten lautet, sich in Zukunft und auch im Alter immer selbst finanzieren zu wollen. Auf die eigenen Einnahmen und das eigene Vermögen als finanzielle Basis für die Altersvorsorge wollen vor allem die Bezieher höherer Einkommen ab 4.000 Euro setzen (34,7 Prozent). Auch Hochschulabsolventen (29,7 Prozent) und Selbstständige (27,6 Prozent) wollen verstärkt für sich selbst vorsorgen. Dagegen denken 16,5 Prozent der Millennials noch nicht an das eigene Alter und die eigene Altersversorgung. Dazu zählen insbesondere Schüler (28 Prozent) und Studenten (24,1 Prozent).

Auffallend ist, dass nur 5,3 Prozent der Befragten für die eigene Altersvorsorge mit einer Erbschaft planen. Überdurchschnittlich viele Bezieher eines höheren Einkommens (13,3 Prozent) und Selbst-

# Welche **Erwartungen** haben Sie an die Finanzierung Ihres noch fernen Lebensabends?

**39,2 %** Ich mache mir Sorgen um eine zu geringe staatliche Rente.



**39,2 %**

Ich mache mir Sorgen um eine zu geringe staatliche Rente.

**21,9 %** Ich werde mich immer selbst finanzieren.

**18,5 %** Bis zu meinem Ruhestand wird es eine neue Lösung für die Rente geben.

**16,5 %** An mein Alter und meine Altersversorgung denke ich noch nicht.

Die staatliche Rente bzw. Pension wird für die Versorgung im Alter ausreichen. **10,6 %**

Ich erhalte eine Betriebsrente. Zusammen mit der staatlichen Rente wird das ausreichen. **9,8%**

Ich habe ein Erbe zu erwarten, das meine Altersversorgung darstellt. **5,3 %**

nichts davon **4,0 %**

**21,9 %**



Ich werde mich immer selbst finanzieren.

ständige (10,3 Prozent) beziehen einen Erbteil in die Planungen für die Finanzierung des noch fernen Lebensabends ein.

Immerhin 18,5 Prozent der Millennials rechnen damit, dass Staat, Politik und Gesellschaft bis zu ihrem Eintritt in den Ruhestand eine neue Lösung für die Rente finden werden. Tendenziell erwar-

ten mehr Männer (20,5 Prozent) als Frauen (16,5 Prozent) langfristig ein neues Rentenmodell. Größer fällt sich Differenz zwischen den einzelnen Berufsgruppen bei dieser Frage aus. So gehen 30,8 Prozent der Beamten, aber nur 18 Prozent der Angestellten und 17,2 Prozent der Selbstständigen von einem neuen Rentenmodell aus.

## THEMENFOKUS - „JA“ ZUR ALTERSVORSORGE, ABER NICHT JETZT

# Vorsorgen kann ich übermorgen immer noch

Ihren Sorgen zum Trotz schieben viele Millennials die Altersvorsorge auf die lange Bank, da sie keinen aktuellen Handlungsbedarf sehen. Etliche Befragte verfolgen derzeit andere Prioritäten für ihr Leben. Die Abstinenz bei Versicherungsprodukten erklärt sich auch mit dem schwierigen Marktumfeld. Die Millennials hinterfragen die Renditeerwartungen im Niedrigzinsumfeld und die Leistungsfähigkeit der gesetzlichen Rente. Hier zeigt sich wieder das ambivalente Verhältnis, das die Generation zu Geld und Absicherung hat.

Viele Millennials sind noch nicht so weit, um sich bereits heute um ihre Altersvorsorge zu kümmern. Das belegen die Antworten auf einige plakative Thesen, die ihnen im Rahmen der Befragung vorgelegt wurden. So stimmen 30,6 Prozent der Befragten der Aussage zu, dass ihre unmittelbaren Lebensumstände ihnen andere Prioritäten vorgeben. Vor allem Beamte (38,5 Prozent), aber auch Studenten (37,9 Prozent) fühlen sich damit in ihrer Haltung bestätigt. Umgekehrt sieht es bei den Beziehern höherer Haushaltsnettoeinkommen ab 4.000 Euro aus, die für sich persönlich durchaus die Möglichkeit zur Altersvorsorge erkennen (20 Prozent Zustimmung).

