

Hannover, 09.07.2019

Altersvorsorge in Deutschland: Frauen sorgen früher vor

- **Daten der Swiss Life-Vertriebe zeigen: Frauen sorgen seltener für ihre Zukunft vor als Männer**
- **Aber: Frauen beginnen früher mit der Altersvorsorge als vor zehn Jahren**

Egal, ob es sich um eine betriebliche Altersvorsorge, eine private Rentenversicherung, eine Einkommenssicherung handelt, oder ob es um ein Investment geht, Frauen sorgen seltener für ihre Zukunft vor als Männer. Das geht aus einer aktuellen Auswertung hervor, für die Swiss Life die Daten ihrer rund 1,2 Millionen Finanzberatungskunden in Deutschland zugrunde gelegt hat.

Während 30 Prozent der Kundinnen ihre Arbeitskraft über eine Versicherungslösung absichern, tun dies 36 Prozent der männlichen Kunden. Bei Investmentprodukten beträgt die Differenz zwischen den Geschlechtern drei Prozentpunkte. Bei der privaten Rentenversicherung hingegen lediglich einen Prozentpunkt. Eine Ausnahme von der Regel gibt es: Frauen riestern häufiger als Männer. Diese Trends gelten unabhängig davon, ob sich Frauen und Männer in einem angestellten, selbstständigen oder in gar keinem Arbeitsverhältnis befinden.

„Die Rente ist ein Spiegel des Arbeitslebens. Frauen haben oft längere Pausen in ihren Erwerbsbiografien, gehen häufiger Teilzeitbeschäftigungen nach und verdienen oft weniger als Männer. Umso wichtiger ist eine private Vorsorge. Leider bestätigen unsere Daten, dass Frauen immer noch seltener vorsorgen als Männer“, sagt Jörg Arnold, CEO von Swiss Life Deutschland.

Frauen werden jünger in Sachen Altersvorsorge

Der Blick in die Daten-Historie zeigt jedoch eine erfreuliche Entwicklung. Lag das Durchschnittsalter der weiblichen Kunden im Jahr 2009 beim Abschluss eines Altersvorsorgeproduktes noch bei 34 Jahren, schlossen die Kundinnen zehn Jahre später diese Produkte im Alter von 31,5 Jahren wesentlich früher ab. Die größte Veränderung zeigt sich bei der privaten Rentenversicherung. Während das Durchschnittsalter 2009 bei 37

Jahren lag, entschieden sich Frauen 2018 bereits im Alter von durchschnittlich 32 Jahren für diese Form der Vorsorge. Auch bei Investments ist dieser Trend zu beobachten: Kundinnen setzten 2018 drei Jahre früher auf Aktien als Teil ihrer Anlagestrategie als zehn Jahre davor.

„Wenngleich Frauen immer noch seltener für die Zukunft vorsorgen als Männer, nehmen Sie heute das Zepter für ein selbstbestimmtes Leben früher in die Hand. Das ist eine gute Botschaft, denn gerade in jungen Jahren wird der Grundstock für finanzielle Unabhängigkeit gelegt“, kommentiert Arnold.

Grund dafür kann sein, dass Menschen mittlerweile stärker bewusst wird, früh privat vorzusorgen. Das Ziel der Swiss Life-Vertriebe ist es, insbesondere junge Menschen auf die Wichtigkeit der Vorsorge hinzuweisen. „Das Durchschnittsalter unserer Finanzberater liegt bei 35 Jahren. Unsere Berater sind damit im Schnitt zwanzig Jahre jünger als der Branchendurchschnitt. So können wir uns noch besser in die individuelle Lebenssituation von jüngeren Menschen hineinversetzen“, berichtet Arnold. Im gesamten vergangenen Jahr hat Swiss Life rund 80.000 Neukunden gewinnen können, viele von ihnen zählen zur Generation der Millennials. „Das zeigt uns, dass junge Menschen auch in Zeiten der Digitalisierung Wert auf eine persönliche Finanzberatung legen und sehr wohl für Themen wie Altersvorsorge zu begeistern sind“, so Arnold weiter.

Bei Immobilien und Einkommenssicherung sorgen Frauen früher vor als Männer

Zwar sind Kundinnen bei Abschluss von vielen Vorsorgeprodukten immer noch im Schnitt jeweils etwa ein halbes bis ein Jahr älter als männliche Kunden, aber sie haben sich in drei Kategorien kleine Vorsprünge verschafft: Frauen erwerben eine Immobilie als Kapitalanlage im Durchschnitt mit 36,4 Jahren, während Männer eine Investition erst mit 37,1 Jahren tätigen. Auch bei Versicherungen rund um die Einkommenssicherung sind Frauen etwas früher dran (30,7 Jahre/31,1 Jahre). Beim Bausparen fällt der Altersunterschied mit 0,4 Jahren zu Gunsten der Frauen aus.

Der Vorsorge-Report basiert auf dem Vorsorgeverhalten der insgesamt 1,2 Millionen Privatkunden, die von den zu Swiss Life Deutschland gehörenden Finanzvertrieben Swiss Life Select, tecis, HORBACH und Proventus beraten werden. Die Finanzberatung verfolgt eine ganzheitliche Kundenberatung nach dem sogenannten Best-Select-Prinzip. Demnach erhalten Verbraucher von ihrem persönlichen Finanzberater je nach individueller Lebenslage eine bedarfsgerechte Vorsorgestrategie auf Basis von über 250 Produktpartnern in den Bereichen Versicherung, Investment und Vorsorge.

Medienkontakt

Swiss Life Deutschland
Unternehmenskommunikation
Tel.: +49 511 9020 - 54 30
Fax: +49 511 9020 - 53 30
E-Mail: medien@swisslife.de
www.swisslife.de
www.twitter.com/swisslife_de
www.facebook.com/SwissLifeDeutschland
www.youtube.com/c/SwissLifeDe

Über Swiss Life Deutschland

Swiss Life Deutschland ist ein führender Anbieter von Finanz- und Vorsorgelösungen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern sowie unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir ein Qualitätsanbieter im deutschen Markt.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privat- und Firmenkunden flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Arbeitskraftabsicherung, die betriebliche Altersversorgung und moderne Garantiekonzepte. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklern, Mehrfachagenten, Finanzdienstleistern und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching bei München und beschäftigt einschließlich Tochtergesellschaften rund 950 Mitarbeiter.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und Proventus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit der Kunden engagieren sich deutschlandweit rund 3.800 Berater. Mit der Vertriebs-Serviceplattform Swiss Compare entlastet Swiss Life Deutschland kleine und mittlere Finanzvertriebe und hilft ihnen dabei, sich unter ihrer bestehenden Marke zukunftssicher aufzustellen und sich auf die Kundenberatung zu konzentrieren. Hauptsitz für die Finanzberatungsunternehmen mit rund 850 Mitarbeitern ist Hannover.