



HOCHSCHULE  
RAVENSBURG-WEINGARTEN  
UNIVERSITY  
OF APPLIED SCIENCES

# Das Verhalten der Menschen bei der Altersvorsorge

Verbrauchertalk

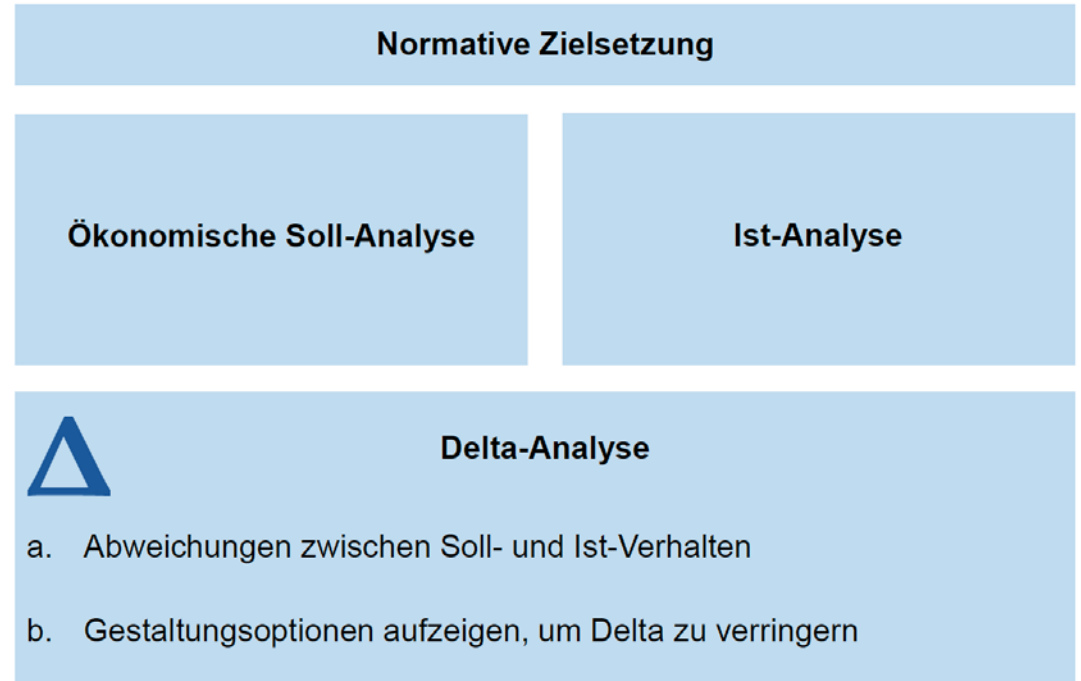
AK Niederösterreich

2. Juni 2022

Prof. Dr. Marlene Haupt

# Gliederung

1. Hintergrund
2. Ökonomische Theorie (Soll-Analyse)
3. Empirische Evidenz (Ist-Analyse)
4. Delta-Analyse
  1. Abweichungen
  2. Gestaltungsoptionen
5. Ausblick



