

# bankassurance + allfinanz

## Bauspar-Potenzial bei den „Mittelalten“

Bauspar-Werbung, die sich gezielt an junge Leute richtet und ihnen das Familienglück im Eigenheim zeigt, lässt eine nicht unbeträchtliche Zielgruppe außer acht: Nämlich die Gruppe der 49- bis 57-Jährigen. In keiner Altersgruppe ist der Anteil der Bausparer und Interessenten so hoch wie in diesem Segment (57 Prozent), so eine Studie der Signal Iduna Bauspar AG, Hamburg. Denn in dieser Lebensphase liegt der Eigenheimerwerb oft bereits so weit zurück, dass umfangreichere Instandhaltungsarbeiten finanziert werden müssen, wofür Bausparkassen gefragte Anbieter sind.

## Fällige Lebensversicherung: Neuanlage zur Hälfte in Fonds

Für die Wiederanlage fällig gewordener Lebensversicherungen steht die Sicherheit an erster Stelle. 95 Prozent der Investoren zwischen 30 und 44 Jahren legen bei der Wahl eines geeigneten Produkts großen Wert auf geringes Risiko. Bei den 45-59-

Jährigen sind es 87 Prozent. Zu diesen Ergebnissen kommt eine repräsentative Forsa-Umfrage der Conrad Hinrich Donner Bank.

Die Lebensversicherung als Wiederanlageform lehnen 52 Prozent der Befragten ab – der langen Bindung des Kapitals wegen. Mehr als die Hälfte entscheidet sich deshalb für Fonds. Unter den Frauen sind dies aber nur 40 Prozent.

## Altersvorsorge: Immobilie verliert an Beliebtheit

Im Wettbewerb der Anlageformen für die private Altersvorsorge belegte das selbstgenutzte Wohneigentum aus Sicht der Deutschen stets den ersten Platz. Diesen behauptet es zwar auch weiterhin. Einer Studie des britischen Finanzdienstleisters Clerical Medical zufolge hat die Immobilie im November 2006 aber erstmals an Zuspitzen verloren (minus vier Prozentpunkte im Vergleich zum Juni 2006). Bundesweit wird sie von 34 Prozent der Befragten an erster Stelle genannt, in Ostdeutschland allerdings nur von 23 Prozent.

Auf Platz zwei folgt mittlerweile die betriebliche Altersvorsorge dicht auf, wiederum im Osten deutlich weniger geschätzt als im Westen (Unterschied von neun Prozentpunkten).

Generell stoßen die Vertriebsbemühungen der Finanzdienstleister im Osten auf den stärksten Widerstand. Fast jeder Zweite dort ist so verunsichert, dass er seine Entscheidung über Vorsorgemaßnahmen zurückstellt (plus 13 Prozentpunkte gegenüber Juni 2006).

## Wenig Zahlungsbereitschaft für Assistance-Leistungen

Immer häufiger bieten Versicherungen Policen an, die im Leistungsfall Sachleistungen statt bloßer Zahlungen anbieten. Vom Kunden werden derartige Produkte durchaus akzeptiert, so eine Studie des Kölner Marktforschungsunternehmens Psychonomics AG. Rund jeder zweite Kunde traut den Versicherungen die qualifizierte Bereitstellung „versicherungsfremder“ Unterstützungsleistungen zu.

Vor allem gilt das für die Suche nach spezialisierten Fachanwälten (54 Prozent), die Werkstattsuche nach einer Autopanne (53 Prozent) oder den Krankenrücktransport aus dem Ausland (52 Prozent). Die Suche nach Umzugsunternehmen oder einen Hol- und Bring-Service bei TÜV-Vorfürungen kommen mit zwölf beziehungsweise 13 Prozent Zustimmung dagegen nur wenig an.

Allerdings: Höhere Prämien für Policen mit Assistance-Leistungen zu zahlen sind die Kunden überwiegend nicht bereit. Am ehesten besteht Zahlungsbereitschaft für Leistungen, die eine gewisse Fachkompetenz verlangen, wie etwa die gezielte Suche nach Fachanwälten oder Spezialkliniken.

## Welche Formen der Altersvorsorge sich aus Verbrauchersicht durchsetzen werden