28,7 Prozent der Befragten stimmen der These zu, dass Altersvorsorgeangebote nicht genug Rendite abwerfen. Vor allem Berufstätige kritisieren die schrumpfenden Renditeerwartungen im fort-dauernden Niedrigzinsumfeld, etwa Beamten (34,6 Prozent), Selbstständige (34,5 Prozent) und Angestellte (31,8 Prozent).

Geldanlage ja, aber in anderer Form als eine direkte Altersvorsorge, sagen 26,9 Prozent der Millennials. Für diesen Teil der Befragten haben andere Geldanlagen wie Immobilien oder Wertpapiere derzeit Vorrang. Tendenziell votieren mehr Männer (29,1 Prozent) als Frauen (24,6 Prozent) für alternative Geldanlagen. Vor allem Selbstständige (37,9 Prozent), Hochschulabsolventen (35,4 Prozent) und Bezieher höherer Haushaltsnettoeinkommen ab 4.000 Euro (34,7 Prozent) bevorzugen verstärkt andere Formen der Geldanlage für die Altersvorsorge.

## Junge Generation bemängelt das Scheitern des Generationenvertrags

Ebenfalls rund ein Viertel aller Befragten kritisiert, dass der Generationenvertrag nicht funktioniert, da die eigenen Abzüge bei der staatlichen Rente bereits aus heutiger Perspektive hoch sind (26,3 Prozent). Jeder fünfte Millennial resigniert und sagt, dass es sich nicht lohnt zu sparen, weil „andere Menschen, die nichts für die eigene Altersvorsorge tun, später genauso viel über das Sozialsystem bekommen“ (20,5 Prozent). Dieser Standpunkt wird innerhalb der Befragten-

gruppe zumeist in ähnlichem Maße geteilt. Lediglich die Beamten stellen vermehrt den Sinn zusätzlicher Altersvorsorge in Frage (30,8 Prozent).

16,7 Prozent der Befragten räumen offen ein, dass sie für eine Altersvorsorge noch zu jung sind. Dabei teilen deutlich mehr Männer (20,9 Prozent) als Frauen (12,4 Prozent) diese Position. Auch Schüler (38 Prozent) und Studenten (27,7 Prozent) wollen noch nichts von Altersvorsorge hören, während Azubis (17,8 Prozent) eine andere Haltung einnehmen.

## Welchen der folgenden **Thesen** können Sie zustimmen?

**30,6%** Meine unmittelbaren Lebensumstände geben mir andere Prioritäten vor.

**28,7%** Die Altersvorsorgeangebote werfen nicht genug Rendite ab.

**26,9%** Andere Geldanlagen haben jetzt erst mal Vorrang.

**26,3%** Der Generationenvertrag funktioniert nicht.

**20,5%** Warum soll ich sparen, wenn andere, die nichts tun, später genauso viel bekommen?

**16,7%** Für eine Altersvorsorge bin ich noch zu jung.

nichts davon **7,6%**



**30,6%**

Meine unmittelbaren Lebensumstände geben mir andere Prioritäten vor.



**28,7%**

Die Altersvorsorgeangebote werfen nicht genug Rendite ab.

**THEMENFOKUS** - LÖSUNGSANSÄTZE: GENERATION Y SENSIBILISIEREN, SCHÜTZEN UND ERREICHEN

## Gute Kommunikation fördert Versicherungsabschlüsse

Verständliche Erklärungen (45,1 Prozent), individuelle Kommunikationskanäle (39,9 Prozent) sowie eine transparente Preisgestaltung sind für die Millennials die wichtigsten Voraussetzungen dafür, um ein Altersvorsorgeprodukt oder eine Berufsunfähigkeits-Versicherung abzuschließen. Auch wünschen sich die Befragten eine unkomplizierte Abwicklung (29,1 Prozent).

**M**uss für Millennials die Kommunikation mit Versicherungen komplett digital und online möglich sein? Nein, denn nur 12,8 Prozent der Befragten wollen Versicherungs- und Vorsorgeprodukte generell online abschließen können, wobei das Problem besteht, dass ihnen solche Abschlüsse noch zu kompliziert sind. Tendenziell stimmen mehr Männer (14,6 Prozent) als Frauen (11 Prozent) dieser These zu. Vor allem Selbstständige wünschen sich mehr Möglichkeiten, Onlineabschlüsse zu tätigen (20,7 Prozent). Hingegen sehen die Bezieher höherer Haushaltsnettoeinkommen ab 4.000 Euro (8 Prozent) sowie Beamte (11 Prozent) für sich keinen Bedarf, alle Versicherungen abschließen zu können.