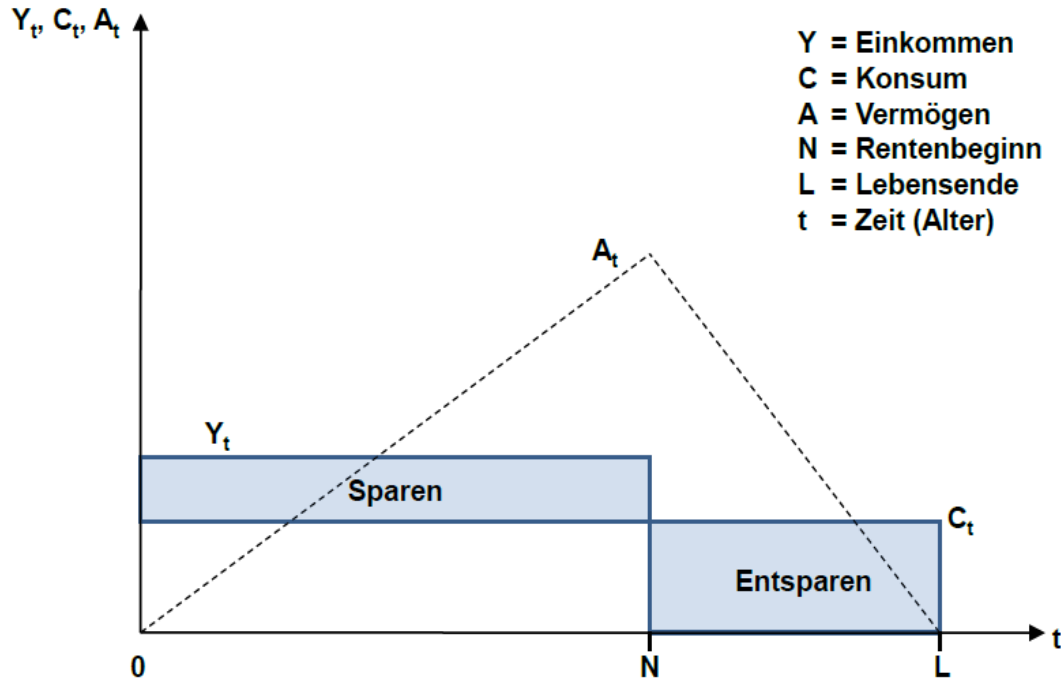
# Hintergrund

## Normative Zielsetzung

- Demografischer Wandel, Globalisierung, Wohlfahrtsstaatenkritik
- Vermarktlichung und Privatisierung wohlfahrtsstaatlicher Politiken
  - Rückzug des Staates aus wohlfahrtsstaatlichen Versorgungspflichten
  - Einrichtung von Wohlfahrtsmärkten
  - Veränderung des Leitbildes sozialer Rechte
- Das Politikfeld Alterssicherung
  - Etablierung eines Drei-Säulen-Modells als neues Leitbild der Altersvorsorge
  - Normativ zugrunde liegendes Menschenbild souveräner Bürger\*innen als Konsument\*innen von Altersvorsorge

# Ökonomische Soll-Analyse

## Lebenszyklustheorie des Sparens

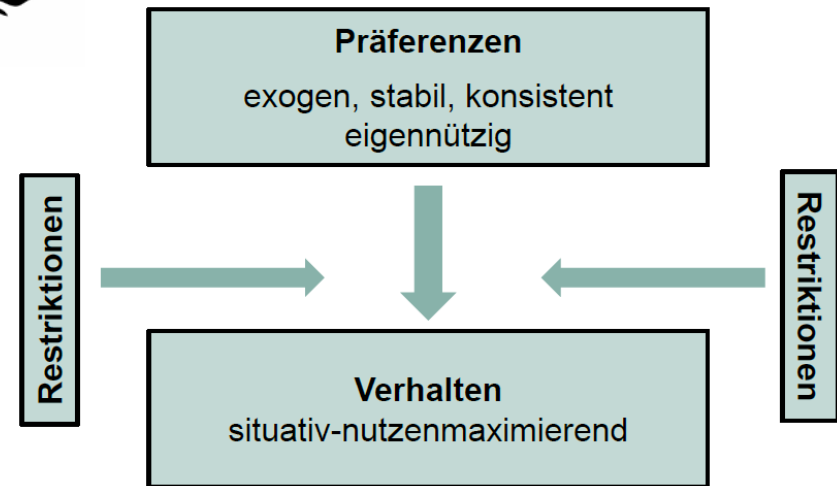


[Modigliani/Brumberg 1954; Ando/Modigliani 1963, 1964]

# Ökonomische Soll-Analyse

## Der Homo oeconomicus

- Der Homo oeconomicus ist...
  - ein „Konstrukt“ (Annahme/Fiktion),
  - das über alle Informationen verfügt und diese schnell verarbeiten kann,
  - vollkommen rational denkt,
  - absolut willensstark („zeitkonsistent“) ist,
  - rein eigennützige, feste Präferenzen hat
  - und seinen Nutzen/Gewinn maximiert.



