

bankassurance + allfinanz

Pflege rückt in den Fokus

Wenn über Vorsorgeprodukte gesprochen wird, liegt der Fokus in aller Regel auf der Sicherung des Lebensstandards in der aktiven Phase des Ruhestands: Die Kunden möchten sich im Alter nicht einschränken müssen, deshalb ist die Bereitschaft zur Vorsorge vergleichsweise hoch.

Das kommt auch in der Werbung der Finanzdienstleister zum Thema Vorsorge zum Ausdruck: Seien es nun Fonds oder Versicherungsprodukte – in aller Regel wird mit rüstigen Senioren geworben, die im Alter die Früchte ihrer Vorsorge genießen. Erst allmählich beginnt sich das zu ändern, und auch das Thema Pflege rückt in den Vordergrund. Aktuell sind die Ergo Direkt und die Allianz mit entsprechenden Kampagnen am Markt (siehe Etats und Kampagnen).

Bisher wurde das Thema Pflegeversicherung vielleicht ein bisschen zu zurückhaltend behandelt. Das entspricht zwar dem Empfinden vieler Kunden. Denn 27 Prozent der Verbraucher, unter den Männern sogar 30 Prozent, gaben im Mai 2013 bei einer Studie der Allianz an, es als unangenehm zu empfinden, sich mit dem Thema Pflegebedürftigkeit zu beschäftigen. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) finden, dass in ihrem Leben andere Dinge Priorität haben als die Pflegevorsorge. Allerdings fühlt sich auch nur knapp jeder Fünfte für den Fall der Pflege finanziell gut abgesichert.

Beratungsbedarf ist zweifellos vorhanden. Denn einer großen Mehrheit der Bundesbürger ist durchaus bewusst, dass die gesetzliche Pflegeversicherung wohl nicht ausreichen wird, die Kosten der Pflege

abzudecken. Bei einer im September veröffentlichten repräsentativen Umfrage im Auftrag der SDK gaben das 78 Prozent der Befragten zu Protokoll. 70 Prozent gaben dabei auch an, nicht zu wissen, ob ihre Absicherung ausreichend sei. Schon für die Allianz-Studie vom Mai dieses Jahres schätzten die Studienteilnehmer die entstehende Kostenlücke auf durchschnittlich 1 296 Euro.

Geringe Abschlussbereitschaft

Die Abschlussbereitschaft für Pflegezusatzversicherungen ist dennoch eher gering. Weniger als zehn Prozent der Studienteilnehmer beantworteten in der Allianz-Studie die Frage nach einer Abschlusswahrscheinlichkeit innerhalb der nächsten zwölf Monate mit „auf jeden Fall“ oder „voraussichtlich ja“. Manchen fehlt es an finanziellen Möglichkeiten, manchen ist die Problematik nicht bewusst, andere setzen andere Prioritäten und fast jeder Fünfte glaubt laut der Allianz-Studie zufolge sogar, dass Pflege-Roboter, wie ihn der Tüftler im Ergo-Spot zu entwickeln versucht, künftig zum Alltag gehören werden.

In vielen Fällen dürfte indessen das Gefühl, ohnehin bereits fürs Alter vorgesorgt zu haben, dafür verantwortlich sein, dass die Pflegevorsorge als nachrangig empfunden wird. Schließlich lassen sich Zahlungen aus privaten Renten- oder Kapital-Lebensversicherungen oder sonstiges angespartes Vermögen – beispielsweise aus Fondssparplänen – ohne Weiteres auch für die Finanzierung von Pflegeleistungen einsetzen, während umgekehrt die Pflegeversicherung dem Versicherten nur

dann etwas nützt, wenn er tatsächlich zum Pflegefall wird.

Annexprodukt zur Altersvorsorge

Diese Überlegung ist sicher nicht von der Hand zu weisen. Allerdings müsste eine private Altersvorsorge, die auch für den Pflegefall ausreichen soll, vermutlich deutlich höher ausfallen als es viele Verbraucher bisher eingeplant haben. Hierfür ist das Bewusstsein sicher noch zu schärfen, etwa indem beim Vorsorgecheck automatisch die Versorgungslücke sowohl für den aktiven Ruhestand als auch für den Pflegefall ausgewiesen wird. Dann ließe sich die private Pflegevorsorge vermutlich auch leichter zum Annexprodukt entwickeln, das als Ergänzung zur Altersvorsorge standardmäßig mit angeboten wird, so wie Wohngebäude- und Hausratsversicherungen in Verbindung mit der Baufinanzierung vertrieben werden.

Die Wahrnehmung des Produkts als „Schadenversicherung“, für die die Beiträge, wenn kein Schadenfall eintritt, gewissermaßen umsonst gezahlt wurden, ist der Abschlussbereitschaft sicher auch nicht förderlich. Bei der Unfallversicherung hat die Branche hier bereits Auswege gefunden, meist durch Beitragsrückerstattungen. Und auch bei der Pflegeversicherung stellt sich die Branche auf dieses Wahrnehmungsproblem und das Argument einer bereits vorhandenen Vorsorge ein: Zug um Zug werden Produkte erarbeitet und an den Markt gebracht, die den Pflegefall mit einschließen – etwa indem sich eine Rentenzahlung bei Eintreten des Pflegefalls automatisch erhöht.