

## Generation Y: Weniger Lust auf Altersvorsorge

**Sie gelten als technikaffin, gut ausgebildet und haben ihre ganz eigene Vorstellung vom Arbeitsleben. Aber das Thema Altersvorsorge scheint die Generation Y, also Menschen, die um das Jahr 2000 herum zu den Teenagern zählten, immer weniger zu interessieren. Obwohl Politiker und Medien zur privaten Absicherung im Alter mahnen, hat nur etwa jeder dritte 20- bis 29-Jährige Maßnahmen zur Altersvorsorge mit Versicherungsprodukten getroffen. Vor acht Jahren waren es in dieser Zielgruppe noch 46 Prozent. Dies zeigt die aktuelle Analyse, die mit dem TargetReport Assekuranz des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov erstellt wurde. Mit dem TargetReport sind jederzeit individuelle Zielgruppenuntersuchungen zu verschiedensten Themen möglich. Aber nicht nur Produkte zur Altersvorsorge werden heutzutage von der Generation Y weniger oft abgeschlossen, auch die Abschlüsse von Hausratversicherungen sind zurückgegangen. Waren es 2007 bei den 20- bis 29-Jährigen noch drei Fünftel, so ist es in der aktuellen Erhebung nur noch rund die Hälfte (49 Prozent). Die Abschlüsse von privaten Haftpflichtversicherungen konnten sich allerdings um zehn Prozentpunkte steigern und liegen nun bei den Jüngeren bei 72 Prozent. „Die Entwicklung im Bereich Sachversicherung zeigt, dass sich die jungen Leute rationalen Argumenten gegenüber grundsätzlich offen zeigen. Die private Haftpflichtversicherung ist extrem wichtig und sollte jeder abgeschlossen haben“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.**

Sie gelten als technikaffin, gut ausgebildet und haben ihre ganz eigene Vorstellung vom Arbeitsleben. Aber das Thema Altersvorsorge scheint die Generation Y, also Menschen, die um das Jahr 2000 herum zu den Teenagern zählten, immer weniger zu interessieren. Obwohl Politiker und Medien zur privaten Absicherung im Alter mahnen, hat nur etwa jeder dritte 20- bis 29-Jährige Maßnahmen zur Altersvorsorge mit Versicherungsprodukten getroffen. Vor acht Jahren waren es in dieser Zielgruppe noch 46 Prozent. Dies zeigt die aktuelle Analyse, die mit dem TargetReport Assekuranz des internationalen Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov erstellt wurde. Mit dem TargetReport sind jederzeit individuelle Zielgruppenuntersuchungen zu verschiedensten Themen möglich.

Aber nicht nur Produkte zur Altersvorsorge werden heutzutage von der Generation Y weniger oft abgeschlossen, auch die Abschlüsse von Hausratversicherungen sind zurückgegangen. Waren es 2007 bei den 20- bis 29-Jährigen noch drei Fünftel, so ist es in der aktuellen Erhebung nur noch rund die Hälfte (49 Prozent). Die Abschlüsse von privaten Haftpflichtversicherungen konnten sich allerdings um zehn Prozentpunkte steigern und liegen nun bei den Jüngeren bei 72 Prozent. „Die Entwicklung im Bereich Sachversicherung zeigt, dass sich die jungen Leute rationalen Argumenten gegenüber grundsätzlich offen zeigen. Die private Haftpflichtversicherung ist extrem wichtig und sollte jeder abgeschlossen haben“, weiß Dr. Oliver Gaedeke, Vorstand und Leiter der Finanzmarktforschung bei YouGov.

Bei Betrachtung der tatsächlichen Vertriebskanäle von Versicherungen nimmt das Internet bei den Jüngeren deutlich als Abschlusskanal zu. Aktuell gibt rund ein Fünftel der Befragten (21 Prozent) an, eine Versicherung über das Internet abgeschlossen zu haben. Vor einigen Jahren waren es lediglich acht Prozent. Dennoch fehlt den meisten Jüngeren die Versicherungskompetenz, so dass der Abschluss im Büro oder der Geschäftsstelle eines Versicherers mit 58 Prozent an erster Stelle liegt – und in den vergangenen Jahren deutlich zulegen konnte. Es folgt der Abschluss mit dem Vertreter zu Hause (43 Prozent). Dieser ist in den letzten Jahren bei den Jüngeren jedoch als tatsächlicher Abschlussweg deutlich zurückgegangen, wohingegen der Abschluss über den Makler leicht zugelegt hat.

„Wenn die Medienkompetenz in das Alter der Mittdreißiger hineinschwappt, kann das Internet als Abschlusskanal exponentiell nach oben schießen. Die zunehmend komplexeren Versicherungsprodukte, sowie die Omnikanal-Betreuung machen den Außendienst aber weiterhin unersetzbar“, sagt Dr. Gaedeke.

Insgesamt liefert der aktuelle TargetReport Assekuranz Generation Y wichtige Informationen zur Produktausstattung der jungen Versicherungskunden sowie zum Verhalten beim Versicherungswechsel und Neuabschluss. Neben dem Report zur Generation Y lassen sich mit dem [TargetReport Assekuranz](#) aber auch zahlreiche weitere individuelle Zielgruppenanalysen über den privaten Versicherungsmarkt in Deutschland durchführen. Das Tool eignet sich besonders für Marketing- und Vertriebsleiter, die damit Zielgruppenkonzepte für verschiedene Informations- und Vertriebspunkte schnell und effizient überprüfen können.

Für die Studie wurden über 80.000 Versicherungs(mit)entscheider in den Jahren 2006-2014 befragt. Für die hier vorgestellte Zielgruppe der jungen Versicherungskunden sind rund 7.000 Personen in dem oben genannten Zeitraum befragt worden.

**Pressekontakt:**

Nikolas Buckstegen  
- Manager PR -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 444  
E-Mail: [presse@yougov.de](mailto:presse@yougov.de)

**Kontakt zur Studienleitung:**

Christoph Müller  
- Senior Consultant -  
Telefon: 0221 / 420 61 - 328  
E-Mail: [christoph.mueller@yougov.de](mailto:christoph.mueller@yougov.de)

**Unternehmen:**

YouGov Deutschland AG  
Gustav - Heinemann - Ufer 72  
50968 Köln

Internet: [www.yougov.de](http://www.yougov.de)

**Über YouGov:**

YouGov ist ein weltweites Marktforschungs- und Beratungsinstitut. Im Jahr 2000 in London gegründet, ist YouGov mittlerweile mit mehr als 20 Standorten in Europa, den USA, im Nahen Osten, Afrika und Asien vertreten. YouGov gilt als Pionier in der Online-Marktforschung und gehört nach Angaben der renommierten American Marketing Association zu den Top 25 Marktforschungsunternehmen der Welt.

