

Nr. 02/2025  
13. Februar 2025

## **Vienna Insurance Group stärkt Risikokompetenz junger Menschen Massive Lücken im Risikobewusstsein der 18- bis 29-Jährigen**

**Eine von der Vienna Insurance Group (VIG) beauftragte Studie belegt, dass Jugendliche und junge Erwachsene naturgemäß risikofreudiger sind und sich weniger Gedanken über negative Auswirkungen und Risiken des Lebens machen. Die VIG setzt gezielte Schwerpunkte zur Stärkung des Risikobewusstseins und -prävention junger Menschen.**

### **Risk Literacy als Teil des VIG-Nachhaltigkeitsprogramms**

Als Teil ihrer sozialen Nachhaltigkeitsinitiativen widmet sich die VIG dem Thema Risk Literacy und setzt gemeinsam mit ihren lokalen Gesellschaften Maßnahmen zur Steigerung des Risikobewusstseins um. Basis dafür bildet eine von Gallup International durchgeführte repräsentative Studie, die empirisch belegten Aufschluss über die Risikowahrnehmung in den Bereichen Gesundheit, Arbeitskraftverlust, selbstverschuldete Unfälle, Schäden am Wohnobjekt und Cybercrime gibt. Aus der 2023 in neun Ländern durchgeführten Studie wurden die Ergebnisse für die Zielgruppe 18- bis 29-Jährige gesondert analysiert.

### **Jugendliche wollen leben, nicht grübeln**

80 % der befragten Zielgruppe sind sich der abgefragten Risiken wenig bis gar nicht bewusst. Jugendliche und junge Erwachsene haben wenig bis keine Erfahrungen mit Risiken und sind von Natur aus weniger risikoscheu. Das führt zu einer niedrigen Einschätzung, dass Risiken auch eintreten und der Hoffnung, Glück zu haben. So stimmen 61 % der Frage „Ich bin vorsichtig und versuche mich vor den Risiken zu schützen“ zu. Dabei sind Jugendliche und junge Erwachsene in Bezug auf die Risiken der modernen Welt eine besonders vulnerable Gruppe. Sie befinden sich in einer herausfordernden Lebensphase und haben auf Grund geringer Erfahrungen noch wenig Selbstvertrauen. *„Die Studie zeigt, dass junge Menschen weit sensibler als ältere reagieren, wenn sie mit Risiken konfrontiert sind. Wenn diese eintreten, sehen sie sich weit weniger in der Lage damit umgehen zu können. Diese Unsicherheit kann zu impulsiven, ineffizienten Entscheidungen führen, die sich negativ auf die aktuelle und künftige finanzielle Situation auswirken können“*, erklärt Hartwig Löger, Generaldirektor und Vorstandsvorsitzender der Vienna Insurance Group.

### **Jugendliche besonders gefordert**

Gleichzeitig ist diese Altersgruppe heute mit einer Vielzahl an Problemfeldern konfrontiert. Das wird auch aus den Ergebnissen der Studie deutlich. Obwohl 74 % der Befragten bekunden, überwiegend glücklich zu sein, berichten sie häufiger als Ältere von hoher Nervosität, fehlendem Selbstvertrauen und bedrückenden Gedanken, die ihnen durch den Kopf gehen. *„Auch allgemeine Umfragen bestätigen, dass Jugendliche ihre Lebenssituation insgesamt als sehr herausfordernd empfinden. Zukunftserwartungen sind getrübt und der Wunsch nach Halt und Sicherheit ist besonders stark gestiegen. Ich sehe die junge Generation auf Grund aktueller Themen wie Klimawandel, Rezession und sozialpolitische Reformbewegungen besonders gefordert, fundierte Entscheidungen im Umgang mit den daraus resultierenden Risiken treffen zu können.“*

### **Falsche Sicherheitserwartungen**

Mehr Risikokompetenz wäre auch deshalb wichtig, da die Mehrheit der befragten Altersgruppe glaubt und auch erwartet, dass der Staat für die Folgen eintretender Risiken aufkommt bzw. aufkommen soll. Der Anteil von Jugendlichen, die sich auf die staatliche Unterstützung bei Schadensfällen verlassen, ist in Österreich mit 65 %, gefolgt von der Slowakei mit 62 %, am höchsten. *„Je höher der erwartete Schaden, desto höher die Erwartungshaltung, dass der Staat einspringt. Das ist eine Annahme, die mit der Realität nicht Schritt hält. In Österreich zahlt der Staat bei einem Freizeitunfall mit Dauerfolgen keinen Cent. Wer in jungen Jahren berufsunfähig wird, erhält wegen fehlender Beitragszeiten eine nur sehr geringe staatliche Leistung, um hier zwei Beispiele zu nennen“*, verweist Hartwig Löger auf falsche Sicherheitserwartungen.