[Bizer/Gubaydullina 2007]

# Empirische Evidenz Altersvorsorgeverhalten



## Meine diversifizierte Altersvorsorgestrategie

- ☒ 30 % Hoffnung
- ☒ 30 % Wünsche
- ☒ 40 % Gebete

Wenn Sie heute noch anfangen zu trinken, zu rauchen und sich ungesund zu ernähren... reicht Ihr Vorsorgekapital sicherlich bis zum Lebensende



# Empirische Evidenz

## Nachfrageseitige Hemmnisse kapitalgedeckter Altersvorsorge

### Konsument\*innen

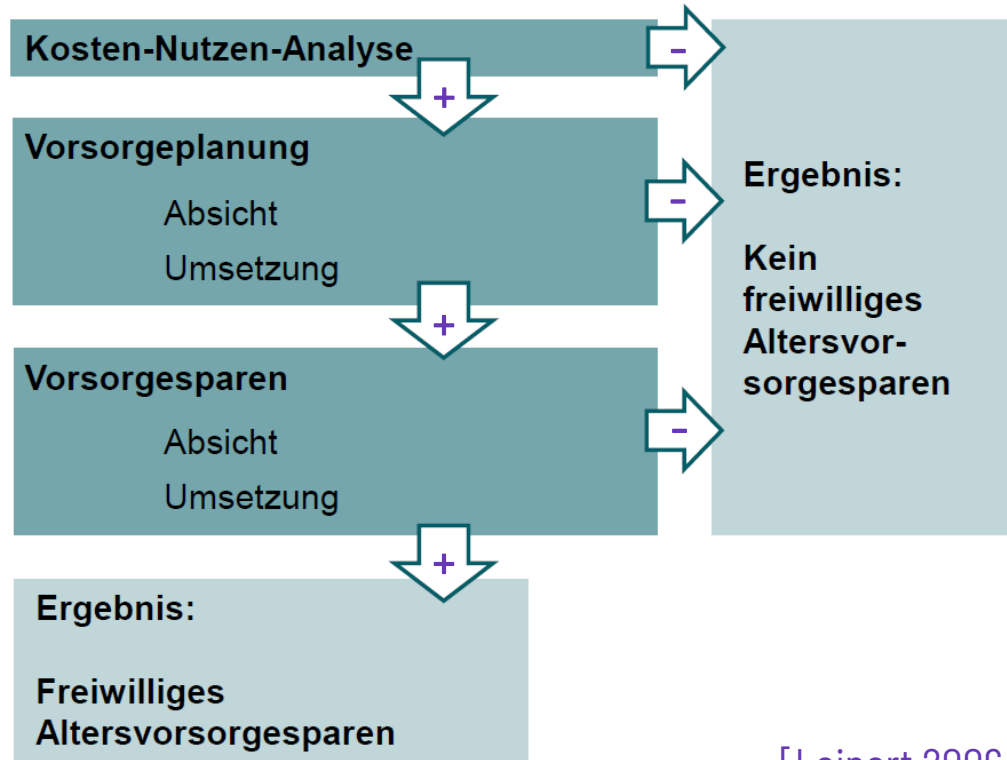
- Geringe Finanzkenntnisse und fehlende Vorsorgeplanung
- Unklarheit bei der staatlichen Förderung
- Ungewissheit bei Erwartungen über die Rentenhöhe
- Fehleinschätzung der persönlichen Lebenserwartung
- Fehlendes Vertrauen in die Produkte
- Fehlende Akzeptanz der Reform

Mikroebene

Meso- und Makroebene

[u. a. Bode/Lüth 2018; Börsch-Supan et al. 2016; Haupt 2014; Haupt et al. 2018; Nullmeier 2021; Wilke 2016]

