Swiss Re Institute

Pressemitteilung

Neue Realität in der Altersvorsorge: Mehr Eigenverantwortung, Finanzdienstleister stellen sich auf veränderte Bedürfnisse ein

- **Ein Generationenwechsel in vielen Altersvorsorgesystemen führt zu mehr Eigenverantwortung für Alterseinkommen, Nachlassplanung und Pflege im Alter**
- **Dadurch entstehen neue Chancen für Versicherer, Banken und Berater – und ein Wettbewerb darum, Menschen bereits vor dem Ruhestand zu erreichen, wenn sie wichtige Entscheidungen darüber treffen, wie sie ihre Ersparnisse verwalten, Einkommen erzielen und ihr Vermögen schützen**
- **Dieser Wettbewerb verändert bereits den Lebensversicherungsmarkt: Allein drei von Private Equity unterstützte US-Unternehmen schlossen zwischen 2017 und 2025 mehr als 300 Übernahmen ab**
- **Finanzdienstleister investieren stark in Technologie und KI; bei wichtigen und weitreichenden Entscheidungen wünschen sich Menschen jedoch weiterhin persönlichen Kontakt**

Zürich, 8. Oktober 2026 – Millionen von Menschen in Märkten wie den USA und Grossbritannien nähern sich dem Ruhestand mit der Möglichkeit, ihre Ersparnisse selbst zu verwalten, anstatt ein garantiertes lebenslanges Einkommen zu beziehen. Das zeigt eine neue *sigma*-Studie des Swiss Re Institute. Dieser Generationenwechsel gibt den Menschen mehr Entscheidungsspielraum bei ihren Finanzen, überträgt ihnen aber auch mehr Verantwortung für Entscheidungen, die ihre finanzielle Sicherheit über Jahrzehnte prägen können – von der Sicherung des Alterseinkommens über die Vermögensübertragung bis hin zur Finanzierung der Pflege im Alter.

Velina Peneva, CEO Swiss Re Life & Health Reinsurance: «Lebensversicherungen sind dazu da, Menschen bei einigen der wichtigsten finanziellen Entscheidungen ihres Lebens Orientierung zu geben. Wenn Versicherungen einfacher zu verstehen und zugänglicher sind, hilft dies den Menschen, die richtigen Lösungen zu finden. Indem wir die Stärken von Versicherern, Beratern, Banken und Technologie kombinieren, kann unsere Branche mehr Menschen dabei unterstützen, den Schutz und die finanzielle Sicherheit zu erhalten, die sie brauchen – und zwar genau dann, wenn sie sie brauchen.»

Media Relations
Zürich
Telefon +41 43 285 7171

New York
Telefon +1 914 828 6511

Singapur
Telefon +65 6232 3302

Investor Relations
Telefon +41 43 285 4444

Swiss Re AG
Mythenquai 50/60
CH-8022 Zürich
Telefon +41 43 285 2121

www.swissre.com
@SwissRe

Kontakt
Group Media Relations
Media_Relations@swissre.com
+41 43 285 71 71

Zusätzliche Information
Pressemitteilungen, Logos sowie Fotos von Mitgliedern der Geschäftsleitung und des Verwaltungsrates von Swiss Re bzw. von Swiss Re-Gebäuden finden Sie auf www.swissre.com/media

Entscheidungen rund um den Ruhestand werden komplexer
Der Wandel im Umgang mit der Altersvorsorge ist bereits sichtbar. Laut dem *sigma*-Bericht entschieden sich 2018 in einem der grössten Altersvorsorgepläne der USA mehr als die Hälfte der Pensionierten dafür, ihr Vorsorgekapital zu beziehen und selbst zu verwalten. Im Jahr 2000 waren es lediglich 10%. In Grossbritannien wurden 2024 36% des Vorsorgevermögens, auf das Pensionierte zugriffen, als Kapital bezogen statt als lebenslanges Einkommen.