### **Wissensmangel ist keine Altersfrage**

Im Gegenzug bekunden 58 % der befragten Altersgruppe Interesse an Beratung zur Vorsorge. Es liegt somit eher am fehlenden Wissen, wie man vorsorgen soll. Dies korreliert mit dem allgemein fehlenden Finanzwissen. 80 % der 18- bis 29-Jährigen geben in der Studie an, geringe bis mittelmäßige Finanzkenntnisse zu haben. Mangelndes Finanzwissen ist jedoch keine Frage des Alters, denn auch 70 % der 30- bis 65-Jährigen gaben an, eine geringe bis mittelmäßige Finanzkompetenz zu haben. *„Mangelndes Finanzwissen scheint kein Altersproblem, sondern ein Bildungsproblem zu sein. Finanzwissen und Risikokompetenz müssten in die Lehrpläne der Bildungseinrichtungen integriert werden. Wissensvermittlung an Bildungsinstitutionen würde auch jene Gruppen abholen, die von zu Hause kein bis wenig Finanzwissen vermittelt bekommen“*, lautet der Vorschlag des Versicherungsexperten.

### **Eigeninitiativen der VIG-Gesellschaften**

Die VIG hat bereits begonnen, sich dem Auftrag der Wissensvermittlung und Aufklärungsarbeit an Schulen und Universitäten anzunehmen und forciert innerhalb der Gruppe Aktivitäten zur Steigerung der Risikokompetenz. Dazu einige aktuelle Beispiele: Zahlreiche Versicherungsexperten der VIG-Gesellschaften fungieren als Vortragende, Mentoren und Vermittler an Schulen, Gymnasien und Universitäten. Dazu zählen unter anderem die rumänischen VIG-Gesellschaften **Omniasig** und **BCR Asigurări de Viață** sowie die **Wiener osiguranje** in Kroatien, die auch die „Financial Literacy Week“ an der Fakultät für Wirtschaftswissenschaften in Zagreb unterstützt. Die rumänische Gesellschaft **Asirom** ist Partner der Organisation „Junior Achievement“, die sich an Schüler der Mittelstufe wendet, die die Rolle des Geldes im täglichen Leben kennenlernen und rationale Entscheidungen über ihre eigenen Finanzen treffen müssen, die von potenziellen Risiken abhängen. Die österreichische **Wiener Städtische** adressiert Frauen zum individuellen Vorsorgebedarf, insbesondere den Gender Pension Gap, mit ihrer erfolgreichen Initiative **#frausorgt** vor. Junge Zielgruppen der Generation Z und Young Millenials werden mit der ersten digital abschließbaren privaten Krankenversicherung angesprochen. Die **Union** in Ungarn unterstützt ein Bildungsprogramm des heimischen Versicherungsverbandes, wo mit Gamification auf die Risiken des Lebens für junge Zielgruppen aufmerksam gemacht wird. Die **Komunálna** in der Slowakei produziert Videos mit Lebenssituationen und deren Risiken, mit denen ein Mensch konfrontiert sein kann. Die junge Zielgruppe wird durch die primäre Nutzung sozialer Medien angesprochen.

**Zur Studie:** Die Vienna Insurance Group hat 2023 Gallup International beauftragt, eine repräsentative Umfrage zum Risikobewusstsein in neun Ländern, in denen die VIG tätig ist, durchzuführen. Altersgruppe: 18- bis 65-Jährige. Daraus wurden gesondert die Ergebnisse für die Altersgruppe 18 bis 29 Jahre analysiert. Stichprobe: 9.000 Personen insgesamt (darunter 2.081 Personen zwischen 18 und 29 Jahren) in neun CEE-Ländern (Bulgarien, Kroatien, Österreich, Polen, Rumänien, Serbien, Slowakei, Tschechische Republik und Ungarn). Zur Einschätzung der Risikokompetenz wurden folgende Risiken herangezogen: Erkrankungen und Unfälle mit schwerwiegenden Folgen, Berufsunfähigkeit, Schäden am Wohnobjekt, selbstverschuldete Unfälle und Cybercrime. Mixed-Mode Erhebungsmethode: Online und Telefon

Die **Vienna Insurance Group** (VIG) ist die führende Versicherungsgruppe in der Gesamtregion Zentral- und Osteuropa (CEE). Mehr als 50 Versicherungsgesellschaften und Pensionskassen in 30 Ländern bilden eine Gruppe mit langer Tradition, starken Marken und hoher Kund:innennähe. Die rund 30.000 Mitarbeiter:innen der VIG kümmern sich tagtäglich um die Bedürfnisse von rund 32 Millionen Kund:innen. Die VIG-Aktie notiert seit 1994 an der Wiener Börse, seit 2008 an der Prager Börse und seit 2022 an der Budapester Börse. Die VIG-Gruppe weist ein „A+“-Rating mit stabilem Ausblick der international anerkannten Ratingagentur Standard & Poor's aus. Die VIG kooperiert eng mit der Erste Group, der größten Retailbank in Zentral- und Osteuropa.

**Rückfragen:**

**VIENNA INSURANCE GROUP AG Wiener Versicherung Gruppe**

Wolfgang Haas

Schottenring 30, 1010 Wien

Telefon: +43 (0)50 390-21029

mailto: [wolfgang.haas@vig.com](mailto:wolfgang.haas@vig.com)

Die Presseaussendung finden Sie auch unter <http://www.group.vig>