

Finanzielle Ängste der Verbraucher belasten auch die Versicherer



Aktuelle Studie von HEUTE UND MORGEN untersucht finanzielle Ängste der Deutschen und deren Einfluss auf das Finanz- und Vorsorgeverhalten

Viele Bundesbürger sorgen sich um ihre finanzielle Zukunft – weit hinein bis in die Mitte der Gesellschaft. Besonders ausgeprägt sind Ängste, dass die Inflation die eigenen Ersparnisse auffrisst (66 Prozent), steigende Lebenshaltungskosten die finanzielle Stabilität gefährden (59 Prozent) und der erreichte Lebensstandard künftig sinken wird (49 Prozent). Frauen sind von diesen Ängsten noch stärker betroffen als Männer.

Die Verunsicherung bleibt nicht folgenlos: Sparen wird zur neuen Normalität und macht mittlerweile auch vor Versicherungsverträgen nicht mehr Halt. Die Kundenbeziehungen der Versicherer setzt dies zunehmend unter Druck; gleichzeitig bieten sich neue Chancen, da nach zusätzlicher Orientierung und Sicherheit gesucht wird.

Dies zeigt die aktuelle Studie «Angst und Finanzen – Risiken und Chancen für Versicherer in verunsicherten Zeiten» des Marktforschungs- und Beratungsinstituts HEUTE UND MORGEN. Über 1.000 bevölkerungsrepräsentativ quotierte Bundesbürger im Alter zwischen 18 und 70 Jahren wurden online zu ihren Zukunftsängsten, ihrem Finanz- und Vorsorgeverhalten sowie zum Umgang mit ihren Versicherungen befragt.

Sparen als Bewältigungsmechanismus

Fast zwei Drittel der Bundesbürger (63 Prozent) geben an, aktuell mehr als früher darauf zu achten, Geld zu sparen. Die wachsende Sparneigung zeigt sich durchgängig in allen Einkommensklassen (Haushaltsnettoeinkommen unter 2.000 EUR: 69 Prozent; 2.000 bis unter 4.000 EUR: 64 Prozent; über 4.000 EUR: 59 Prozent).

Sparen und Kaufzurückhaltung vermitteln – in Zeiten, die vom Erleben vielfältiger wirtschaftlicher, geopolitischer und ökologischer Krisen geprägt sind – das Gefühl, persönliche Kontrolle zurückzugewinnen.



Sparen auch bei Versicherungen kein Tabu mehr

Zuerst gespart wird meist bei Spenden und gemeinnützigen Beiträgen (64 Prozent), bei Mitgliedschaften (56 Prozent) sowie bei Genussausgaben wie Urlaub, Freizeitaktivitäten oder Restaurantbesuchen (38 bis 50 Prozent). Aber auch das Sparen im Versicherungsbereich ist längst kein Tabu mehr: Jeder fünfte Bundesbürger (19 Prozent) zählt die Kosten für Versicherungen mit zu den Top 3 der persönlichen Sparpotenziale. 16 Prozent planen in den kommenden Monaten konkrete Einsparungen bei ihren Versicherungsverträgen – sei es auf dem Wege von Kündigungen, Anbieterwechseln, Leistungsreduzierungen oder höheren Selbstbeteiligungen. Ein deutliches Warnsignal für die Versicherer.

Im Spartenvergleich am stärksten gefährdet sind aktuell Kfz-Versicherungen, Auslandsreiseversicherungen sowie Rechtsschutzversicherungen. Produktübergreifend gilt: Die traditionelle Sonderstellung von Versicherungen als „unantastbare Grundausgaben“ beginnt zu bröckeln. „Versicherungen werden verstärkt auf den Prüfstand oder sogar gänzlich in Frage gestellt“, sagt Dr. Michaela Brocke, Geschäftsführerin bei HEUTE UND MORGEN. „Gleichzeitig wachsen die Erwartungen der Kunden an die Flexibilität, Transparenz und den unmittelbaren Nutzen der Versicherungsprodukte.“

Unterschiedliche Strategien der Angstbewältigung

Sparen und Kaufzurückhaltung sind aber nicht die einzigen Bewältigungsstrategien in Zeiten steigender finanzieller Belastungen und Verunsicherungen. Zugleich suchen die Bundesbürger nach zusätzlicher Sicherheit und Stabilität. Während auf der einen Seite 19 Prozent der Versicherten ihre Selbstbeteiligungen bereits erhöht haben, um Kosten zu reduzieren, haben auf der anderen Seite 15 Prozent ihre Absicherungen zuletzt aufgestockt beziehungsweise ausgeweitet. Wieder andere reagieren auf finanzielle Risiken zunächst mit Verdrängung oder Gleichgültigkeit.

Diese gegensätzlichen und teils auch ambivalenten Kundenreaktionen verlangen von den Versicherern flexible, zielgruppen- und produktspezifische Ansprachen und Lösungsangebote.



Neue Positionierungschancen für Versicherer

Auch wenn finanzielle Ängste und Nöte die Kundenbeziehungen der Versicherer spürbar belasten, eröffnen sich auch neue Chancen. Dies gilt insbesondere für diejenigen Versicherer, die sich in der Kundenwahrnehmung vom reinen Leistungsregulierer zum verlässlichen und empathischen Begleiter in finanziell unsicheren Zeiten weiterentwickeln.

Dies setzt voraus, individuelle Sorgen, Bedürfnisse und Erfordernisse der Kunden zu verstehen, ernst zu nehmen und flexible, modulare und dynamische Lösungsangebote für unterschiedliche Lebenslagen bereitzustellen. So kann Vertrauen gestärkt, Orientierung statt nur Absicherung geboten und Abwanderungen proaktiv entgegengewirkt werden. Dies gelingt über Haltung und kundenorientierte Beziehungsgestaltung, nicht allein über Tarife.

Produktinnovationen und Produktflexibilisierung gefragt

Hohes Potenzial haben in der aktuell angespannten Lage zudem innovative Versicherungsprodukte. Hierzu zählt beispielsweise auch die Idee einer privaten Arbeitslosenversicherung. Immerhin 29 Prozent der berufstätigen Bundesbürger zeigen sich von einem solchen Angebot begeistert – vorausgesetzt sie nehmen eine faire Preisgestaltung wahr. Generell attraktiv für die Versicherungskunden sind zudem modulare und leicht anpassbare Produkte.

Fazit

„Ängste und Verunsicherungen erweisen sich als zentraler Taktgeber des aktuellen Finanz- und Vorsorgeverhaltens der Bundesbürger“, resümiert Mareen Wolf, Studienleiterin bei HEUTE UND MORGEN. „Versicherer haben es in finanziell verunsicherten Zeiten zumindest teilweise in der eigenen Hand, als Stabilitätsanker und Orientierungsgeber zu wirken. Es gilt, diese Herausforderung aktiv anzunehmen und im Austausch mit den Kunden konstruktive Lösungen zu entwickeln.“

Weitere Studieninformationen

Die komplette über 70-seitige Studie «Angst und Finanzen» ist direkt über HEUTE UND MORGEN

erhältlich (kostenpflichtig). Der Studienbericht enthält umfangreiche weitere Ergebnisse und praktische Handlungsempfehlungen für Versicherer – differenziert nach verschiedenen Zielgruppen, Produktparten und Handlungskontexten.

Zusätzliche Studieninfos und Bestellmöglichkeit: <https://heuteundmorgen.de/studien/finanzmarktrends/angst-und-finanzen/>