

Medienmitteilung

Wien, am 21. Februar 2018

Österreichische Berufseinsteiger: Zwei Drittel sehen ihre Zukunft nicht ausreichend abgesichert

Die drohende Pensionslücke ist auch bei der Jugend angekommen: 66 Prozent der österreichischen Berufseinsteiger gehen davon aus, für ihren Lebensabend nicht ausreichend finanziell abgesichert zu sein. Gleichzeitig belasten Geldsorgen – 61 Prozent sorgen sich um die Leistbarkeit von Wohnraum, 53 Prozent um die einer eigenen Familie. Das Versicherungsverhalten der jungen Erwachsenen ist überraschend konventionell. Der persönliche Abschluss (54 %) schlägt Online-Versicherungen (15 %) deutlich und Empfehlungen von Familie und Freunden sind bei fast zwei Dritteln kaufentscheidend.

«Zukunftssorgen sind für junge Österreicher Geldsorgen und Versicherungen steigen in ihrer Bedeutung auch bei jungen Kunden. Insbesondere der Pensionsvorsorge schreiben 72 Prozent der Berufseinsteiger hierzulande zukünftig eine essenzielle Bedeutung für die persönliche Absicherung zu», fasst Herbert Kling, Geschäftsführer von meinungsraum.at, kurz zusammen. Obwohl Versicherungen in der Kohorte für wichtig befunden werden, fühlt sich mehr als ein Drittel (36 %) der jungen Erwachsenen grundsätzlich nicht ausreichend versichert und gar zwei Drittel (66 %) sehen den eigenen Lebensabend nicht als finanziell abgesichert. Weniger als vier von zehn Befragten (38%) fühlen sich gut über Versicherungsprodukte informiert.

Das sind einige Ergebnisse einer repräsentativen Studie, die das unabhängige Marktforschungsinstitut meinungsraum.at für Helvetia Österreich durchgeführt hat. Dafür wurden kürzlich 500 junge Erwachsene zwischen 16 und 35 Jahren, die gerade den ersten Job angetreten haben oder demnächst antreten, zu ihrem Versicherungsverhalten und ihren Zukunftsplänen und -sorgen online befragt.

«Derzeit entspricht der Anteil dieser Altersgruppe etwa 11 Prozent unseres gesamten Polizzenportfolios. Mit über 90 Prozent zählen die meisten Verträge der Berufseinsteiger zum Bereich Schaden-Unfall, insbesondere zu KFZ (34 %) und Haftpflicht/Rechtsschutz (33,5 %). In die private Altersvorsorge und Unfallversicherung investieren mit 21 bzw. 10 Prozent aller „jungen Verträge“ noch viel zu wenige junge Erwachsene, obwohl das Bewusstsein für die Pensionslücke endlich wächst», erklärt Werner Panhauser, Vorstand für Vertrieb bei Helvetia Österreich.

Versicherungsverhalten: überraschend konventionell

Trotz hoher Online-Affinität schließen junge Erwachsene Versicherungen nach wie vor am liebsten auf klassischen Wegen ab: Zwar informiert sich die Mehrheit (71 %) gerne online, bei der Vertragsunterzeichnung wird dann aber der persönliche Abschluss (54 %) dem Online-Abschluss (15 %) deutlich vorgezogen. Dabei zeigt sich allerdings, dass Männer (66 %) deutlich offener gegenüber einem Online-Abschluss sind als Frauen (44 %) und sie sich im Vergleich auch mehr online informieren.

Die wichtigste Hilfe bei der Entscheidung für ein Versicherungsprodukt sind unter den Berufseinsteigern Empfehlungen von Kollegen, Freunden oder Familienmitgliedern (59 %), erst danach folgen Online-Vergleichsangebote (41 %) und unabhängige Berater (38 %). Insgesamt ist die Gruppe der Berufseinsteiger auch wenig wechselwillig: Nur 24 Prozent geben in der Befragung eine hohe Wechselbereitschaft an.

«Persönliche Beratung ist auch den jungen Generationen extrem wichtig – selbst den Digital Natives. Das zeigt sich auch daran, dass Empfehlungen aus dem persönlichen Umfeld bei der Entscheidung für ein Versicherungsprodukt essenziell sind – und oft bleiben die Kinder einfach beim Berater der Eltern», fasst Thomas Neusiedler, Vorstand für Schaden-Unfall bei Helvetia Österreich, zusammen.

Wünsche an das „Versicherungs-Christkind“

Die wichtigsten Entscheidungsfaktoren für die Auswahl der Versicherung sind für die Berufseinsteiger eine günstige Prämie und die finanzielle Stabilität des Anbieters (beide 73 %) sowie ein maßgeschneidertes Angebot und persönliche Empfehlungen (beide 71 %). Für Verunsicherung sorgen bei jungen Erwachsenen die Verträge: 62 Prozent halten Versicherungsverträge für sehr kompliziert und ebenso viele glauben, dass das «Kleingedruckte» oft dazu führt, dass Versicherungen im Schadensfall nicht oder weniger zahlen. Daraus ergeben sich auch die drei wichtigsten Wünsche: Das Service muss laut den Berufseinsteigern schnell und unkompliziert (14 %), die Versicherung stets erreichbar (14 %) und der Auftritt ansprechend sein (13 %).

Gefragt nach den Erwartungen an ein Versicherungsprodukt nannten die Befragten nach der Leistbarkeit (25 %) spontan am häufigsten Verständlichkeit bzw. Transparenz (23 %). Mit etwas Abstand folgt auf dem dritten Platz, dass die Produkte gut an die persönlichen Bedürfnisse angepasst sein müssen (12 %).

