

AFPA-Studie: Best Ager, die vergessene Kundengeneration?

16. Oktober 2024

[Recht & Wissen](#)

AFPA, der unabhängige Branchenverband der selbständigen Versicherungsvermittler und Finanzberater Österreichs, hat erstmals die konkrete Versorgung von „Best Agern“ mit Versicherungen und Finanzdienstleistungen in Form einer österreichweiten Studie untersucht. Die Ergebnisse der Studie werden beim nächsten AFPA-Marktdialog am 24.10.2024 diskutiert.



AFPA-Studie: Best Ager, die vergessene Kundengeneration?

Altersbedingte Diskriminierungen sind einerseits ein gesellschaftspolitisches Problem, das es zu lösen gilt. Aber diese „Mangel-Versorgung“ älterer Personen wird immer stärker auch ein Branchen- und Haftungs-Problem, weil diese wachsende Zielgruppe kaum korrekt beraten und zumeist nicht (mehr) mit geeigneten Produkten versorgt werden kann. Doch gerade dies sehen wir als unsere Aufgabe an! Und es gilt natürlich auch Marktchancen für selbständige Berater und Vermittler zu nutzen.

Einige interessante Fakten zur Studie

AFPA hat ein Marktforschungsinstitut beauftragt, diesen Problembereich näher zu beleuchten. In 1.100 Interviews wurde die Kernzielgruppe – also Personen im Alter zwischen 55 und 75 Jahren – befragt. Das ausgewählte „sample“ ist repräsentativ für die österreichische Bevölkerung, mit Befragten aus allen Bundesländern. 60% waren bereits in Pension, aber 25,3% sind noch voll berufstätig, 8,6% teilzeitbeschäftigt, die restlichen 6% arbeitslos, in Umschulung, im Haushalt tätig etc. Hinsichtlich des Geschlechtes wurden 51,7% Frauen, 48,2% Männer und 0,1% Diverse befragt. 33,3% hatten Matura-Abschluss, 66,7% nicht.

Welche Erkenntnisse brachte nun die AFPA-Studie zur Senioren-Diskriminierung?

Im Versicherungsbereich zeigte sich eine sehr gute Versorgung mit „Standard-Versicherungen“. 91,8% besitzen eine Haushaltsversicherung, 80,2% Kfz-Haftpflicht, 75% Haftpflicht und 73,3% eine Rechtsschutz. Aber selbst in diesem Segment der „elementaren Versicherungsprodukte“ ist noch keine Sättigung gegeben und auch weiterhin Bedarf und Interesse abfragbar.

Problematisch ist, dass vor allem ein Bedürfnis nach Produkten besteht, die altersbedingt oft nur schwer (wegen versicherungsmathematischer Vorgaben) oder teuer angeboten werden: Eine Bestattungsversicherung haben 23% , aber 37,5% würden gerne eine abschließen. Bei der privaten Krankenversicherung sind es 32% bzw. 48,9%. Besonders dramatisch klafft das Loch bei der Pflegeversicherung: Nur 3,4 % haben eine, aber 29,7% würden gerne eine abschließen. Hier entsteht wohl – angesichts der alternden Bevölkerung – ein großes Problem für die Kranken und die Gesellschaft.

Auffallend ist weiters, dass über die Hälfte der Befragten ihr letztes Versicherungsprodukt „länger zurückliegend“ abgeschlossen hat. Über 21,9% geben an, dass dies sogar länger als zehn Jahre her sei. Logischerweise entsteht so eine große Lücke im abgeschlossenen Versicherungsschutz. Denn eventuell vorhandene Produkte können das Risiko nach so langer Zeit nicht mehr angemessen abdecken. Eine adäquate Risikoanalyse wäre an und für sich tourlich durchzuführen.