# Empirische Evidenz Der Altersvorsorgeprozess



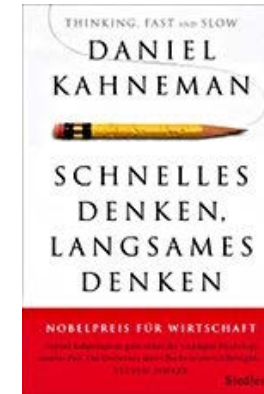
[Leinert 2006]



# Empirische Evidenz

## Verhaltensökonomische Forschung

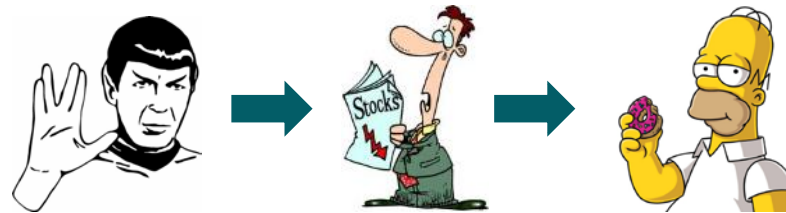
- Ende der 1970er Jahre als neuere Strömung der Wirtschaftswissenschaften
- Mit der Methodik der psychologischen, d.h. experimentellen Forschung wird das Verhalten von Menschen in wirtschaftlichen Situationen untersucht
- Bei Entscheidungsprozessen unter Risiko und Unsicherheit werden Verhaltensabweichungen festgestellt
  - begrenzte und abweichende Rationalitäten
  - begrenzte Willenskraft
  - begrenzter Eigennutz
- Nobelpreise: 2002 Daniel Kahneman, 2017 Richard Thaler