Damit tragen die Menschen mehr Verantwortung für komplexe Entscheidungen: Wie viel sollen sie sich auszahlen lassen, wie viel Kapital investiert lassen, was ihrer Familie hinterlassen und wie die Pflege im Alter finanzieren? Um die richtigen Entscheidungen treffen zu können, steigt der Beratungsbedarf – nicht nur beim Alterseinkommen, sondern auch bei der Vermögensübertragung und der Pflege im Alter.

James Finucane, Head of Life & Health Economic Research beim Swiss Re Institute: «Je mehr Verantwortung Menschen für ihre Altersvorsorge übernehmen, desto wertvoller wird eine vertrauenswürdige Beratung. Dies verändert die wirtschaftlichen Grundlagen des Lebensversicherungsvertriebs und verstärkt den Wettbewerb in der Branche. Für Konsumenten ist das eine positive Entwicklung: Ein besserer Zugang zu Versicherungsschutz und Vorsorgelösungen kann die langfristige finanzielle Widerstandsfähigkeit von Haushalten stärken.»

Der Wandel verändert den Lebensversicherungsmarkt
Da immer mehr Menschen bei wichtigen finanziellen Entscheidungen Unterstützung suchen, spielen Banken und Berater eine immer grössere Rolle beim Vertrieb von Lebensversicherungen und Produkten für die Pflege im Alter.

Dies verstärkt den Wettbewerb um die Ansprache und Beratung von Konsumenten und zieht neue Investitionen in den Markt. Die *sigma*-Studie zeigt, dass allein drei von Private Equity unterstützte US-Vertriebsgruppen zwischen 2017 und 2025 mehr als 300 öffentlich angekündigte Übernahmen von unabhängigen Vertriebsorganisationen, Vertriebsagenturen und Beratungsunternehmen abgeschlossen haben. Durch diese Konsolidierung entstehen grössere Unternehmen mit mehr Kapazitäten für Investitionen in Technologie und die Unterstützung von Beratern, was ihnen potenziell mehr Einfluss darauf gibt, wie Versicherungs- und Vorsorgeprodukte vertrieben werden.

Für Lebensversicherer wird es damit immer wichtiger, mit Banken, Beratern und anderen Vertriebspartnern zusammenzuarbeiten, die diese Kunden betreuen. Gleichzeitig gewinnt es an Bedeutung, Produkte und Dienstleistungen so zu gestalten, dass Berater und Kunden sie einfach verstehen, empfehlen und abschliessen können.

Auch der Zeitpunkt ist entscheidend. Der *sigma*-Bericht identifiziert die Jahre vor dem Ruhestand als wichtige Phase, in der Entscheidungen über Einkommen, Investitionen, Erbschaften und die künftige Pflege häufig

konkreter werden. Die Langzeitpflege ist ein gutes Beispiel: Versicherungsschutz muss in der Regel Jahre vor Eintritt des Pflegebedarfs abgeschlossen werden. Deshalb ist es wichtig, Menschen, die später im Leben möglicherweise eine entsprechende Absicherung benötigen, frühzeitig zu erreichen.

Technologie macht Lebensversicherungen einfacher, persönliche Beratung bleibt jedoch wichtig

Die *sigma*-Studie des Swiss Re Institute untersuchte 197 öffentlich bekannte KI- und Technologieinitiativen führender globaler Lebensversicherer und ausgewählter Vermittler. Der Bericht zeigt, dass sich rund 70% davon auf Bereiche der Versicherung konzentrieren, mit denen Konsumenten direkt in Berührung kommen. Technologie wird eingesetzt, um Menschen dabei zu helfen, ihre Optionen zu verstehen, sich zu versichern, nach dem Abschluss einer Police Unterstützung zu erhalten und Schäden zu melden.

