



## Start in die Hochzeitssaison 2014: Aktuelle forsa-Umfrage zeigt hohes Bewusstsein für gemeinsame Absicherung bei Paaren

(Mynewsdesk) Hannover, 6. Mai 2014 Zum Start der Hochzeitssaison 2014 zeigt eine deutschlandweite forsa-Umfrage im Auftrag von Swiss Life Select die Haltung jung verheirateter oder heiratswilliger Paare: Rund 88 Prozent der Befragten gab an, dass die gemeinsame Absicherung der Zukunft in ihrer Partnerschaft eine Rolle spiele.

Befragt wurden Paare, die innerhalb der letzten drei Jahre geheiratet haben oder noch in diesem Jahr heiraten werden. Die Ergebnisse zeigten weiterhin, dass die Frage nach gemeinsamen Absicherungsplänen zum überwiegenden Teil in der Altersgruppe der 35- bis 44-Jährigen und unter den Befragten mit dem höchsten Nettoeinkommen positiv beantwortet wurde.

Dem Thema sinnvoller Vorsorgestrategien für den gemeinsamen Lebensweg stehen jung verheiratete bzw. heiratswillige Paare in Deutschland aufgeschlossen gegenüber: 88 Prozent der Befragten bestätigen die Frage nach gemeinsamen Absicherungsplänen. Das ergab eine aktuelle forsa-Umfrage, die im Auftrag von Swiss Life Select ( <http://www.swisslife-select.de> ) Ende April durchgeführt wurde. Bei den positiven Antworten halten sich die Angaben von Männern und Frauen die Waage: Jeweils 88 Prozent haben eine gemeinsame Absicherung bereits mit ihrem Lebenspartner diskutiert. 80 Prozent der verheirateten Paare gab dabei an, sich bereits vor der Hochzeit mit gemeinsamen Vorsorgekonzepten befasst zu haben.

Individuelle Vorsorgestrategien essentiell für alle Einkommensgruppen

Die Abweichungen zwischen West und Ost sind mit 89 Prozent (West) zu 85 Prozent (Ost) gering und auch die Aussagen der verschiedenen Altersgruppen weichen nicht maßgeblich voneinander ab: Mit 90 Prozent weisen die 35- bis 44-Jährigen die höchste Quote auf, gefolgt von den ab 45-Jährigen (88 Prozent) und den unter 35-Jährigen an dritter Stelle (86 Prozent). Größere Unterschiede zeigen die Ergebnisse bezogen auf die Einkommensverhältnisse: Während rund 93 Prozent der Befragten mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 3.000 Euro angab, sich Gedanken über gemeinsame Vorsorgestrategien zu machen, waren es im mittleren Feld (2.000 bis 3.000 Euro Nettoverdienst) noch 87 Prozent und an dritter Stelle (Nettoeinkommen von unter 2.000 Euro) nunmehr 82 Prozent.

?Daraus ergibt sich für uns die Frage, inwieweit Verbraucher mit vergleichsweise geringerem Nettoeinkommen über individuell passende Vorsorgekonzepte nachdenken und diese für realisierbar halten. Unsere Erfahrung zeigt: Gerade diejenigen, die gezielte Vorsorge am meisten benötigen, glauben häufig, sich eine solche nicht leisten zu können?, so Ralf Thies, selbständiger Finanzberater für Swiss Life Select ( <http://www.swisslife-select.de> ), und betont: ?Doch maßgeschneiderte Finanz- und Vorsorgekonzepte sind in erster Linie eine Frage des individuellen Bedarfs. Die Kostenseite entscheidet erst an zweiter Stelle über die regelmäßigen Spareinlagen.? Der Best-Select-Beratungsansatz von Swiss Life Select ermöglicht dabei die gezielte Auswahl individuell geeigneter Lösungskonzepte für jeden Kundenbedarf.

Sensibilisierung für private Vorsorge bei Frauen

Darüber hinaus gilt es, besonders den Absicherungsbedarf bei Frauen ernst zu nehmen und bei geänderten Vorzeichen anzupassen. Denn die Studienergebnisse zeigen ebenfalls auf, wie die Geschlechterverteilung beim Thema Verwaltung von Finanzen und Geldanlage aussieht. Demnach kümmern sich bei insgesamt 55 Prozent der Befragten beide Partner gleichermaßen um die Finanzen, wobei die Quote mit abnehmendem Nettoeinkommen steigt: Während sich insgesamt 67 Prozent der Befragten mit weniger als 2.000 Euro Nettoverdienst die Aufgabe gemeinsamer Geldanlage teilen, sind es im mittleren Segment (2.000 bis 3.000 Euro) 51 Prozent und bei den Besserverdienern (ab 3.000 Euro) 54 Prozent. In den beiden letztgenannten Einkommensgruppen überwiegt klar die Quote der Männer (je 31 Prozent) gegenüber der der Frauen. ?Wir stellen häufig fest, dass gerade Frauen in festen Partnerschaften dazu neigen, sich zu sehr auf ihren Partner zu verlassen, anstatt selbst Vorsorge zu betreiben. Ebenso müssen Männer für den besonderen Absicherungsbedarf ihrer Partnerinnen sensibilisiert werden, denn längere Elternzeiten und höhere Teilzeitarbeitsquoten bei Frauen können zu entsprechend geringeren Ansprüchen beispielsweise in der Altersvorsorge führen?, erläutert Ralf Thies.

Über Swiss Life Select

Swiss Life Select ( <http://www.swisslife-select.de> ) ist Teil von Swiss Life Deutschland, einem marktführenden Finanzberatungs- und Versicherungsunternehmen. Kernkompetenz von Swiss Life Select ist ein ganzheitlicher Beratungsansatz nach dem Best-Select-Prinzip. Dies ermöglicht die kundenorientierte Produktauswahl aus einem breiten Portfolio an Lösungen von renommierten Banken, Versicherungen, Bausparkassen, Fondsgesellschaften und weiteren Finanzdienstleistern. Mit Blick auf seine Mandanten versteht sich Swiss Life Select als ein Partner für alle Lebensabschnitte, der maßgeschneiderte Lösungskonzepte für jeden individuellen Kundenbedarf bietet. Um höchsten Ansprüchen der Mandanten gerecht zu werden, lässt sich das Unternehmen regelmäßig von unabhängigen Instituten testen und bewerten. In den Bereichen Beratungs- und Betreuungsqualität sowie Preis-Leistungs-Verhältnis ist der Beratungsansatz bereits mehrfach ausgezeichnet worden. Swiss Life Select ist deutschlandweit mit mehr als 300 Finanzkanzleien präsent. Hauptsitz des Unternehmens ist Hannover.

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://shortpr.com/wpg19d>

Permanentlink zu dieser Pressemitteilung:  
<http://www.themenportal.de/vermischtes/start-in-die-hochzeitssaison-2014-aktuelle-forsa-umfrage-zeigt-hohes-bewusstsein-fuer-gemeinsame-absicherung-bei-paaren-10032>

### Pressekontakt

Swiss Life Deutschland

Frau Shiloo Katja Köhnke  
Swiss-Life-Platz 1  
30659 Hannover

medien@swisslife.de

## **Firmenkontakt**

Swiss Life Deutschland

Frau Shiloo Katja Köhnke  
Swiss-Life-Platz 1  
30659 Hannover

[shortpr.com/wpg19d](https://shortpr.com/wpg19d)  
[medien@swisslife.de](mailto:medien@swisslife.de)

-