

Umfrage zur Altersvorsorge: Berater von Banken und Sparkassen verlieren an Vertrauen

„Vorsorge-Monitor 2013“: Unabhängige Berater, Internet und klassische Medien gewinnen dazu - Social Media spielt noch immer kaum eine Rolle. Bank- bzw. Sparkassenberater liegen noch immer an der Spitze der Informationsquellen der Bevölkerung zur Altersvorsorge (47%). Im Vergleich zum Vorjahr (2012: 51%) verlieren sie aber deutlich und liegen nun fast gleichauf mit Freunden und Bekannten (44%).

„Vorsorge-Monitor 2013“: Unabhängige Berater, Internet und klassische Medien gewinnen dazu - Social Media spielt noch immer kaum eine Rolle.

Bank- bzw. Sparkassenberater liegen noch immer an der Spitze der Informationsquellen der Bevölkerung zur Altersvorsorge (47%). Im Vergleich zum Vorjahr (2012: 51%) verlieren sie aber deutlich und liegen nun fast gleichauf mit Freunden und Bekannten (44%). Die Gewinner sind dagegen unabhängige Berater (38%), das Internet (30%) und die klassischen Medien (19%). Das sind die zentralen Ergebnisse der repräsentativen Umfrage „Vorsorge-Monitor 2013“, durchgeführt von der GfK Marktforschung im Auftrag der Heidelberger Lebensversicherung AG.

Das Internet als Informationsquelle zur Altersvorsorge gewinnt weiter an Bedeutung (30%). Besonders junge und gut gebildete Menschen informieren sich im Internet: Die Hälfte der Personen zwischen 20 und 39 nutzt das Internet zur Information über Altersvorsorge (50%). Knapp die Hälfte (45%) der Personen mit Abitur oder höherem Abschluss informiert sich ebenfalls im Internet.

„Die stetig wachsende Bedeutung des Internets als Erst-Informationsquelle ist offensichtlich und unbestritten“, so Thomas Klein, Head of Marketing & Sales bei der Heidelberger Leben. „Für die Entscheidung über Art und Ausprägung der eigenen Altersvorsorge ist aber weiterhin das Gespräch mit einem qualifizierten Berater unerlässlich.“

Auch Social Media (Communities, Foren, Blogs) gewinnt dazu. Es spielt aber als Informationsquelle zur Altersvorsorge sowohl bei der Gesamtbevölkerung (5%) wie auch bei den 20-29-Jährigen (14%) keine wichtige Rolle.

Versicherungsvertreter verlieren weiter in der Gunst der Befragten (33%). Nur Beamte wenden sich noch häufiger an den Vertreter einer Versicherung (47%), um sich über Altersvorsorge zu informieren. Ein Drittel informiert sich bei Verwandten über Altersvorsorge (32%), ein Fünftel in den klassischen Medien wie Zeitungen, TV oder Radio (19%).

Für diese repräsentative Umfrage wurden im Mai 2013 1.962 Bürger von der GfK Marktforschung befragt.

vorsorgemonitor

Pressekontakt:

Irene Meier

Telefon: 06221 / 872 2113

Fax: 06221 / 872 2934

E-Mail: irene.meier@heidelberger-leben.de

Unternehmen:

Heidelberger Lebensversicherung AG

Forum 7

69126 Heidelberg, Deutschland

Internet: www.heidelberger-leben.de

Über die Heidelberger Lebensversicherung AG

Die Heidelberger Lebensversicherung AG ist Experte für Lösungen zur Alters- und Risikoversorge und gehört zu den fünf größten Anbietern für fondsgebundene Lebens- und Rentenversicherungen auf dem deutschen Markt (Jahr 2011, Quelle: Map-Fax 5/2013). Das Unternehmen wurde 1991 gegründet und verwaltet mit seinen knapp 300 Mitarbeitern derzeit ein Vermögen in Höhe von 5,2 Milliarden Euro. Im Geschäftsjahr 2012 erwirtschaftete die Gesellschaft einen Jahresüberschuss von 28,0 Millionen Euro. Rund 300.000 Kunden vertrauen der Heidelberger Leben insgesamt zirka 600.000 Versicherungsverträge an.

