

## VORSORGEN MIT VERSICHERUNGEN

## Die Anbieter schlafen noch



**Willy Graf**

Nur wenige junge Menschen wissen über die Notwendigkeit, frühzeitig eigene Vorsorge-Initiativen zu entwickeln und selber nach einfachen und kostentransparenten Produkten Ausschau zu halten. Es gibt wenig Anreize für junge Leute, sich frühzeitig mit der eigenen Vorsorge zu befassen. Andere Ziele liegen näher: Familie gründen, Hausbau, Karriere machen. Die Vorsorge überlässt man beim Einstieg ins Berufsleben getrost dem Staat und dem Unternehmen. Dafür gibt es ja AHV und BVG. Betrachtet man aber die nachweislich schwierige demografische Entwicklung in allen westlichen Nationen, begreift man rasch, dass gerade in diesen Jahren die meisten Menschen die Grundlagen für ihr sorgenfreies Alter legen müssten. Hier liegt für Produktanbieter wie Berater ein riesiges Geschäftspotenzial.

#### Interesse muss geweckt werden

Obwohl diesem Thema in den etablierten Medien grundsätzlich genügend Platz eingeräumt wird, be-

**Willy Graf**, lic.iur. HSG, Gründungsdozent am IfFP im Fach Finanzplanung, Inhaber der VVK Vorsorge- und Vermögenskonzepte AG, Teufen. Der FPVS hat den Artikel nicht auf die fachliche Richtigkeit überprüft. Diese liegt beim Autor.

Wer einigermaßen den Überblick über die Versicherungsprodukte für junge Menschen besitzt, weiss, dass günstige und attraktive Vorsorgeprodukte für diese rar sind. Andererseits weiss man auch, dass das Interesse dieser Zielgruppe an der Vorsorge klein ist. Das ist aber auch eine Chance – wenn sie denn genutzt wird.

#### WILLY GRAF

fassen sich die Lieblingsmedien der Zielgruppe nur selten damit. Die Landschaft der «20 Minuten-Medien» und das Internet thematisieren Vorsorge kaum. Geht man noch einen Schritt weiter, dann stellt man fest, dass auch in den Schulen diese Themen nur am Rande in die Lehrpläne eingebaut sind. Der Durchschnittsbürger betritt das Erwerbsleben ohne grosses Vorsorge-Bewusstsein. Die Banken haben es für ihre Angebote leichter. Da praktisch jeder auch in jungen Jahren über ein Bankkonto verfügt, ist hier der Hinweis auf ein Vorsorgeprodukt eher platzierbar. Versicherungen müssen sich erst Zugang verschaffen. Das geschieht meist zusammen mit dem Auftauchen der ersten Risiken, z.B. Motorfahrzeug- oder Hausratsdeckung. Zu diesem Zeitpunkt ist das Säule-3a-

Konto bei der Bank jedoch meist schon abgeschlossen.

#### Neue Ideen nötig

Die Versicherungen sind in diesem Segment gefordert. Einfache und transparente Produkte müssen die Kunden bereits in jungen Jahren überzeugen. Darin muss transportiert werden, dass die Vorsorge mit stabilen und garantierten Versicherungsprodukten, die sich sogar zugunsten des Kunden noch positiv entwickeln können (wobei sich die Gesellschaften hier endlich von den undurchschaubaren Boni-Systemen lösen müssen) attraktiver als mit Bankprodukten gestaltet werden kann. Die Flexibilität der vertraglich gebundenen Produkte im Falle einer Scheidung oder der Absicherung eines Lebensabschnittspartners muss verbessert werden. Dies gilt auch für die «Bestrafung» der Frauen bei einer Babypause. Wer

noch weiter sucht, findet auch Verbesserungsansätze in der Behandlung von Karrieresprüngen oder bei einer Arbeitslosigkeit des Versicherten. Es gibt viele Ansatzmöglichkeiten, das Vorsorgeangebot breiter, verständlicher und flexibler zu gestalten, um es für junge Menschen attraktiver zu machen.

Die Internetgeneration kennt die Mittel, wie man Gebührenvergleiche anstellt. Die bestehende undurchsichtige Aufteilung der Kosten in Verwaltung, Vertrieb, Risiko und Sparen ist ein Relikt vergangener Tage. Kostentransparenz wird zum Muss für alle Anbieter. Der Kunde will wissen, wie viel er für sich selber spart und wie viel er für die Gesellschaft ausgibt, wobei ihm die interne Aufteilung dieser Kosten egal ist. Viele Gesellschaften sind hier noch nicht in der Gegenwart angekommen.

#### Aufwachen!

Ein unglaublich grosses Kundensegment liegt brach. Vieles wird auf den bewährten Schienen aufgleist und die Branche bemerkt nicht, dass diese in den nächsten Jahren ins Leere führen. Der interessierte unabhängige Berater findet im benachbarten Ausland erste Produkte, die auf die Bedürfnisse der jungen Generation ausgerichtet sind. Wir sind gespannt, wann die einheimischen Anbieter dieses Segment mit seiner speziellen Aufgabenstellung wahrnehmen werden. ■