# Empirische Evidenz

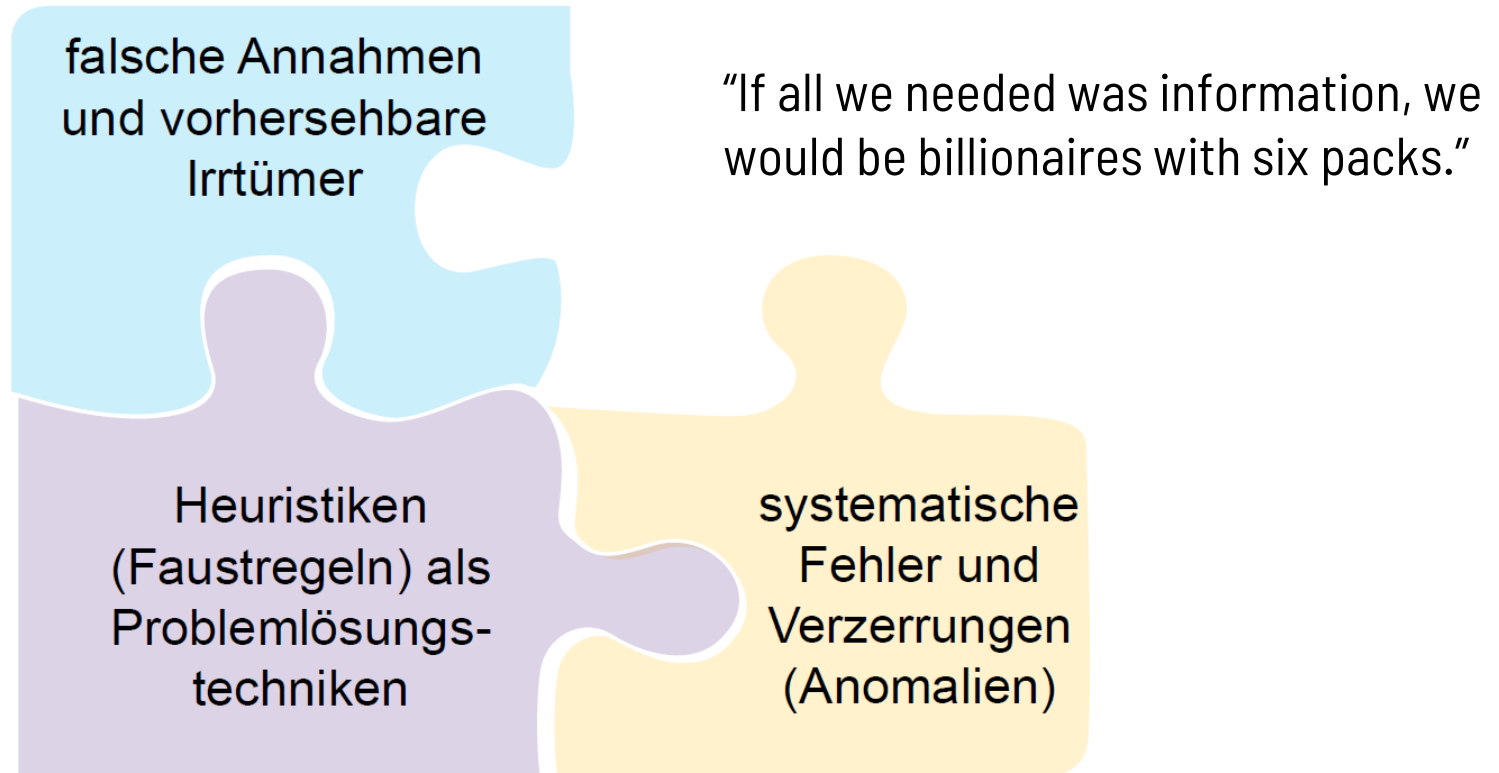
## Verhaltensökonomische Forschung

- Wichtig hierbei ist, dass die Verhaltensökonomik
  - Keinesfalls bestreitet, dass manche Menschen in manchen Situationen rational entscheiden und handeln,
  - Glaubt, dass die Abweichungen von der vollständigen Rationalität groß genug, systematisch genug und damit vorhersehbar genug sind und
  - Damit die theoretischen Grundlagen, die Prognosefähigkeit sowie die Politikberatung der Wirtschaftswissenschaften verbessern kann



