

Das Versicherungsleben der „Best Ager“

25.10.2024 – Die Altersgruppe der 55- bis 75-Jährigen legte beim Versicherungskauf vor allem auf maßgeschneiderte Produkte und persönliche Beratung Wert, zeigt eine **aktuelle Umfrage**. Onlineabschlüsse hat erst ein Fünftel getätigt, die Mehrheit lehnt diesen Vertriebsweg rundweg ab. Wenn Versicherungen vorhanden sind, dann sind es tendenziell eher Sach- als Personenversicherungen.

Der [Verband der österreichischen Finanz- und Versicherungsprofessionisten](#) (Afpa) hat für 2024/25 einen Fokus auf das Thema „Altersdiskriminierung“ im Zusammenhang mit Finanzen und Versicherungen gesetzt (VersicherungsJournal [14.5.2024](#)).

Vor diesem Hintergrund hat [Marketagent](#) im Juni österreichweit 1.100 „Best Ager“ – definiert als Angehörige der Altersgruppe von 55 bis 75 Jahren – für die Afpa befragt. Beim „Afpa-Marktdialog“ (lesen Sie dazu auch den Artikel [„Im Alter versichert: Vom Unisex- zum Uniage-Tarif?“](#)) am Donnerstag hat der frühere Afpa-Obmann Johannes Muschik Ergebnisse der Umfrage vorgestellt.

Vorweg: 60,0 Prozent der Teilnehmer waren zum Zeitpunkt der Befragung bereits in Pension, 25,3 Prozent voll berufstätig, 8,6 Prozent in Teilzeit tätig. Die übrigen Teilnehmer waren im Wesentlichen auf Arbeitssuche, im Haushalt tätig oder geringfügig beschäftigt.

Ältere sehen sich bei Kreditvergaben im Nachteil

92,2 Prozent gaben an, Berufstätigen falle die Aufnahme eines Kredits leichter als Senioren.

Als potenzielle Gründe für eine Finanzierung im Alter nannten 35,4 Prozent die Sanierung, Renovierung oder den Umbau einer bestehenden Immobilie, 20,5 Prozent den Kauf einer neuen. Ähnliche viele nannten unter anderem den Kauf eines Autos (18,5 Prozent).

Eher sach- als „personenversichert“

Was bei den Ergebnissen in puncto Versicherungen auffiel: Nichtlebensversicherungen sind häufiger anzutreffen als Personenversicherungen. Beispielsweise gaben 91,8 Prozent an, eine Haushalts-, 73,3 Prozent eine Rechtsschutzversicherung zu haben. Auch Kfz-Haftpflicht (80,3) und Haftpflichtversicherung (75,0) kommen auf hohe Werte.

Eine private Krankenversicherung haben dagegen nur 32,0 Prozent, eine Pensionsversicherung 23,7 Prozent, eine Pflegeversicherung gerade einmal 3,4 Prozent. Vergleichsweise viele (62,5 Prozent) gaben an, privat unfallversichert zu sein.

In einzelnen Sparten gaben auffällig viele an, an diesen auch gar kein Interesse zu haben: 70,3 Prozent interessieren sich nicht für eine Pflegeversicherung, 68,1 Prozent nicht für eine Pensionsversicherung, 51,1 Prozent nicht für eine Krankenversicherung.

Immerhin 26,4 Prozent hätten aber gerne eine Pflegeversicherung, 16,9 Prozent eine Krankenversicherung, 8,2 Prozent eine Pensionsversicherung.

Mehr als die Hälfte nicht an Onlineabschlüssen interessiert

Erfahrung mit Online-Versicherungsabschlüssen hat in dieser Altersgruppe bislang ein Fünftel: 18,5 Prozent haben bereits im Internet abgeschlossen und würden es auch wieder tun. Weitere 1,2 Prozent haben dies ebenfalls schon getan, würden es aber in Zukunft nicht mehr tun.

23,5 Prozent haben zwar noch nicht online Deckung eingekauft, können es sich aber vorstellen. Die Mehrheit (56,7 Prozent) hat noch nicht – und will auch nicht.

Mehrheit für ein „Recht auf ein analoges Leben“

Dazu passend, wurde nach der Meinung zu einem „Recht auf ein analoges Leben“ gefragt. Ein solches stößt überwiegend auf Zustimmung: 58,5 Prozent stellen sich hinter die Aussage, dass ein solches Recht langfristig sichergestellt und gesetzlich verankert werden müsse.

13,7 Prozent sind dagegen Digitalpuristen: Sie finden es in Ordnung, wenn bestimmte Dienste nur noch digital angeboten werden, weil sich die Digitalisierung nicht aufhalten lasse und damit auch Vorteile verbunden seien.

27,8 Prozent meinten: Digital ja, aber es soll eine „Übergangszeit“ geben, in der Dienste parallel auch noch „analog“ zur Verfügung stehen.

Information vorwiegend direkt vom Versicherer oder Vermittler

Wo informieren sich die Best Ager, wenn sie eine neue Versicherung abschließen wollen? Hauptinformationsquelle ist für 52,1 Prozent unmittelbar das Versicherungsunternehmen, für 41,2 Prozent ein Versicherungsmakler oder -agent.

28,9 Prozent zapfen ihr persönliches Umfeld – Familie, Freunde, Bekannte – an. Ein Viertel (24,1 Prozent) steuert Vergleichsplattformen an. Auf den Websites der Versicherer informieren sich 17,6 Prozent, ähnliche viele (16,9 Prozent) begeben sich auf „allgemeine“ Internet-Recherche.

Eher klein ist der Anteil derer, die die Bank als Informationsquelle angeben (12,6 Prozent). Schwach schneiden Fachzeitschriften (2,9 Prozent) und soziale Medien und Online-Foren (1,8 Prozent) ab.

„Maßschneiderei“ und persönliche Beratung wichtige Abschlusskriterien

Was ist den Befragten beim Abschluss einer Versicherung wichtig? In erster Linie, ein „maßgeschneidertes Produkt“ zu bekommen, das die persönlichen Bedürfnisse trifft. Auf einer Skala von 1 (sehr wichtig) bis 4 (überhaupt nicht wichtig) erzielte dieses Kriterium einen Mittelwert von 1,4.

Auf einen Mittelwert von 1,4 kam auch die „persönliche Beratung“, gefolgt von einem „großen Leistungsumfang“ (1,5), einem „langjährigen Vertrauensverhältnis“ zur Kontaktperson (1,6) und einem „günstigen Produkt“ (1,7).

Nicht ganz so wichtig ist, dass es sich um eine bekannte Versicherung handelt (2,0), auch der Empfehlung aus dem persönlichen Umfeld wird nur eher „mittlerer“ Stellenwert eingeräumt (2,2). Obwohl persönliche Beratung viel zählt, kommt die „Empfehlung des Versicherungsvermittlers, Bankberaters etc.“ nur auf 2,3 Punkte.

Entsprechend der verbreiteten Reserviertheit gegenüber dem Onlineabschluss erreicht das Kriterium, dass ein Produkt auf diesem Weg gekauft werden kann, nur einen Mittelwert von 3,0.

[Emanuel Lampert](#)

Quelle: <https://www.versicherungsjournal.at/versicherungen-und-finanzen/das-versicherungsleben-der-best-ager-24013.php>