

Altersvorsorge geht am Geiste der Zeit vorbei

Studie: Produkt-Raster der Finanzwirtschaft passt immer weniger auf die Lebensstatsächlichkeit in Deutschland

■ Finanzinstitute bieten Kunden kaum passende Produkte und Beratung an. Altersvorsorge hinkt Entwicklung hinterher

KATHRIN GOTTHOLD

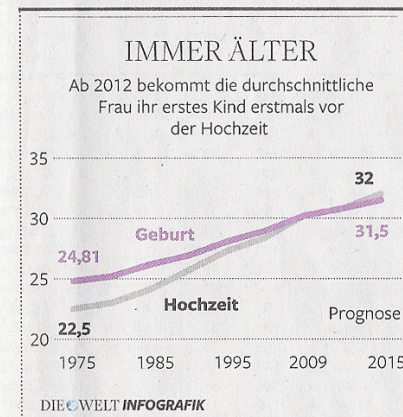
Im nächsten Jahr wird es soweit sein: Erstmals bekommen Frauen – statistisch gesehen – ihr erstes Kind vor der ersten Hochzeitsnacht. Das geht aus Zahlen hervor, die das Deutsche Institut für Altersvorsorge (DIA) im Rahmen seiner Studie „Zukunftstrends in der Altersvorsorge von morgen“ veröffentlicht hat. Das DIA wurde vor knapp 14 Jahren von der Deutschen Bank gegründet.

Dass Frauen immer später Kinder bekommen und (ebenso wie Männer) auch immer später heiraten, ist nur ein Aspekt des gesellschaftlichen Wandels, in dem wir alle stecken. Die Autoren der

Studie kommen zu einem ernüchternden Schluss: Banken und Versicherer haben die Entwicklung der Gesellschaft in großen Teilen verschlafen. Mit ihren Produkten zur Altersvorsorge treffen sie bereits heute kaum noch die Wünsche und Bedürfnisse ihrer Kunden.

In die Schablone „Mutter, Vater, Kind“ passen immer weniger Familien. Viele Deutsche leben ohne Trauschein zusammen und finden neue Formen des Familienlebens. „Der gesellschaftliche Wandel zeigt sich radikal in der Pluralisierung der Lebensformen in ihrer qualitativen Dimension“, schreiben die Studien-Autoren Matthias Horx und Christian Rauch. Was sie damit sagen wollen ist: Neben der oft „bürgerlich“ genannten Kleinfamilie und Singles, gehören heute nichteheliche und gleichgeschlechtliche Lebensgemeinschaften – jeweils mit oder ohne Kind – Alleinerziehende, Patchwork- und Netzwerk-Familien wie auch Wohngemeinschaften zur Band-

breite privater Lebensführung. „Das kommt auch daher, dass heute viele Formen des Zusammenlebens geoutet werden, die früher schlicht verschwiegen wurden – schauen Sie nur zusammen als Paar lebende Homosexuelle“, sagt Autor und Zukunftsforscher Horx.



Und nicht nur im familiären Zusammenleben verändert sich einiges, auch die klassischen Biografiemuster wackeln: Bis weit in die 80er-Jahre hinein hätten die meisten Menschen ihr Leben in drei Abschnitte – „Jugend und Ausbildung“, „Erwerbs- und Familienleben“, „Ruhestand“ – unterteilen können. Fortan schlagen die Autoren eine Einteilung in fünf Abschnitte vor: „Jugend und Ausbildung“, „Postadoleszenz“ (experimentieren mit Beruf und Partnern), „Erwerbs- und Familienleben“, „Zweiter Aufbruch“, „Un-Ruhestand“.

Die Finanzwirtschaft müsse diesen häufigen Veränderungen im Privat- wie im Erwerbsleben Rechnung tragen, statt mit althergebrachten Standardprodukten zu operieren, fordern Horx und Rauch. Ware von der Stange passt Individuen nur in den seltensten Fällen.

Während Banken und Versicherer bei der Altersabsicherung den Trend verschlafen haben, hätten sie in einem an-

deren Bereich Profitabilität gewittert: Bildung. „Bildung ist längst kein Non-Profit-Bereich mehr, sondern ein lukrativer Wachstumsmarkt“, sagt Horx und erwähnt das von Bausparkassen avisierte Bildungssparen und Ausbildungsversicherungen, die von der Assekuranz angeboten werden. Während ersteres noch reine Zukunftsmusik ist, bieten einige Versicherer Ausbildungspolice an. Diese jedoch sind Lebenspolice im Schafspelz. Und Lebensversicherungen glänzen in der Neuen Lebens-Welt, und hier ist nicht nur Privat- und Arbeitsleben, sondern vor allem auch die volatile Markt-Welt gemeint, kaum noch. Die Assekuranz hat große Schwierigkeiten, ihre Gelder lukrativ anzulegen, um Versprechen, die sie gegenüber ihren Kunden eingegangen ist, zu erfüllen.

Bleibt zu hoffen, dass Institute bei der Entwicklung neuer Finanzkonzepte mindestens so kreativ sind wie beim Finden neuer Namen für existierende Produkte.