

So sind die Deutschen versichert: Oft lohnt sich ein Frühjahrsputz im Versicherungsordner

67 % der Bürger fühlen sich ausreichend versichert, so das Ergebnis einer forsa-Umfrage im Auftrag des Finanzberatungs- und Versicherungsunternehmens Swiss Life Deutschland. In der Erhebung wurden Verbraucher befragt, welche Versicherungen sie haben, welche Policen sie für sinnvoll erachten und ob sie regelmäßig ihren Versicherungsschutz überprüfen. Viele wiegen sich dabei in trügerischer Sicherheit, denn ihnen fehlen wichtige Policen zur Altersvorsorge, bei Berufsunfähigkeit oder im Pflegefall. Dr. Markus Leibundgut, CEO von Swiss Life Deutschland, rät vor allem jungen Leuten und Arbeitnehmern zu einem Frühjahrsputz im Versicherungsordner, um diese Lücken in der Absicherung zu entdecken und zu beheben.

67 % der Bürger fühlen sich ausreichend versichert, so das Ergebnis einer forsa-Umfrage im Auftrag des Finanzberatungs- und Versicherungsunternehmens Swiss Life Deutschland. In der Erhebung wurden Verbraucher befragt, welche Versicherungen sie haben, welche Policen sie für sinnvoll erachten und ob sie regelmäßig ihren Versicherungsschutz überprüfen. Viele wiegen sich dabei in trügerischer Sicherheit, denn ihnen fehlen wichtige Policen zur Altersvorsorge, bei Berufsunfähigkeit oder im Pflegefall. Dr. Markus Leibundgut, CEO von Swiss Life Deutschland, rät vor allem jungen Leuten und Arbeitnehmern zu einem Frühjahrsputz im Versicherungsordner, um diese Lücken in der Absicherung zu entdecken und zu beheben.

Mit den „Klassikern“ unter den Policen sind die Deutschen laut den forsa-Ergebnissen bereits sehr gut versorgt: So haben 91 % eine Haftpflichtversicherung, 79 % eine Hausratversicherung und 63 % eine Unfallversicherung. Dagegen rangieren Versicherungen zur Altersvorsorge beziehungsweise zur Existenzabsicherung eher auf den hinteren Rängen. So hat lediglich ein Viertel der Befragten eine Riester- oder Rürup-Rente abgeschlossen. Auch Berufsunfähigkeitsversicherungen (29 %) sowie eine Pflegevorsorge (24 %) sind bei den Deutschen weniger verbreitet. Immerhin nutzen 37 % die Möglichkeit zur betrieblichen Altersvorsorge: 30 % finanzieren diese in Form einer Entgeltumwandlung, bei 63 % der Berufstätigen beteiligt sich der Arbeitgeber beim Aufbau der Betriebsrente – so machen sich die Unternehmen in Zeiten des Fachkräftemangels für Bewerber und Mitarbeiter attraktiv.

Regelmäßiger Versicherungs-Check lohnt sich

Besonders junge Leute haben noch Nachholbedarf in Sachen Versicherung und Vorsorge. Im Vergleich zum Gesamtdurchschnitt haben diese insgesamt weniger Policen abgeschlossen. So sorgen nur 25 % der 18- bis 29-Jährigen mit einer betrieblichen Altersvorsorge vor (Gesamtdurchschnitt: 37 %). Und gerade mal 20 % haben sich für eine Rürup- oder Riester-Rente entschieden (Gesamtdurchschnitt: 25 %). „Mit so unbequemen Themen wie Pflege- oder Altersvorsorge beschäftigt man sich in diesem Alter naturgemäß eher ungern“, stellt Dr. Markus Leibundgut, CEO von Swiss Life Deutschland, fest. „Es überrascht daher nicht, dass bei den 18- bis 29-Jährigen gerade mal 34 % regelmäßig prüfen, ob sie weitere Versicherungen brauchen oder die eine oder andere abgeschlossene Police kündigen können.“ Besonders in jungen Jahren lohnt sich jedoch ein regelmäßiger Versicherungs-Check, denn gerade in dieser Phase kann sich viel ändern: Ausbildungsstart, der erste Job, Heirat, vielleicht schon Kinder – gerade diese Wendepunkte sollte man zum Anlass nehmen, den Versicherungsschutz zu prüfen und bei Bedarf anzupassen. Über alle Altersgruppen hinweg macht jeder Zweite (52 %) regelmäßig Frühjahrsputz im Versicherungsordner.