Auch bei guten Bewertungen von Finanzprodukten im Internet halten sich die Millennials auffallend zurück (15,3 Prozent). Die größte Zustimmung zu dieser Antwort geben die Bezieher höherer Einkommen (21,3 Prozent) sowie Männer und Hochschulabsolventen (jeweils 17,9 Prozent). Für Beamte spielen Internetbewertungen keine große Rolle (7,7 Prozent).

Ausschlaggebend für einen Versicherungsabschluss sind andere Kriterien. Dazu gehört an

erster Stelle eine verständliche Erklärung des Produktes (45,1 Prozent). Gerade Frauen drängen auf ein hohes Maß an Verständlichkeit (52,8 Prozent), Männer weniger (37,6 Prozent). Der Wunsch nach Verständlichkeit ist auch bei Jüngeren groß. So fordern Schüler (58 Prozent) und Studenten (52,7 Prozent) vor einem Kauf eine nachvollziehbare Erklärung der Produkte. Die Forderung nach Verständlichkeit wird über alle Bildungsabschlüsse hinweg von den Befragten in annähernd gleichem Maße erhoben.

29,1  
%

Die Abwicklung muss schnell und einfach gehen.

15,3  
%

Das Produkt muss im Internet gut bewertet sein.

## Die Kommunikation ist für die Versicherungen der Schlüssel zur jungen Generation

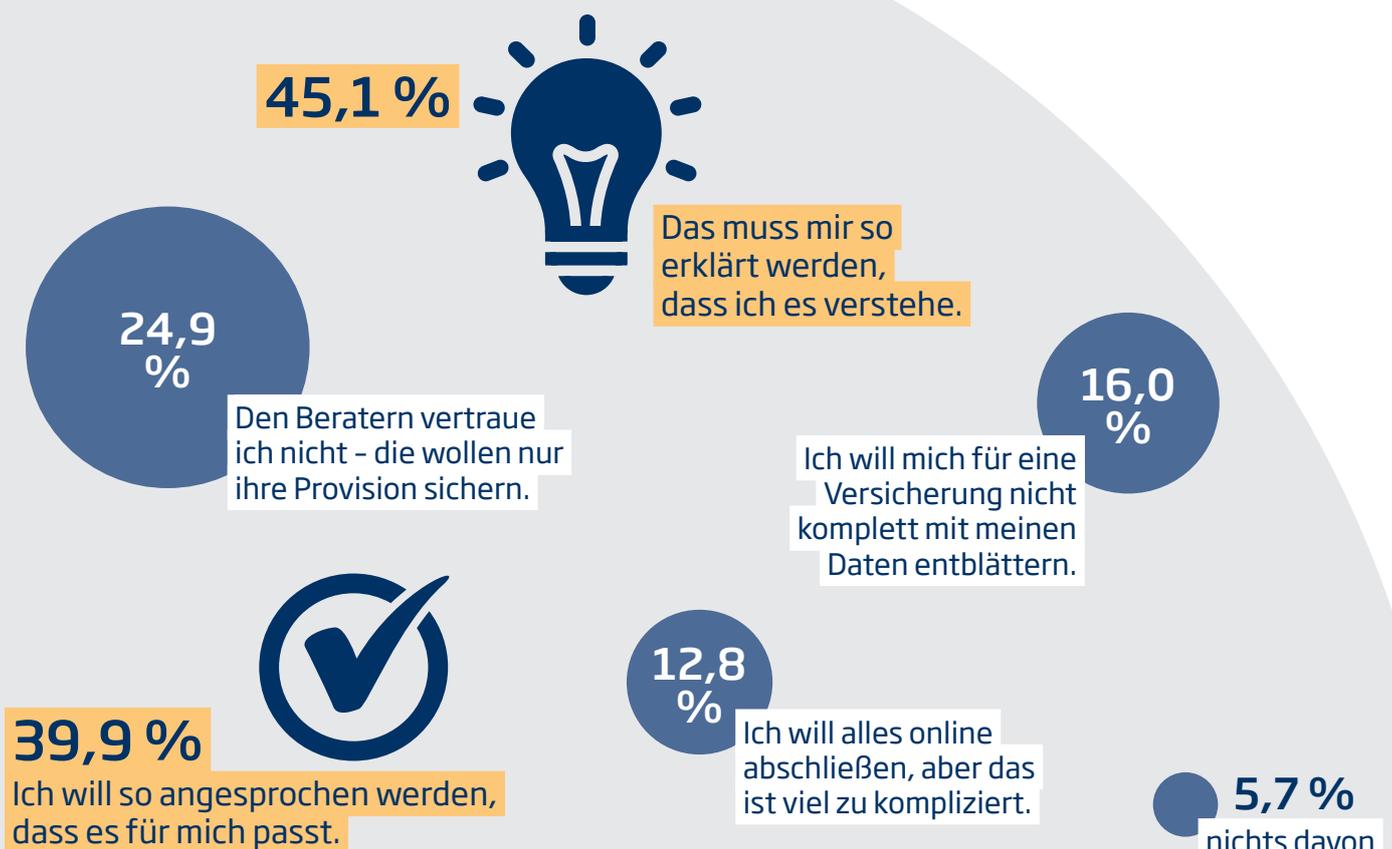
Das zweite entscheidende Kriterium für oder gegen eine Versicherung ist die Kommunikation. 39,9 Prozent der Millennials wollen so angesprochen werden, dass es für sie persönlich passt. Im Einzelnen zeigt sich, dass die Wünsche der Untergruppen bei dieser Frage relativ wenig voneinander abweichen. Tendenziell sind die Bezieher geringerer Haushaltsnettoeinkommen von unter 2.500 Euro sowie Hauptschulabsolventen bei der Ansprache weniger wählerisch. Umgekehrt erheben überdurchschnittlich viele Bezieher höherer Einkommen ab 4.000 Euro den Anspruch auf individuelle Wahl der Kommunikationswege (45,3 Prozent). Weitere 29,9 Prozent der Millennials erwarten, dass sich Versicherungskäufe schnell

