

Lebensversicherer nicht gewappnet für größten Vermögenstransfer der Geschichte weltweit in Höhe von 7,8 Billionen US-Dollar

- **Dieses Vermögen geht bis 2040 an Begünstigte über**
- **60 Prozent der Personen im Alter von 65+ Jahren gehen ohne professionelle Finanzberatung in den Ruhestand**
- **Drei von vier Verbrauchern sind an innovativen Lebensversicherungen interessiert, die ihnen helfen, gut zu altern – aber die Versicherer haben keine passenden Angebote**

Berlin, 24. Oktober 2023 - Der heute veröffentlichte [World Life Insurance Report 2023](#) des Capgemini Research Institute weist auf einen noch nie dagewesenen Wandel für Lebensversicherer hin: Diese sind mit einem erheblichen Abfluss von verwalteten Vermögenswerten (AUM) konfrontiert, bevor der größte generationenübergreifende Vermögenstransfer der Geschichte stattfindet¹. Derzeit besitzen Versicherungsnehmer über 65 Jahre 40 Prozent des verwalteten Vermögens der Versicherer; dieses beläuft sich bei den 40 größten Lebensversicherern weltweit auf 7,8 Billionen US-Dollar. Der Studie zufolge werden diese Vermögenswerte bis 2040 auf die Begünstigten übertragen².

Die Vereinten Nationen sagen voraus, dass im Jahr 2050 ein Drittel der Weltbevölkerung über 50 Jahre alt sein wird. Dennoch fehlt den meisten Senioren ein Finanzplan für ein gutes Leben im Alter³. Laut der neuen Studie von Capgemini haben 60 Prozent der Personen über 65 Jahren keine professionelle Finanzberatung in Anspruch genommen, um sich auf den Ruhestand vorzubereiten oder ihr Vermögen zu übertragen.

Viele Menschen, die sich dem Ruhestand nähern, sind gezwungen, einen größeren Teil der finanziellen Verantwortung im Alter selbst zu übernehmen, da wirtschaftlicher Gegenwind, abnehmende staatliche Unterstützung und steigende Gesundheitskosten die Krise der Lebenshaltungskosten verschärfen. Trotz dieser Bedingungen, die eine private Vorsorge notwendiger machen, sehen die Verbraucher ihren Bedarf an auf das Altern und die damit verbundenen Bedürfnisse und Kosten nicht durch entsprechende Produkte bei den Lebensversicherungen gedeckt. Die Versicherungsnehmer nennen zusätzlich die Komplexität der Lebensversicherungsangebote und den geringen Bekanntheitsgrad (39 Prozent) als größte Hindernisse, gefolgt von mangelndem Vertrauen (29 Prozent).

„Eine älter werdende Gesellschaft erwartet auch von Versicherern mehr Unterstützung bei der Absicherung im Alter. In Anbetracht der bis 2040 zu erwartenden massiven Kapitalabgänge – Capgemini spricht vom größten Vermögenstransfer aller Zeiten – und der damit verbundenen Bedrohungslage, liegen in den Erwartungshaltungen der Kunden auch große Chancen für zukünftiges Wachstum der Lebensversicherer. Um den Versicherungsnehmern zu helfen, gut zu altern, müssen die Versicherer einen Weg finden, ihren neuen Bedürfnissen gerecht zu werden. Dafür müssen sie durch innovative Vorsorgeprodukte ein personalisiertes, maßgeschneidertes und vertrauensstiftendes Erlebnis schaffen,“ so Alexander Pusch, Principal Business Analyst bei Capgemini. *„Partnerschaften im Ökosystem, wie z. B. die Zusammenarbeit mit Unternehmen, die sich auf die Betreuung von Senioren spezialisiert haben, können Versicherern helfen,*

¹ [UBS Investor Watch](#)

² Capgemini Research Institute for Financial Services Analyse 2023, basierend auf Daten der [Federal Reserve](#), Jahresberichten der 40 weltweit führenden Lebensversicherer und der United Nations über die Lebenserwartung im Alter von 65

³ Im World Life Insurance Report von Capgemini wird "gut altern" definiert als die Fähigkeit, finanzielle Sicherheit, körperliche Gesundheit und Lebensqualität zu erhalten, mit Unterstützung und Schutz durch Lebensversicherungen und andere Vorsorgelösungen.



solche Services mit Mehrwert zu entwickeln und Lücken bei Kompetenzen in ihren Kernbereichen zu schließen und zu erweitern. Die Versicherer, die frühzeitig ihr Geschäftsmodell adaptieren und ihre jetzigen und zukünftigen Kunden gezielt ansprechen, schaffen Vertrauen und schützen ihr Vermögen."

Neue Partnerschaften sind der Schlüssel zu wohlhabenden Kunden

Die größte Herausforderung für Lebensversicherer besteht derzeit darin, inmitten des größten Vermögenstransfers relevant zu bleiben. Um das verwaltete Vermögen, das in Gefahr ist, zu schützen, empfiehlt die Studie von Capgemini, sich vorrangig um reiche und wohlhabende Verbraucher zu kümmern⁴, die 39 Prozent des weltweiten Vermögens besitzen und etwa 20 Prozent der alternden Bevölkerung ausmachen. Dieses Segment hat den größten Bedarf an altersgerechten Lösungen, denn mehr als 75 Prozent wünschen sich innovative Lebensversicherungsprodukte. Allerdings verfügen nur 27 Prozent der Versicherer über die fortschrittlichen Produktentwicklungskapazitäten, um diese anzubieten.