Wie die Generations Y & Z ticken: Reiselust und Geldsorgen

Und wie sehen diese Bedürfnisse aus? Die größten Sorgen der jungen Erwachsenen betreffen unmittelbar die eigene Existenz: Sechs von zehn Befragten (61 %) machen sich Sorgen über die Erschwinglichkeit von Wohnraum, mehr als die Hälfte (53 %) sorgt sich um die Leistbarkeit einer eigenen Familie. An dritter Stelle folgen Sorgen über die eigene Gesundheitsversorgung (48 %).

Unter den Befragten machen sich junge Eltern – naheliegenderweise – deutlich mehr Sorgen über die Leistbarkeit der eigenen Familie, die eigene Gesundheitsversorgung, die Pflege ihrer Eltern, die eigene Pensionsabsicherung,

Arbeitsplatzverlust sowie auch Gewaltverbrechen und Internetkriminalität als die anderen Referenzgruppen. Auffällig entspannt sind dagegen die 16- bis 20-Jährigen: Ihnen bereiten zwar Ausbildungskosten mehr Sorgen als den 21- bis 35-Jährigen, ansonsten ist ihr Sorgenniveau in allen Bereichen deutlich niedriger.

Das größte Lebensziel ist für 86 Prozent der jungen Menschen ein gesunder und finanziell abgesicherter Lebensabend. Eine gute Partnerschaft folgt mit 82 Prozent auf Rang zwei, Hobbies finanzieren und ausüben zu können (77 %) und ein eigenes Haus bzw. eine Eigentumswohnung (76 %) liegen knapp dahinter. Die größten Unterschiede in den verschiedenen Altersklassen sind bei Freizeit und Beruf auszumachen: Reisen, eine steile berufliche Karriere und die eigenen Hobbies sind bei der Generation Z im Alter von 16 bis 20 Jahren deutlich wichtiger als bei den Millennials zwischen 21 und 35 Jahren.

Versicherungen 2025: Von Burn-out bis zu E-Mobility

Bei der Frage, welche Risiken in Zukunft versicherbar sein sollten, führen die jungen Leuten die Bereiche Krankheiten mit spontanen Nennungen wie Zähne, Krebs, neue Krankheiten, Burn-out und Gesundheitsschäden durch digitale Geräte sowie Internetkriminalität (Identitäts- und Datendiebstahl, Onlinekäufe, Passwortschutz) an. Auch Umweltschäden, Smart Home-Technik und E-Mobility sind ein großes Thema.

«So auch bei Helvetia – wir versuchen, mit Trendversicherungen wie jenen für E-Bikes, Drohnen oder Photovoltaik die Wünsche der jungen Menschen als First Mover zu erfüllen», so Neusiedler. Aktuell beschäftigt sich die Produktentwicklung beispielsweise mit Themen rund um die Abwehr von Cyberrisiken wie einer Assistance-Versicherungslösung für Firmen und Privatpersonen im Fall einer Cyberattacke. «Um am Puls der Zeit zu sein analysieren wir laufend, was die Ziele, Sorgen und Ansprüche der jungen Generation sind, und passen unsere Produktpalette an – ganz nach dem Motto der Strategie *helvetia 20.20*, agil, innovativ, kundenzentriert.»

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Helvetia Versicherungen AG

Jan Söntgerath

Unternehmenskommunikation

Hoher Markt 10-11, 1010 Wien

T +43 (0)50 222-1214

jan.soentgerath@helvetia.at

www.helvetia.at

www.facebook.com/helvetia.versicherungen.oesterreich

Über Helvetia Österreich

Helvetia betreibt in Österreich alle Sparten des Lebens- und des Schaden-Unfallgeschäftes. Das Unternehmen betreut mit rund 850 Mitarbeitenden etwa 500.000 Kundinnen und Kunden. Durch die Konzentration auf die Individualität ihrer Kunden und die darauf abgestimmte Beratung übernimmt das Unternehmen hier eine Vorreiterrolle in Österreich. Corporate Responsibility: Helvetia kommt ihrer gesellschaftlichen Verantwortung im Bildungsbereich u.a. durch eine hochwertige Lehrlingsausbildung und Schülerförderung nach. Im Bereich Umweltschutz engagiert sich Helvetia in Zusammenarbeit mit den Österreichischen Bundesforsten für den Schutzwald. So wurden bisher 40.000 Bäume im Salzkammergut, im Pinzgau, im Zillertal und im steirischen Auseerland aufgeforstet. Helvetia leistet damit einen wichtigen Beitrag zur Prävention von Elementarschäden.

www.helvetia.at

Über die Helvetia Gruppe

Die Helvetia Gruppe ist in 160 Jahren aus verschiedenen schweizerischen und ausländischen Versicherungsunternehmen zu einer erfolgreichen, europaweit präsenten Versicherungsgruppe gewachsen. Heute verfügt Helvetia über Niederlassungen in der Schweiz, in Deutschland, Österreich, Spanien, Italien, Frankreich und Liechtenstein und organisiert Teile ihrer Investment- und Finanzierungsaktivitäten über Tochter- und Fondsgesellschaften in Luxemburg und Jersey. Der Hauptsitz der Gruppe befindet sich im schweizerischen St.Gallen. Helvetia ist im Leben-, Schaden- und Rückversicherungsgeschäft aktiv und erbringt mit rund 6.500 Mitarbeitenden Dienstleistungen für mehr als 5 Millionen Kunden. Bei einem Geschäftsvolumen von CHF 8,51 Mrd. erzielte Helvetia im Geschäftsjahr 2016 ein Ergebnis aus der Geschäftstätigkeit von CHF 491,8 Mio. Die Namensaktien der Helvetia Holding werden an der Schweizer Börse SIX Swiss Exchange AG unter dem Kürzel HELN gehandelt.

www.helvetia.com