Technologie kann Beratern auch dabei helfen, Informationen zu finden, Optionen zu vergleichen und administrative Aufgaben und die weitere Bearbeitung zu übernehmen. Das Ziel ist einfach: weniger Zeit für Administration und mehr Zeit, um Menschen bei den richtigen Entscheidungen zu unterstützen.

KI kann Beratung und Prozesse effizienter machen. Bei komplexeren Entscheidungen verlassen sich Menschen jedoch weiterhin auf persönliche Unterstützung. Eine Umfrage unter knapp 3 000 Konsumenten in sieben Ländern ergab, dass fast zwei Drittel bei komplexen Vorgängen wie der Schadenabwicklung den persönlichen Kontakt bevorzugen.[1]

Dieses Zusammenspiel von Technologie und persönlicher Beratung wird mit der Weiterentwicklung der Altersvorsorgesysteme noch wichtiger. Entscheidungen rund um den Ruhestand sind sehr persönlich und können die finanzielle Sicherheit eines Menschen über Jahrzehnte prägen. Dadurch steigt der Beratungsbedarf sowohl vor als auch während des Ruhestands. Für Versicherer und ihre Partner liegt die Chance darin, Beratung und Versicherungsschutz mithilfe von Technologie leichter zugänglich zu machen und gleichzeitig sicherzustellen, dass Menschen persönliche Unterstützung erhalten, wenn sie diese brauchen.

So erhalten Sie diese *sigma*-Studie

Die englische Ausgabe von *sigma* 4/2026, «Life insurance distribution: competing for customer access in an advice-led market», steht als elektronische Publikation zur Verfügung und kann hier heruntergeladen werden.

Swiss Re

Die Swiss Re Gruppe ist einer der weltweit führenden Anbieter von Rückversicherung, Versicherung und anderen versicherungsbasierten Formen des Risikotransfers mit dem Ziel, die Welt widerstandsfähiger zu machen. Sie antizipiert und steuert Risiken – von

[1] Consumer trust and data sharing in the age of Generative AI: survey insights | Swiss Re.

Naturkatastrophen bis zum Klimawandel, von alternden Bevölkerungen bis zur Cyber-Kriminalität. Ziel der Swiss Re Gruppe ist es, der Gesellschaft zu helfen, erfolgreich zu sein und Fortschritte zu machen, indem sie für ihre Kunden neue Möglichkeiten und Lösungen entwickelt. Die Swiss Re Gruppe hat ihren Hauptsitz in Zürich, wo sie 1863 gegründet wurde, und ist über ein Netzwerk von rund 70 Geschäftsstellen weltweit tätig.

Haftungsausschluss
Obwohl alle hier verwendeten Informationen aus zuverlässigen Quellen stammen, sind Änderungen jederzeit und ohne Vorankündigung möglich. Swiss Re haftet nicht für Verluste oder Schäden, die im Zusammenhang mit der Verwendung dieser Informationen entstehen, auch nicht für die Richtigkeit oder Vollständigkeit dieser Informationen oder zukunftsgerichteter Aussagen. Swiss Re und ihre Gruppengesellschaften haften unter keinen Umständen für Vermögens- und/oder Folgeschäden im Zusammenhang mit diesem Dokument. Die Informationen und alle Meinungen, Projektionen und sonstigen zukunftsgerichteten Aussagen dienen ausschliesslich zu Informationszwecken und sind, insbesondere in Bezug auf laufende oder künftige Streitigkeiten, in keiner Weise als Ausdruck der Position von Swiss Re zu verstehen. Leserinnen und Leser sind daher angehalten, sich nicht zu sehr auf die hier enthaltenen Informationen, einschliesslich zukunftsgerichteter Aussagen, zu verlassen. Swiss Re ist zudem nicht verpflichtet, hier enthaltene Informationen, einschliesslich zukunftsgerichteter Aussagen, aufgrund neuer Informationen, zu erwartender Ereignisse oder ähnlicher Faktoren öffentlich zu revidieren oder zu aktualisieren.