und einfach abwickeln lassen. Auch diese Voraussetzung wird laut der Detailanalyse praktisch von allen Untergruppen genannt.

Eine Herausforderung für die Versicherungsgesellschaften besteht darin, dass jeder vierte Befragte den Beratern nicht vertraut und ihnen nachsagt, es nur auf die Provision abzusehen (24,9 Prozent). Überdurchschnittlich viele Beamte (30,8 Prozent) und Angestellte (27,7 Prozent) misstrauen den Produktanbietern. Auch Hochschulabsolventen äußern sich vermehrt skeptisch über Versicherungsberater (28,7 Prozent).

Die Millennials haben weniger Probleme mit dem Datenschutz bei Versicherungskäufen (16 Prozent). Gerade Selbstständige äußern sich bei dieser Frage zurückhaltend (27,6 Prozent).

## Was sind **Voraussetzungen** für Sie, um überhaupt eine Versicherung im Bereich Altersvorsorge und Berufsunfähigkeit abzuschließen?



**THEMENFOKUS** - LÖSUNGSANSÄTZE: GENERATION Y SENSIBILISIEREN, SCHÜTZEN UND ERREICHEN

# Vertrauen, Preis, Einfachheit, Individualität

In einer offenen Frage nennen die Millennials die Aspekte, die Versicherungen aus ihrer Sicht umsetzen müssten, damit sich jüngere Menschen mehr für Altersvorsorgeprodukte interessieren. Es kristallisieren sich ein klares Anforderungsprofil mit vier Kernpunkten und eine Agenda für die Versicherungswirtschaft heraus.

Die Millennials erwarten von ihren Versicherungspartnern an erster Stelle mehr Ehrlichkeit und Transparenz bei der Beratung und den Produkten. Nur so kann aus ihrer Sicht mehr Vertrauen zwischen Anbieter und Kunde wachsen (17 Prozent). Dahinter steht ein Stereotyp, den viele Befragte mit Versicherungen und Versicherungsprodukten verbinden: Der Verkäufer einer Versicherung ist demnach nur am Produktverkauf und an der eigenen Provision interessiert, aber nicht daran, die beste Lösung für den Kunden zu finden. Ein weiterer Aspekt kommt hinzu: Die Befragten erwarten von Versicherungen und ihren Repräsentanten mehr Serviceorientierung und einen freundlichen Umgangston (4,6 Prozent).

Natürlich geht es den Millennials auch um den Preis für die Vorsorge. So mahnen viele Befragte entweder ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis oder einfach günstigere Preise für Vorsorgeprodukte an (16,7 Prozent). Damit verbunden ist häufig der Wunsch nach einer höheren Rendite der Vorsorgeprodukte (11,7 Prozent). Zudem ist der Aspekt der Sicherheit der Leistungen und der Kapitalanlage ein zentrales Anliegen der Millennials (14,4 Prozent). Manche Befragten üben in ihren Antworten Kritik an der mangelnden Zahlungsbereitschaft mancher Versicherer im Leistungsfall. Diese Aussagen gehen einher mit der oben genannten

Forderung an Produkthanbieter und Berater nach mehr Ehrlichkeit, Transparenz und Vertrauen.