Die Gründe für die oben beschriebenen Fakten kann man aus folgenden Antworten erahnen:

- 67,3% stimmen der Aussage eher oder sehr zu, dass es zu wenig Versicherungsprodukte für Senioren gibt.
- 70,6% geben an, Senioren werden beim Abschluss von Versicherungen aufgrund ihres Alters (eher oder sehr) diskriminiert.
- 74,4% stimmen der Aussage eher oder sehr zu, dass Versicherungsangebote für Senioren ungeeignet oder zu teuer sind.

Persönliche Beratung

Positiv aus Sicht der Berater und Vermittler ist das deutlich erkennbare Bedürfnis nach maßgeschneiderten Produkten (97,1%) und persönlicher Beratung (92,6%). Der Online-Abschluss ist für diese Zielgruppe nur von untergeordneter Bedeutung (26,2%) und wird von einer überwiegenden Mehrheit abgelehnt. Als Grund nennen 76,6 % die Befürchtung, das „falsche“ Produkt abzuschließen.

Es werden nur Online-Vergleichsplattformen als hilfreich in der Entscheidungsfindung angesehen. Eine persönliche Beratung (81,6%) bzw. der Abschluss bei einem „Versicherungsvermittler, zu dem man ein langjähriges Vertrauensverhältnis habe“ (88,4%) wird weiterhin gewünscht bzw. gefordert.

Informationsquellen

Informationen werden eindeutig primär im persönlichen Kontakt eingeholt. Online spielt hierbei eine untergeordnete Rolle. Besonders soziale Medien und Online-Foren werden zur Informationsgewinnung von den Senioren fast nicht genutzt.

Auch staatliche digitale Angebote wie das „Digitale Amt“ werden von einer Mehrheit (59,1%) nur im geringen Umfang oder kaum genutzt. 36% nutzen weder ID-Austria, noch Handy-Signatur oder Bürgerkarte. Und ganz allgemein besteht die Befürchtung zukünftig das Recht auf ein analoges Leben zu verlieren. 58,5% fordern daher, das Recht auf ein analoges Leben soll langfristig sichergestellt und gesetzlich verankert werden.

AFPA-Marktdialog

Zu alt, zu analog für Geld? Wie Best Ager vom Zugang zu Krediten und Versicherungen zunehmend ausgegrenzt werden.

24. 10. 2024, 14:30 bis 17:00 Uhr: AFPA-Marktdialog Web-Zuschaltung via Teams auch für Nicht-Mitglieder

Weiterbildungszertifikat für gewerbliche Vermögensberatung, Versicherungsvermittlung und Angestellte von Versicherungen via Vermittlerakademie mit Lernerfolgskontrolle.

Am Podium vertreten sind:

- Mag.a Gabriele Zgubic (AK Wien, Leiterin Abteilung Konsumentenpolitik)
- Michael Herzhofer, BA MBA (GF Secura GmbH und AFPA-Obmann)
- Dr. Peter Kostelka (Präsident des Pensionistenverbandes Österreichs)
- Michael Miskarik (HDI Leben, Niederlassungsleiter Österreich)

Weitere Details samt Anmeldeformular zum kostenlosen AFPA-Marktdialog finden Sie [hier](#)

Im Anschluss treten die Expert*innen untereinander und mit den Anwesenden (live und via TEAMS in Dialog). Moderation: Claudia Schanza

Teilnehmende sind Vorstände und Geschäftsleitungen von Wertpapierunternehmen, Versicherungen, Finanzdienstleistungsunternehmen, Banken etc. Weiters Vertreter*innen von Konsumentenschutzorganisationen, Aufsichtsbehörden, Ministerien und Fachmedien. Für die Vor-Ort Teilnahme ist eine persönliche Einladung erforderlich. Der Marktdialog wird darüber hinaus auch Online übertragen und ist für jedermann kostenlos zugänglich.

Weiterbildungszertifikat inklusive.

Quelle: <https://www.asscompact.at/nachrichten/afpa-studie-best-ager-die-vergessene-kundengeneration>