# Delta-Analyse

## Altersvorsorgeverhalten und verhaltensökonomische Forschung



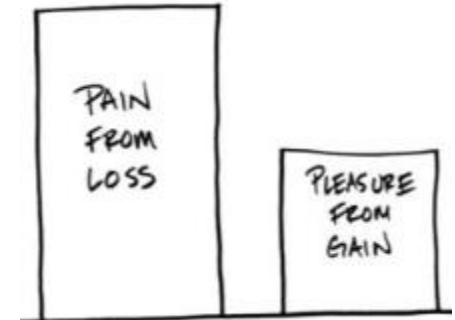
# Delta-Analyse

## Altersvorsorgeverhalten und verhaltensökonomische Forschung

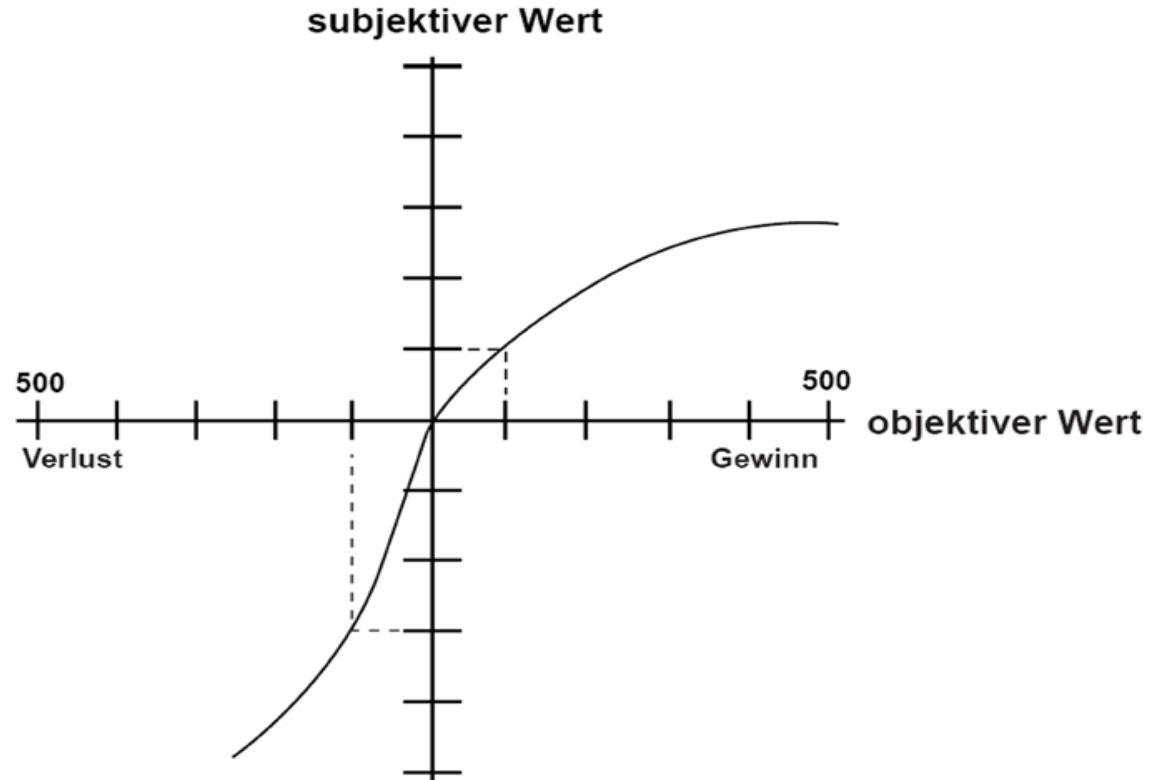
- Verletzung des Rationalitätsprinzips
  - Verlustaversion und Informationspräsentation
  - Verzerrung des Status quo
  - Finanz- bzw. Altersaversion
  - Einschätzung von Wahrscheinlichkeiten und Selbstüberschätzung
  - Bestätigungsirrtum
  - Überflutung mit Wahlmöglichkeiten
- Verletzung der intertemporalen Nutzenmaximierung
  - Kurzsichtiges Verhalten und mangelnde Selbstkontrolle

# Verlustaversion und Informationspräsentation

- Menschen sind übermäßig darauf bedacht, Verluste zu vermeiden
- Verluste wiegen im Urteil oft doppelt so schwer wie gleich große Gewinne
- Fixierung auf mögliche Verluste kann dafür sorgen, dass man sich langfristige Gewinne entgehen lässt
- Praxis: Auf die Art der Informationspräsentation achten; als Verlust formulierte Handlungsalternativen („Hören Sie auf, Geld zu verlieren“) werden stärker wahrgenommen als Gewinnaussagen („Beginnen Sie jetzt, Geld zu sparen“)



# Bewertungsfunktion



## Verzerrung des Status quo

- Individuen weisen eine starke Tendenz auf, im Status quo zu verharren – alles soll am besten so bleiben wie es ist
- Die Nachteile, den bestehenden Zustand zu verlassen, erscheinen gravierender als die Vorteile
- Einmal getroffene Entscheidungen, wie die Wahl des abgeschlossenen Vertrages, werden entweder nicht mehr hinterfragt oder es kommt nicht zu einem Vertragsabschluss
- Praxis: Die Chancen des Status-Wechsels darstellen, hierbei die Verlustaversion beachten, Status-Wechsel für das Individuum so einfach wie möglich gestalten



### Protection Insurance

- Add [protection insurance](#) (\$50)
- Do not add [protection insurance](#)

## Finanz- bzw. Altersaversion

- Geringe finanzielle Allgemeinbildung und wenig Erfahrung mit Finanzprodukten überfordert viele, Alter wird systematisch mit negativen Eindrücken assoziiert
- Unterlassen der Beschäftigung mit dem Thema private Altersvorsorge wird bei einer Abneigung gegenüber Finanzthemen und negativen und fehlenden Altersbildern wahrscheinlicher
- Praxis: Verfügbarkeit positiver Alters- und Alternsbilder gewährleisten, Thema Altersvorsorge besser vorstellbar und mental präsenter machen, Finanzaversion durch gute Beratung und Beispielrechnungen reduzieren, Finanzthemen möglichst einfach und klar darstellen