Trügerische Sicherheit

Unter den Befragten gaben auch 31 % an, dass sie schon einmal eine Versicherung nicht

abgeschlossen hätten, obwohl sie diese prinzipiell für sinnvoll hielten. In dieser Kategorie führt die Berufsunfähigkeitsversicherung dabei mit 27 % die Top 3 an, gefolgt von der privaten Krankenzusatzversicherung (18 %) sowie der privaten Pflege- oder Pflegezusatzversicherung (12 %). Knapp ein Drittel der Teilnehmer (27 %) hat sich sogar schon einmal ganz bewusst, etwa aus Kostengründen, gegen eine Versicherung entschieden. „Klar ist es für viele verlockender, Geld für schöne Dinge auszugeben, als es in eine Versicherung zu stecken“, so Leibundgut. „Aber wem zum Beispiel eine Berufsunfähigkeitsversicherung zu teuer oder unnütz erscheint, der sollte sich einmal vor Augen führen, dass heute jeder Vierte berufsunfähig wird. Dabei fällt die finanzielle Unterstützung vom Staat in der Regel gering aus, zumal eine gesetzliche Rente wegen Erwerbsminderung an strenge Bedingungen geknüpft ist. Gerade junge Menschen bekommen daher oft so wenig, dass ein Leben mit Hartz IV vorprogrammiert ist.“

Auf Fachleute vertrauen

Vor allem bei Versicherungen für Vorsorge und Existenzabsicherung empfiehlt Leibundgut, auf den Rat eines Experten zu vertrauen: „Unabhängige Versicherungsmakler kennen den Markt und können mit viel Fachwissen punkten – so finden sie für jeden die passende Police.“ Knapp zwei Drittel (62 %) der von forsa Befragten haben bereits einen persönlichen Ansprechpartner in Versicherungsfragen, gut ein Drittel der Teilnehmer (33 %) kümmert sich lieber selbst um den Versicherungsschutz. In der Altersgruppe der 18- bis 29-Jährigen vertraut nicht einmal die Hälfte (47 %) auf die Hilfe eines Fachmanns. 37 % managen alles selber und ganze 16 % beantworteten diese Frage mit „weiß nicht“ beziehungsweise „es kümmert sich jemand anderes darum“. Leibundgut verdeutlicht: „Konsumverzicht ist nicht schön, aber ein Leben in Altersarmut ist das ebenso wenig. Wichtig ist zu wissen, welches Risiko man eingeht, wenn dieses Thema ausgeblendet wird.“

[Pressegrafik_Wendepunkte_Welche Versicherung für wen](#)

Pressekontakt:

Media Relations

Telefon: +49 511 9020 - 54 30

E-Mail: media@swisslife.de

Internet: www.swisslife.de

Über Swiss Life

Swiss Life Deutschland ist ein führendes Finanzberatungs- und Versicherungsunternehmen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern und unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir ein Qualitätsanbieter im deutschen Markt.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privat- und Firmenkunden flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Berufsunfähigkeitsabsicherung, die betriebliche Altersvorsorge und moderne Garantiekonzepte. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklern, Mehrfachagenten, Finanzdienstleistern und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching b. München und beschäftigt einschließlich Tochtergesellschaften rund 700 Mitarbeiter.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und Proventus stehen für ganzheitliche und

individuelle Finanzberatung. Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit der Kunden engagieren sich deutschlandweit über 3.000 Berater. Hauptsitz für die Endkundenvertriebe ist Hannover mit rund 600 Mitarbeitern.

swisslife