

Pressemitteilung 14. März 2012 – HEUTE UND MORGEN GmbH – Köln

PRIVATE ALTERSVORSORGE: FONDSBASIERTE GARANTIEPRODUKTE ALS NEUE HOFFNUNGSTRÄGER

Aktuelle Studie „Zukunft der Altersvorsorge“ des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN untersucht Vorsorgeverhalten und Anlage- und Produktpräferenzen der Bundesbürger

Köln, 14. März 2012. Jeder dritte Deutsche (34%) plant in den kommenden zwei Jahren mehr für seine private Altersvorsorge zu tun. Hoch im Kurs stehen dabei vor allem sichere Anlageformen; Renditeaussichten von mehr als drei Prozent spielen hingegen nur eine untergeordnete Rolle. Fondsbasierte Versicherungen mit Garantien auf die eingezahlten Beiträge haben das Potenzial, die klassische Lebens- oder Rentenversicherung in der Gunst der Verbraucher zukünftig abzulösen.

Dies zeigt die aktuelle Finanzmarkt-Trendstudie „Zukunft der Altersvorsorge – Welche Konzepte die Verbraucher überzeugen“ des Marktforschungsinstituts HEUTE UND MORGEN aus Köln. 1.000 Bundesbürger im Alter zwischen 18 und 65 Jahren wurden zu ihrem aktuellen Vorsorgeverhalten und ihren künftigen Anlage- und Produktpräferenzen befragt.

Private Altersvorsorge zwischen Wunsch und Wirklichkeit

Derzeit sparen die Bundesbürger im Durchschnitt monatlich etwa 130 Euro für ihre private Altersvorsorge. Gängigste Produkte sind klassische Lebens- oder Rentenversicherungen, Bausparverträge und Immobilien. Freilich offenbart ein genauerer Blick, dass 42 Prozent der Deutschen aktuell für ihr Alter entweder gar nichts (24%) oder monatlich nur kleinere Anlagebeträge von bis zu 50 Euro zurücklegen (18%). Folglich meinen auch lediglich 30 Prozent, bereits ausreichend für ihr Alter vorgesorgt zu haben. 41 Prozent sind sich hingegen bewusst, eigentlich mehr für ihre private Altersvorsorge tun zu müssen, können sich dies eigenen Angaben zufolge derzeit aber finanziell nicht leisten.

Altersvorsorge der Zukunft: Entscheidungskriterien und Produktpräferenzen

Mit Abstand wichtigstes Entscheidungskriterien beim Abschluss neuer Altersvorsorgeprodukte ist für die Bundesbürger die Sicherheit ihrer Geldanlage. Verlustrisiken zugunsten höherer Renditechancen werden hingegen nur von einem kleinen Teil risikoaffiner Anleger in Kauf genommen. Fondsgebundene Produkte lassen sich daher durch entsprechende Garantie-Optionen auch in der Breite der Bevölkerung enorm aufwerten: Durch Garantien werden fondsbasierte Produkte auch für normale Sparer attraktiver als die klassische Lebens- oder Rentenversicherung.

„Fondsgebundene Garantieprodukte, insbesondere solche mit festen Garantiezusagen, könnten der neue Hoffnungsträger in der Altersvorsorge werden und die oft kritisierte klassische Lebens- oder Rentenversicherung ablösen“, sagt Robert Quinke, Geschäftsführer bei der HEUTE UND MORGEN GmbH. „Da diese neuen Produkte bisher erst wenig bekannt sind, bedarf es jedoch noch einiger Information und Aufklärung, um das vorhandene hohe Potenzial auszuschöpfen.“

Noch hat auch die klassische Lebensversicherung aber nicht ausgesorgt: Aufgrund ihres besonders hohen Sicherheits-Images in der Bevölkerung – freilich auch aufgrund nur dürftiger Kenntnis des verringerten Garantiezinses sowie nicht zuletzt fehlender etablierter Alternativen – genießt diese bei einfachen Sparern und auch bei jungen Anlegern oft noch einen erstaunlich guten Ruf. Ganz im Gegenteil zur Riester-Rente, die beim Verbraucher deutlich an Attraktivität eingebüßt hat.

Transparenz stärkt Sicherheitsgefühl

Ebenfalls von hoher Relevanz beim Abschluss altersvorsorgerelevanter Finanzprodukte ist neben dem Top-Thema „Sicherheit“ das Thema „Transparenz“, d.h. die Verständlichkeit und Nachvollziehbarkeit der Anlage. Erst diese führt auf Seiten der Verbraucher letztlich zu einem subjektiven Gefühl der Sicherheit und Kontrollierbarkeit der eigenen Altersvorsorge.

Von der Finanzbranche selbst wird zudem immer wieder die Bedeutung der „Flexibilität“ der Vorsorgeprodukte betont. Hier zeigt die Studie, dass die Bundesbürger verschiedene variable Einzahlungs- und Entnahmooptionen durchaus zu schätzen wissen. Für unverzichtbar hält diese aber nur jeder vierte Bundesbürger; eine Zahlungsbereitschaft für einzelne Flexibilitätsmerkmale besteht sogar nur bei jeweils maximal 10 Prozent der Kunden. Kurz: Flexibilität in der Altersvorsorge darf aus Verbrauchersicht nichts kosten.

Potenzial auch für nachhaltige Geldanlagen

Trotz eines hohen ökologisch-sozialen Bewusstseins in der deutschen Bevölkerung spielt das Thema „Nachhaltigkeit“ bei der Entscheidung für vorsorgerelevante Geldanlagen bislang erst eine untergeordnete Rolle: Lediglich 7 Prozent haben bis dato gezielt eine solche nachhaltige Geldanlage getätigt. Noch klafft hier eine deutliche Lücke zwischen Grundeinstellungen und dem konkreten Anlageverhalten. Immerhin jeder vierte Bundesbürger, allen voran junge Menschen und besonders kompetente Anleger, schätzen nachhaltige Anlageformen aber bereits als besonders attraktiv ein. Von daher kann auch hier von einem Bedeutungszuwachs im Altersvorsorgemarkt der Zukunft ausgegangen werden.

Studienbestellung

Die komplette 110-seitige Trendstudie *„Zukunft der Altersvorsorge – Welche Konzepte die Verbraucher überzeugen“* mit zahlreichen weiteren Ergebnissen zu den altersvorsorgerelevanten Entscheidungs- und Produktpräferenzen sowie mit ausführlichen Differenzierungen nach verschiedenen soziodemographischen Kriterien, den Kunden einzelner Banken und Versicherungsgesellschaften sowie nach einer Anlegertypologie kann über die HEUTE UND MORGEN GmbH bezogen werden. Die Studie „Zukunft der Altersvorsorge“ ist Teil der regelmäßigen Studienreihe „Finanzmarkttrends“ des Marktforschungsinstituts.

Weitere Studieninformation und Inhaltsverzeichnis:

http://heuteundmorgen.de/frontend/downloads/studienflyer_finanzmarkttrend_altersvorsorge.pdf

Kontakt

Robert Quinke
Geschäftsführer
HEUTE UND MORGEN GmbH
Venloer Straße 19
D-50672 Köln
Telefon: +49 221 99 500 50
E-Mail: info@heuteundmorgen.de
www.heuteundmorgen.de