# Einschätzung von Wahrscheinlichkeiten und Selbstüberschätzung

- Kleine Wahrscheinlichkeiten werden überbewertet und große Wahrscheinlichkeiten werden unterbewertet
- Menschen zeigen häufig ein übersteigertes Selbstvertrauen, d.h. die systematische Selbstüberschätzung in Bezug auf das eigene Wissen und die eigene Zukunft, positive Ereignisse werden überschätzt, negative unterschätzt
- Praxis: Kenntnis des Effekts kann bereits dazu führen, dass er abgeschwächt wird, frühzeitig über tatsächliche Eintrittswahrscheinlichkeiten des Alters informieren, verschiedene Szenarien darstellen (konterfaktisches Denken)



## Bestätigungsirrtum

- Neigung, Informationen so auszuwählen, zu ermitteln und zu interpretieren, dass diese die eigenen Erwartungen erfüllen
- Tritt entweder unbewusst oder auch bewusst auf (um die eigenen Entscheidungen gegen neue konträre Informationen zu verteidigen)
- Praxis: Kenntnis des Effekts kann bereits dazu führen, dass er abgeschwächt wird, frühzeitig informieren, damit sich Einstellungen nicht manifestieren; verschiedene Szenarien darstellen (konterfaktisches Denken) und systematische Darstellung von Eintrittswahrscheinlichkeiten



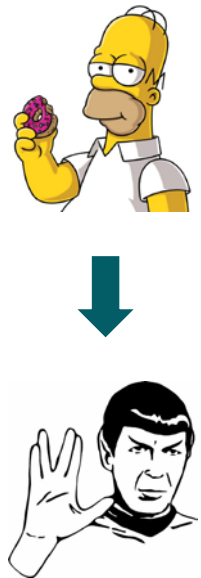
# Überflutung mit Wahlmöglichkeiten

- Hohe Kosten der Informationsbeschaffung
  - führen zu einer Überforderung, reduzieren die Motivation, ein Produkt auszuwählen, verringern die Zufriedenheit mit der Entscheidung
- In Bezug auf die Altersvorsorge
  - wird dann keine Entscheidung getroffen, kein Vorsorgevertrag abgeschlossen, die Informationssuche vorzeitig abgebrochen, kein Vergleich durchgeführt und so möglicherweise ein nicht geeignetes Produkt gewählt
- Praxis: Informationen vorauswählen, mit Bedacht einsetzen, auf die Zielgruppe ausrichten



## Kurzichtiges Verhalten und mangelnde Selbstkontrolle

- Im Alter werden Ersparnisse benötigt und trotz des Wissens über die Notwendigkeit eines langfristigen Konsumverzichts, siegt kurzfristig die Versuchung, heute zu konsumieren
- Beruht auf einem Gefüge von lang- und kurzfristigen Präferenzen
- Der „Macher“ hat einen kurzfristigen Zeithorizont und ist auf den gegenwärtigen Konsum fokussiert, während der „Planer“ auf die Nutzenmaximierung über den Lebenszyklus ausgerichtet ist
- Praxis: Selbstbindung als Schutz vor mangelnder Selbstkontrolle durch „Save more tomorrow Sparpläne“, Christmas Clubs, „aus dem Auge, aus dem Sinn“, „Become your future you“-Kampagne



