

Wenn aus der Kaffeefahrt ein Mondflug wird

27.04.2010, 12:59 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *forschungplus*



München, 27. April 2010 - Auch die Studierenden von heute werden irgendwann zu Rentnern. Warum sich Versicherungsanbieter schon jetzt um die Pensionäre der Zukunft bemühen sollten, verraten die Ergebnisse einer Befragung von *forschungplus*.

Ein Blick in die Zukunft: Im Jahr 2050 beginnt für Max, 65, das Rentnerdasein – nicht etwa mit einer Kaffeefahrt in die Lüneburger Heide, sondern mit einem Kurztrip zum Mond.

In vierzig Jahren sind die Alters-Lebenskonzepte von heute überholt. Ruheständler werden sich künftig viel später um betreutes Wohnen, einen Pflegeheimplatz oder ein Zimmer in einer Alten-WG bemühen. Dank medizinischer Innovationen bleiben Senioren bis ins hohe Alter fit und gesund. Der Lebensabend dauert länger und will mit kurzweiligen Aktivitäten verbracht werden.

Wer heute jung ist, sollte die Sicherung des Lebensstandards und der guten medizinischen Versorgung in allen Lebensphasen – von der Studienzeit über die Familiengründung bis hin zum Ruhestand – nicht auf die lange Bank schieben. Wenn Max sich früh versichert, zahlt er niedrige Beitragssätze und kann sich neben der Basisabsicherung mehr Zusatzleistungen gönnen. Durch die Investition in sinnvolle Altersvorsorgekonzepte kann er sich im Rentenalter Träume erfüllen – vielleicht sogar einen Ausflug ins All.

Auch die befragten Studierenden haben Träume, die sie in den folgenden Jahrzehnten verwirklichen wollen. Wie sie ihre Zukunft generell absichern können, wissen jedoch die wenigsten: Über 80 % sind sich unsicher darüber, zu welchem Zeitpunkt sie welche Versicherung abschließen sollten. Mehr als drei Viertel der jungen Akademiker wissen nicht, welche Versicherungen für Studierende und Absolventen notwendig sind und auf welche sie getrost verzichten können. Besonders in den Bereichen Krankenversicherung und Altersvorsorge sind junge Wissenschaftler nicht gut informiert – und könnten durch interessante Angebote als Kunden gewonnen werden.

Von den befragten Studierenden wissen 71 % fast nichts über sinnvolle Zusatzversicherungen und verzichtbare Leistungen bei der Krankenversicherung. 67 % können Fragen rund um das Thema Auslandskrankenversicherung nur schlecht beantworten. Will Max tatsächlich einmal zum Mond, muss er einerseits fit bleiben und andererseits ein hübsches Sümmchen für die anfallenden Reisekosten beiseitelegen. Ein passender Versicherungsschutz hält ihn lange gesund und bietet Einsparmöglichkeiten.

Max wird nicht ewig leben, trotzdem wird sein Ruhestand vielleicht mehrere Jahrzehnte umfassen. In dieser Zeit will Max es sich gut gehen lassen, hat aber – wie ein Großteil seiner Kommilitonen – keine Ahnung, wie er sich dafür absichern kann. Ganze 79 % der Befragten wissen nur wenig über Formen und Möglichkeiten der Altersvorsorge. Ebenfalls 79 % sind kaum über Unfall- und Berufsunfähigkeitsversicherungen informiert.

Versicherungsanbieter haben die Chance, die Wissenslücken der Studierenden zu füllen. Vielleicht kann auch Max davon überzeugt werden, schon bald in Vorsorgelösungen zu investieren, seinem Weltraumwochenende steht dann nichts mehr

im Wege.

Informationen zur Studie: Im Frühjahr 2010 führte forschungplus eine unabhängige Eigenstudie an Münchner Hochschulen durch. In einer computergestützten persönlichen Befragung äußerten sich rund 200 Münchner Studierende zu Ihrer Einschätzung von allgemeinen Trends und Entwicklungen in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft. Von den Befragten waren 59 % Frauen und 41 % Männer. Ausländische Studierende waren mit einem Anteil von 13 % in der Stichprobe vertreten.

Portrait

forschungplus ist eine kreative Marktforschungsagentur, die individuelle Lösungen auf hohem Qualitätsniveau bietet. Die Agentur konzentriert sich auf sämtliche Forschungsfragen rund um die Themen interne und externe Kommunikation, Marketing/Vertrieb, Verkaufs-/Serviceoptimierung und neue Produkt-/Dienstleistungskonzepte. Der Forschungs- und Beratungsfokus liegt auf klar strukturierten Fragenkonzepten, verständlicher Ergebnisvisualisierung, prägnanten Kernaussagen und umsetzungsorientierten Empfehlungen. Sowohl Auftragsstudien als auch eigenfinanzierte Forschungsprojekte gehören zum Leistungsspektrum. Wichtigste Branchenkompetenzen: Versicherungen, Messe- und Veranstaltungswesen (Befragungen auf Messen, bei Unternehmens-Events, auf kulturellen Veranstaltungen sowie im Handel etc.), Industriegüter und B-to-B-Bereich. forschungplus ist Mitglied im BVM (Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V.) und in der DGOF (Deutsche Gesellschaft für Onlineforschung).

News-ID: 422313 • Views: 107 (Stand: 28.04.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/422313/Wenn-aus-der-Kaffeefahrt-ein-Mondflug-wird.html>