



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Pressemitteilung

Junge Erwachsene: trotz unzureichender Altersabsicherung geringes Interesse am Thema



Esslingen am Neckar, 03. April 2014 – 73 Prozent der Zielgruppe Junge Erwachsene fühlen sich für das Alter nicht ausreichend abgesichert. Insofern überrascht das geringe Interesse an Altersvorsorgeprodukten. HUK24 und R+V schöpfen ihr Potenzial in der Zielgruppe überproportional gut aus.

Rund 5,5 Millionen Menschen zwischen 18 und 29 Jahren sind berufstätig und verfügen über ein eigenes Einkommen. 56 Prozent der Zielgruppe Junge Erwachsene sind männlich und mehr als drei Viertel sind in Vollzeit angestellt. Zwei von drei jungen Erwachsenen haben ein persönliches Nettoeinkommen zwischen 1.000 und 2.000 Euro.

73 Prozent der Zielgruppe fühlen sich für das Alter nicht ausreichend abgesichert. In der Gesamtbevölkerung liegt der Vergleichswert mit 52 Prozent deutlich darunter. Dies zeigt enormes Potenzial für den Absatz von Altersvorsorge-Produkten. Überraschend ist, dass die Zielgruppe kein deutlich verstärktes Interesse an Altersvorsorgeprodukten aufweist.

In der Zielgruppe schöpfen HUK24 und die R+V Versicherung ihr Potenzial überproportional gut aus. Der HDI hat den vergleichsweise höchsten Anteil an weiblichen Kunden und an Versicherungsnehmern, die in Großstädten leben.

Eine private Haftpflichtversicherung besitzen 47 Prozent der jungen Erwachsenen. Dies ist somit das meistverkaufte Versicherungsprodukt in der Zielgruppe. Das größte Potenzial besteht noch bei Versicherungen für Gebäude, Hausrat, Rechtsschutz, Pflege und bei Lebensversicherungen. Überdies liegt die Abdeckung durch Private Krankenzusatzversicherungen bei jungen Erwachsenen besonders im stationären Bereich weit unter dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung. Insgesamt gesehen haben die Frauen der Zielgruppe vergleichsweise hohe Anteile bei der Privaten Renten- und der Privaten Pflegeversicherung.



research tools

Marktforschung
für Innovation und Handlungssicherheit

Über die Studie:

Die Studie „Versicherungs-Zielgruppe Junge Erwachsene 2014“ von *research tools* gibt auf 89 Seiten Einblick in das Versicherungsverhalten der Zielgruppe. Basis sind 2.354 Interviews mit bevölkerungsrepräsentativ ausgewählten berufstätigen Personen, die zwischen 18 und 29 Jahre alt sind und über ein eigenes Einkommen verfügen. Neben Anteile der Versicherungsgesellschaften und Nutzung der Versicherungsprodukte wird auch das Kundenverhalten und das Freizeit- bzw. Medienverhalten der Zielgruppe analysiert.

Über research tools:

Die Marktforschungsberatungsgesellschaft *research tools* mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, marketingorientierte Marktforschung. Ein Fokus liegt auf der Analyse unternehmerischer Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen: www.research-tools.net

Pressekontakt:

Uwe Matzner
research tools
Wäldenbronner Straße 2
73732 Esslingen am Neckar
Tel. +49 (0)711 - 55090381
Fax +49 (0)711 - 55090384
uwe.matzner@research-tools.net