

Hannover, 10.06.2022

Frauen und Rente: Private und betriebliche Vorsorge mittlerweile beliebter als bei Männern

- **Umfrage zeigt: 77 Prozent der Frauen wissen, dass die gesetzliche Rente nicht reichen wird. Durchschnittlich wollen Frauen mindestens 81% ihres aktuellen Einkommens im Ruhestand.**
- **Auswertung von über 1,5 Millionen Vorsorgedaten von Swiss Life belegt: Frauen sorgen dennoch seltener fürs Alter vor als Männer, aber sie holen nach.**
- **13 Prozent mehr Frauen als im Vorjahr haben sich 2021 für eine persönliche Beratung entschieden (Männer: plus 9 Prozent).**
- **Die betriebliche und die private Altersvorsorge sowie der Vermögensaufbau am Kapitalmarkt waren 2021 bei Frauen sogar beliebter als bei Männern.**

„Frauen machen mittlerweile deutlich mehr für ihre Altersvorsorge. Das sind gute Nachrichten für die Alterssicherung in Deutschland. Ein finanziell selbstbestimmtes Leben in der Rente darf schließlich nicht vom Geschlecht abhängig sein“, sagt Jörg Arnold, CEO von Swiss Life Deutschland.

Nach wie vor gibt es Einkommensunterschiede zwischen Frauen und Männern. Diese machen sich bei Frauen über durchschnittlich niedrigere Rentenansprüche bemerkbar. Über diese Problematik sind sich Frauen bewusst, wie eine aktuelle YouGov-Umfrage im Auftrag des Vorsorgeunternehmens Swiss Life Deutschland zeigt. Demnach sagen 77 Prozent der Frauen in Deutschland, dass die gesetzliche Rente nicht reichen wird. Bei Männern hingegen sind es lediglich 67 Prozent. Gleichzeitig wünschen sich Frauen durchschnittlich rund 81 Prozent des derzeitigen Nettoeinkommens auch im Ruhestand zur Verfügung zu haben (Männer: 75%).

Eine betriebliche und private Vorsorge ist daher umso wichtiger. „Die Entwicklung der Nachfrage auch nach unserer Dienstleistung zeigt, dass viele Frauen ihren erhöhten Bedarf erkannt haben“, so Arnold.

Frauen holen bei Vorsorge auf

Über alle Altersvorsorgeprodukte hinweg waren im vergangenen Jahr 44 Prozent der Kundschaft des Vorsorgekonzerns Swiss Life Deutschland weiblich – und 55 Prozent männlich. Im Vergleich zum Vorjahr hat sich damit die Differenz im Vorsorgeverhalten der Geschlechter um zwei Prozentpunkte verringert. 13 Prozent mehr Kundinnen als im Vorjahr konnte das Unternehmen gewinnen. Bei den Männern waren es lediglich neun Prozent mehr.

Betriebliche und private Altersvorsorge sind begehrt

In vielen Produktkategorien ist bei Frauen das Nachfrageplus stärker ausgefallen als bei Männern. Das macht sich besonders bei der betrieblichen Altersversorgung (bAV) bemerkbar: 37 Prozent mehr Frauen haben ein bAV-Produkt im Vergleich zum Vorjahr abgeschlossen. Bei den Männern waren es immerhin 25 Prozent mehr. 27 Prozent mehr Frauen haben sich

für Produkte aus dem Bereich der privaten Rentenversicherung entschieden (Männer: plus 16 Prozent). Bei der Riesterreente lag die Wachstumsdifferenz zwischen den Geschlechtern bei fünf Prozentpunkten.

Frauen und Aktien: Der Kapitalmarkt ist längst keine Männerdomäne mehr

In den letzten Jahren blüht der Aktienkultur in Deutschland auf – dies bestätigen auch die Daten der Swiss Life-Beratungsunternehmen. 21 Prozent mehr Kundinnen und Kunden haben im Geschäftsjahr 2021 bei Investment-Fragen den persönlichen Rat einer Finanzberaterin oder eines Finanzberaters eingeholt. „Unsere Zahlen zeigen zudem, dass der Kapitalmarkt keine Männerdomäne mehr ist. Zwar investieren Frauen immer noch seltener als Männer, aber auch hier holen sie auf. Frauen haben die Chancen des Kapitalmarkts für ihren Vermögensaufbau erkannt“, kommentiert Arnold. Im Vergleich zum Vorjahr haben sich bei den Swiss Life-Beratungsunternehmen 29 Prozent mehr Kundinnen für Investmentgeschäfte entschieden (Männer: plus 15 Prozent).

Gesellschaftliche Rolle der Finanzberatung

Die persönliche Finanzberatung kann einen unmittelbaren Beitrag für gesellschaftlich wünschenswerte Entwicklungen leisten, wie die Vorsorgeentwicklung bei Frauen jetzt zeigt. „Finanzthemen sind für viele Menschen weiterhin sehr komplex. Die Rolle der Beratung ist es, die Menschen auf ihren individuellen Vorsorge- und Absicherungsbedarf aufmerksam zu machen und mit konkreten Finanzplänen Unterstützung zu bieten. Wir sehen eine Schlüsselrolle darin, Frauen bei ihrer Entscheidung für eine selbstbestimmte Vorsorge zu befähigen. Dass Frauen im vergangenen Jahr mehr für ihre Finanzen getan haben, macht Mut und bestärkt in unserer kundenorientierten und nachhaltigen Ausrichtung“, so Arnold abschließend.

Medienkontakt Swiss Life Deutschland

Unternehmenskommunikation

Henning Wedkekin

E-Mail: medien@swisslife.de

www.twitter.com/swisslife_de

www.facebook.com/SwissLifeDeutschland

www.youtube.com/c/SwissLifeDe

Über Swiss Life Deutschland

Swiss Life Deutschland steht für erstklassige Finanz- und Vorsorgelösungen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern sowie unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir eine führende Anbieterin im deutschen Markt und unterstützen Menschen dabei, ein selbstbestimmtes Leben zu führen.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privatpersonen sowie Unternehmen flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Arbeitskraftabsicherung, die betriebliche Altersversorgung und Vorsorgelösungen mit modernen Garantiekonzepten. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklerinnen und Maklern, Mehrfachagent/-innen, Finanzdienstleistenden und Banken. Die 1866 gegründete deutsche Niederlassung von Swiss Life hat ihren Sitz in Garching bei München und beschäftigt über 900 Mitarbeitende.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und ProVentus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kundinnen und Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit unserer Kundinnen und Kunden engagieren sich deutschlandweit über 5.100

Beraterinnen und Berater. Mit Swiss Compare hat Swiss Life Deutschland eine Service-Plattform etabliert, die administrative Aufgaben übernimmt, damit die Vermittlerinnen und Vermittler mehr Zeit für die Kundenberatung und damit für weiteres Wachstum gewinnen. Hauptsitz der Finanzberatungsunternehmen mit ca. 900 Mitarbeitenden ist Hannover.