Dem Bericht zufolge erwarten mehr als 44 Prozent der über 50-jährigen wohlhabenden und reichen Kunden, dass ihre Versicherer solche Dienstleistungen anbieten, die von Wellness-Initiativen bis zum betreuten Wohnen reichen. Ökosystempartnerschaften werden sich für Versicherer als entscheidend erweisen, um diese Lücke zu schließen, indem sie ein breites Universum an Zusatzdiensten orchestrieren.

Kundenlebenszyklus umwandeln zur Steigerung des Wachstums- auch mit generativer KI

Auf ihrem Weg in die Zukunft müssen die Versicherer einen Weg finden, um ihr Vermögen zu schützen und ihr Wachstum zu steigern. Dafür können Versicherer zunächst Daten konsolidieren, um eine einheitliche Sicht auf den Kunden zu erhalten, und ihre Mitarbeiter durch den Einsatz von Künstlicher Intelligenz, digital befähigen, hyperpersonalisierte Beratung anzubieten. Allerdings verfügen nur 21 Prozent der Versicherer über die Werkzeuge für moderne Datenanalysefunktionen, und noch weniger (19 Prozent) nutzen fortschrittliche Technologien, um Abläufe zu rationalisieren, Erfahrungen zu bereichern, sich in neu entstehende Ökosysteme zu integrieren und schnellere, datengesteuerte Entscheidungen zu treffen.

Über die Studie

Der [World Life Insurance Report 2023](#) stützt sich auf Daten aus zwei Primärquellen, der 2023 Global Insurance Voice of the Customer Survey und den 2023 Global Insurance Executive Interviews. Zusammengefasst deckt diese Primärforschung Erkenntnisse aus 23 Märkten ab: Australien, Belgien, Brasilien, Kanada, China, Frankreich, Deutschland, Hongkong, Indien, Italien, Japan, Malaysia, Mexiko, Niederlande, Norwegen, Portugal, Singapur, Spanien, Schweden, Schweiz, Vereinigte Arabische Emirate, Vereinigtes Königreich und Vereinigte Staaten. Im Rahmen der Voice of the Customer Survey, die im Mai und Juni 2023 in Zusammenarbeit mit Phronesis Partners durchgeführt wurde, wurden 6.775 Versicherungskunden im Alter von über 50 Jahren in 20 Ländern befragt. Der Bericht enthält auch Erkenntnisse aus Interviews mit 200 leitenden Angestellten führender Versicherungsunternehmen in 14 Märkten. Diese Märkte repräsentieren zusammen alle drei Regionen - Amerika (Nordamerika und Lateinamerika), EMEA und APAC.

Über Capgemini

Capgemini ist einer der weltweit führenden Partner für Unternehmen bei der Steuerung und Transformation ihres Geschäfts durch den Einsatz von Technologie. Die Gruppe ist jeden Tag durch ihren Purpose angetrieben, die Entfaltung des menschlichen Potenzials durch Technologie zu fördern – für eine integrative und nachhaltige Zukunft. Capgemini ist eine verantwortungsbewusste und diverse Organisation mit einem Team von rund 350.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in mehr als 50 Ländern. Eine 55-jährige Unternehmensgeschichte und tiefgehendes Branchen-Know-how sind ausschlaggebend dafür, dass Kunden Capgemini das gesamte Spektrum ihrer Geschäftsanforderungen anvertrauen – von Strategie und Design bis hin zum Geschäftsbetrieb. Dabei setzt das Unternehmen auf die sich schnell weiterentwickelnden Innovationen in den Bereichen Cloud, Data, KI, Konnektivität, Software, Digital Engineering und Plattformen. Der Umsatz der Gruppe lag im Jahr 2022 bei 22 Milliarden Euro.

⁴ Reich: Vermögensgruppe mit einem investierbaren Vermögen von typischerweise 250.000 USD bis 1 Million USD; Wohlhabend: Vermögensgruppe mit einem investierbaren Vermögen zwischen 100.000 USD und 250.000 USD



Get The Future You Want | www.capgemini.com/de

Über das Capgemini Research Institute

Das Capgemini Research Institute ist Capgeminis hauseigener Think-Tank in digitalen Angelegenheiten. Das Institut veröffentlicht Forschungsarbeiten über den Einfluss digitaler Technologien auf große Unternehmen. Das Team greift dabei auf das weltweite Netzwerk von Capgemini-Experten zurück und arbeitet eng mit akademischen und technologischen Partnern zusammen. Das Institut hat Forschungszentren in Indien, Singapur, Großbritannien, und den USA.

Besuchen Sie uns auf www.capgemini.com/de-de/insights/research/capgemini-research-institute

Abonnieren Sie unsere Studien auf www.capgemini.com/capgemini-research-institute-subscription