Ein Problem stellen dabei die oft umfangreichen Versicherungsunterlagen und Produktbeschreibungen dar. Hier erwarten die Befragten: Die Anbieter und Berater sollen ihnen die Produkte und die damit verbundenen Leistungen so erklären, dass sie die Zusammenhänge verstehen (15,7 Prozent). Dabei wollen die Millennials, dass die Anbieter ihre Prozesse und die Kommunikation mit dem Kunden so einfach und knapp wie möglich gestalten (4,6 Prozent). Gerne nutzen die Befragten digitale Kanäle, doch das ist für die überwiegende Mehrheit kein hartes Ausschlusskriterium.

## **Versicherungen brauchen ein jüngeres Image, um mit der jüngeren Generation ins Gespräch zu kommen**

Der vierte Kernpunkt ist eine stärkere Orientierung an der Zielgruppe. So fordern Millennials ein moderneres und jüngeres Image der Versicherungswirtschaft (7,9 Prozent). Dabei geht es um die Unternehmen selbst, aber auch um ihre Produkte, die Kundenansprache und die Werbung. Alles sollte eindeutig auf jüngere Kunden abzielen. Natürlich gehört dazu auch eine verstärkte Kommunikation über soziale Medien und andere

# Top 10 der Aspekte, die Versicherungen umsetzen müssen, damit sich die Millennials mehr für Altersvorsorgeprodukte interessieren

**17,0 %** Mehr Vertrauen durch ehrliche Beratung und transparente Produkte

**16,7 %** Besseres Preis-Leistungs-Verhältnis, günstigere Preise

**15,7 %** Produkte und Leistungen verständlich erklären

**14,4 %** Sicherheit der Leistungen und der Kapitalanlage

**11,7 %** Höhere Rendite der Vorsorgeprodukte

Moderneres, jüngeres Image der Versicherungen **7,9 %**

Individuelle Kundenbedürfnisse besser und flexibler bedienen **4,9 %**

Mehr Serviceorientierung und Freundlichkeit **4,6 %**

Prozesse und Kommunikation einfach, knapp und digital gestalten **4,6 %**

Schüler in den Schulen über Versicherungen informieren **2,4 %**

**17,0 %**  
  
 Mehr Vertrauen durch ehrliche Beratung und transparente Produkte

**16,7 %**  
  
 Besseres Preis-Leistungs-Verhältnis, günstigere Preise

digitale Plattformen, auf denen die Millennials unterwegs sind und sich austauschen, doch der Bedarf zielt im Kern nicht allein auf ein Medium, sondern auf eine zielgruppenspezifische Ansprache ab. Manche Befragten fordern die Versicherer sogar direkt dazu auf, sie aktiv anzusprechen. Und da vielen Millennials das notwendige Grundwissen über Altersvorsorge und Risikoabsicherung fehlt, empfehlen sie, dass bereits Schüler in den Schulen darüber informiert werden sollen.

Zur Zielgruppenorientierung gehört auch, die individuellen Kundenbedürfnisse besser und flexibler zu bedienen. So wollen viele Millennials keine Tarife von der Stange, sondern Lösungen, die sich flexibel an ihren individuellen Bedarf und ihre Lebensführung anpassen lassen. Lebenswege und Berufskarrieren verlaufen heute oft weniger homogen als bei mittleren und älteren Generationen. Dementsprechend flexibel sollten auch Vorsorgeprodukte ausgerichtet sein.

**NÜRNBERGER Versicherung**

Ulrich Zeidner  
Unternehmenskommunikation  
Ostendstraße 100  
90334 Nürnberg  
Telefon: (09 11) 53 1-62 21  
Fax: (09 11) 53 1-81 62 21  
Mail: ulrich.zeidner@nuernberger.de

**FRANKFURT BUSINESS MEDIA GmbH**

- Der F.A.Z.-Fachverlag  
Dr. Guido Birkner  
Frankenallee 68-72  
60327 Frankfurt am Main  
Telefon: (0 69) 75 91-32 51  
Fax: (0 69) 75 91-80 32 51  
Mail: guido.birkner@frankfurt-bm.com



ISBN: 978-3-945999-60-8



9 783945 999608 >