

Mit Digitalisierung das Sparen in der 3. Säule fördern

Digitales Nudging

Bevölkerungsgruppen mit erhöhtem Risiko für Vorsorgelücken können mit einfachen Mitteln für privates Vorsorgesparen in der 3. Säule motiviert werden. Besonders digitale Kanäle eignen sich für ein solches «Anstupsen» (engl. Nudging).

IN KÜRZE

Junge und Frauen sparen in der Tendenz zu wenig in der Säule 3a.

Durch den Abbau von Informationshürden und gezielte Interaktionen mit neuen Kommunikationskanälen können sie zu höheren Sparquoten motiviert werden.

Daten der OECD zeigen, dass in der Schweiz die Sparquote inklusive obligatorischer Beiträge an die Pensionskassen der privaten Haushalte bei rund 19 Prozent liegt. Das ist weltweit ein Spitzenplatz. Gemäss Bundesamt für Statistik sparen die Haushalte in der Schweiz neben der beruflichen Vorsorge durchschnittlich rund 1500 Franken pro Monat. Das entspricht einem jährlichen, freien Sparbetrag von rund 18 600 Franken. Pro erwerbstätige Person werden nur rund 2000 bis 4000 Franken in die Säule 3a einbezahlt. Der Maximalbetrag von 6826 Franken wird nicht ausgeschöpft.

Vorsorgelücken drohen

Erfahrungswerte zeigen, dass rund 70 bis 80 Prozent des bisherigen Einkommens benötigt werden, um den gewohnten Lebensstandard im Rentenalter fortzuführen. Pensionierte erhalten aber aus der staatlichen und beruflichen Altersvorsorge nur rund zwei Drittel des bisherigen Einkommens. Bereits heute besteht für einige Haushalte eine Vorsorgelücke, was sich aufgrund der sich verändernden Rahmenbedingungen zukünftig noch verschärfen wird. Das freiwillige Vorsorgesparen kann somit einen wichtigen Beitrag zur Reduktion dieses Risikos leisten.

Frauen und Junge sind besonders gefährdet

Besonders betroffen von Vorsorgelücken sind einerseits Frauen, weil sie häufig Teilzeit arbeiten, und andererseits junge Erwerbstätige, weil die künftigen Altersleistungen aus der 1. und 2. Säule laufend sinken. Der Anteil der regelmässig in der 3. Säule Sparernden ist bei Frauen (55 Prozent) und bei den 25- bis 34-Jährigen (47 Prozent) im Vergleich

zum Durchschnitt (59 Prozent) tiefer. Es zeigt sich, dass Frauen bezüglich ihrer Altersvorsorge zu optimistisch sind und dass Junge eine erhöhte Gegenwartspräferenz haben. Diese beiden Gruppen sind deshalb vermehrt für den Nutzen der privaten Altersvorsorge zu sensibilisieren. Es gilt, die Hürden für das Sparen in der Säule 3a zu reduzieren.

Hürden der privaten Altersvorsorge

Auch wenn viele Menschen nach finanzieller Sicherheit und Unabhängigkeit streben und es vernünftig ist, bereits in jungen Jahren regelmässig für das Alter vorzusorgen, machen das viele nicht oder nicht in vollem Umfang, trotz der steuerlichen Anreize für die private Altersvorsorge. Dies ist vereinfacht auf vier «Vorsorgehürden» zurückzuführen.

1. Am häufigsten stehen *finanzielle Hürden* im Weg: Mit tieferem Einkommen und geringer Sparquote sind die Möglichkeiten der Säule 3a nur begrenzt vorhanden.
2. Durch *regulatorische Hürden* haben Nichterwerbstätige keinen Zugang zur Säule 3a und fehlende Jahre (zum Beispiel Babypause der Frauen) können später nicht kompensiert werden.
3. Das Vorsorgesystem ist für viele Personen zu kompliziert und kaum zu verstehen. Die *Informations- und Transaktionskosten* stellen somit eine weitere wichtige Hürde dar.
4. Auch das *menschliche Verhalten* kann als Hürde verstanden werden. Wir handeln nicht immer klug. Beispielsweise sollten wir für die Vorsorge sparen, brauchen aber das Geld lieber für den jetzigen Konsum (zum Beispiel Ferien).

Anita Sigg

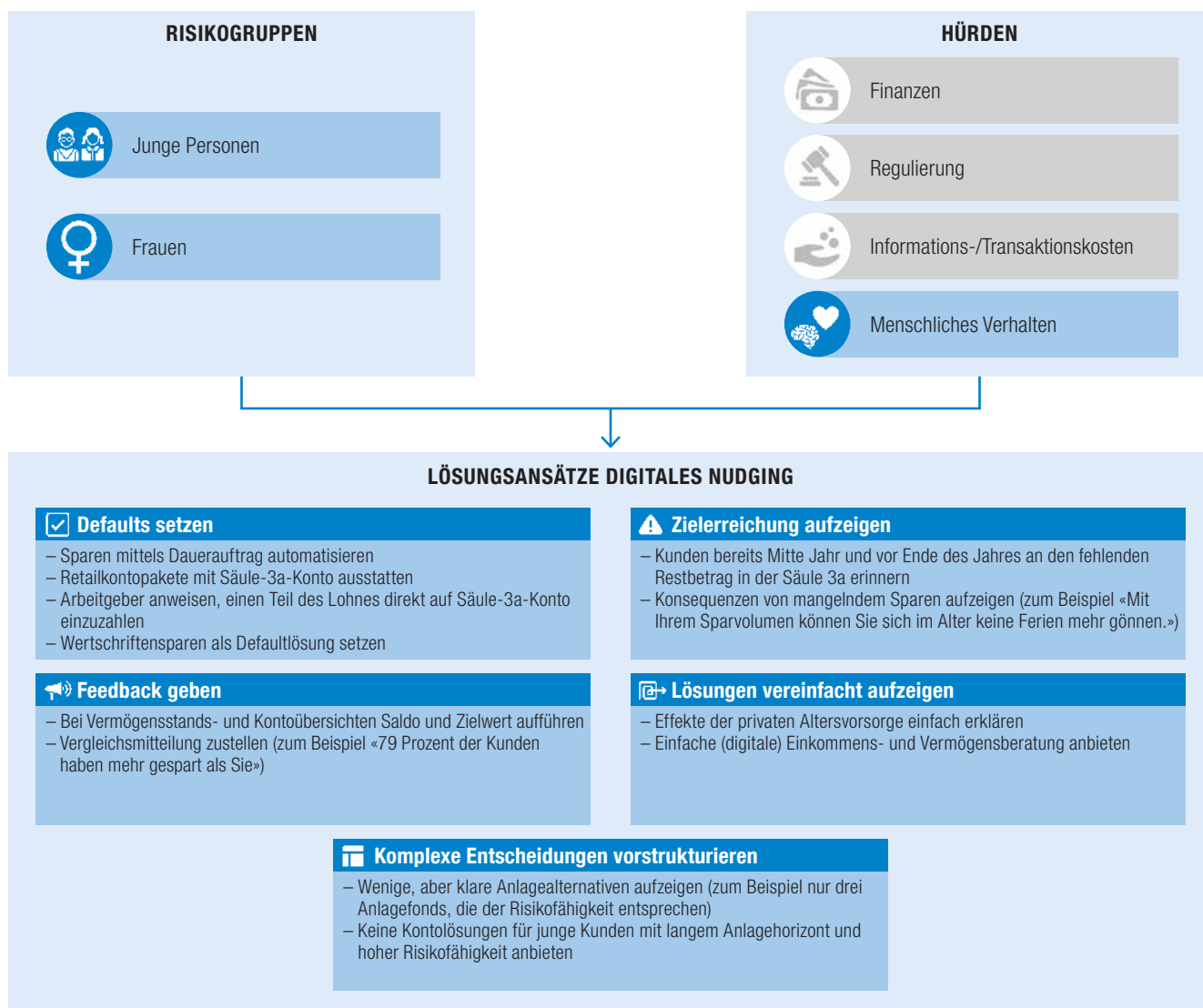
Dozentin ZHAW

Selina Grimm

Wissenschaftliche Mitarbeiterin ZHAW

Roland Hofmann

Dozent ZHAW



Auf die finanziellen und regulatorischen Hürden können die Finanzdienstleister nur begrenzt Einfluss nehmen. Die Informations- und Transaktionskosten sowie die menschlichen Verhaltenshürden können jedoch durch neue Angebote gezielt adressiert werden.

Informations- und Transaktionskosten sind im Fokus digitaler Angebote

Bei den meisten Finanzdienstleistern können Säule-3a-Produkte über digitale Kanäle bezogen werden. Die Angebote sind aber oft kompliziert beschrieben und gehen teilweise im allgemeinen Angebot der Finanzdienstleister unter. Einzelne Anbieter versuchen jedoch bewusst, einen einfachen Zugang zum privaten Vorsorgesparen zu ermöglichen. Bei den Lösungen der Fintech-Unternehmen erfolgt die Eröffnung eines Vorsorgekontos beispielsweise in

wenigen Minuten online. Neben dem Zeitgewinn führen die verminderten Transaktionskosten bei der Umsetzung der Anlagestrategie zu höherem Vorsorgekapital. Diese Beispiele zeigen, dass sich die digitalen Angebote hauptsächlich auf die Reduktion von Informations- und Transaktionskosten konzentrieren.

Digitales Nudging weist Potenzial auf

Es gibt heute kaum Lösungen, die digitale Nudges einsetzen, um Verhaltenshürden zu senken. Als Nudge wird eine praktische Hilfestellung bei der Entscheidungsfindung von Menschen verstanden, welche die Zielerreichung unterstützen soll. Diese Stupser (engl. Nudges) basieren immer auf dem Prinzip der Freiwilligkeit. Sie können sowohl digital als auch im traditionellen Vertrieb eingesetzt werden.

Die Grafik zeigt Möglichkeiten, wie mit digitalen und anderen Nudges das Sparen in der Säule 3a gefördert werden könnte.

Digitale Formen des Vorsorgesparens bieten heute einfach zugängliche, kostengünstige Lösungen. Mit wenigen Klicks ist das Konto eröffnet und das Geld wird kostengünstig verwaltet. Dies ist wichtig und gut, begünstigt aber tendenziell Personen, die sich sowieso mit Vorsorgefragen auseinandersetzen. Die Digitalisierung ermöglicht Nudging-Lösungen, mit welchen auch solche Personen erreicht werden, die bisher nicht freiwillig vorsorgen und meist auch keine umfassende Beratung erhalten. Dieses Potenzial wird bisher noch kaum genutzt. |