# Instrumente zur Beeinflussung des Verhaltens

## Die Werkzeugkiste der Politik

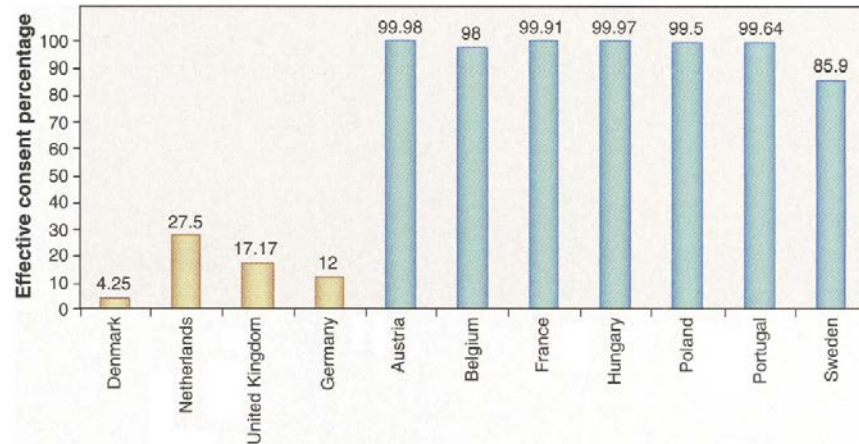
- Befehle, Gebote, Verbote (Sanktionen, Strafandrohung)
- Finanzielle Anreize und Steuern
- Informationen und Aufklärung
- Evidenzinformierte Intervention – Nudges
  - Maßnahmen, die das Verhalten von Menschen verändern können und diese in eine bestimmte Richtung „schubsen“
  - Ausdrücklich keine Anordnungen oder Verbote, schließt also keine Optionen aus, verändert keine wirtschaftlichen Anreize
  - Müssen leicht und ohne Aufwand zu umgehen sein



# Instrumente zur Beeinflussung des Verhaltens

## Klassische Nudges

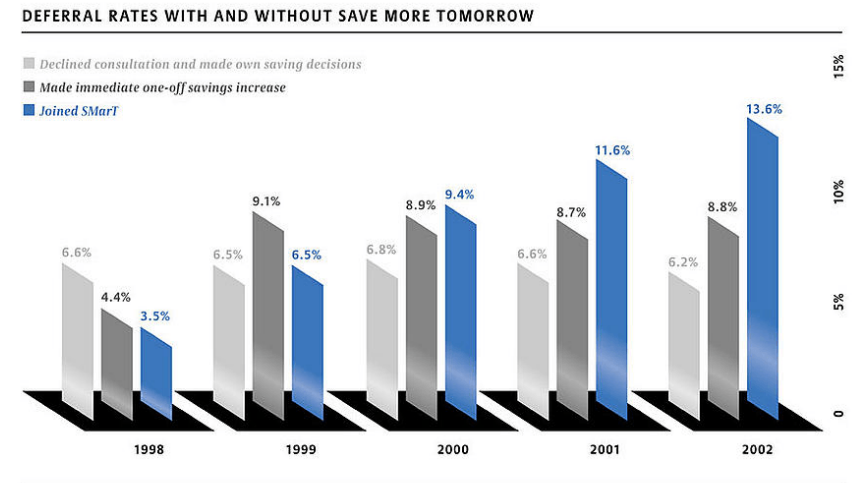
### Organspenden



Effective consent rates, by country. Explicit consent (opt-in, gold) and presumed consent (opt-out, blue).

[Johnson/Goldstein 2003]

### Save More Tomorrow



Source: Thaler and Benartzi, 2004.

[Thaler/Benartzi 2004]

## 10 wichtige „Nudges“

- Standardvorgaben und automatische Beitrittsregelung
- Vereinfachung statt Komplexität
- Ausnutzen sozialer Normen
- Hürden abbauen
- Verständliche und leicht zugängliche Informationen
- Warnhinweise
- Selbstbindung und Selbstverpflichtung
- Erinnerung und Ermahnung
- Appell an Vorsätze
- Informieren über vergangene Entscheidungen



[Sunstein 2014]

# Instrumente zur Beeinflussung des Verhaltens

## Die Werkzeugkiste der Politik

- Evidenzinformierte Intervention – Boosts
  - Evidenzbasierte, nicht-monetäre und nicht-regulatorische Einflussnahme mit dem Ziel, Entscheidungs- und Selbstkontrollkompetenzen zu stärken
  - Förderung vorhandener und Entwicklung neuer Kompetenzen ermöglicht spezifische Verhaltensweisen
  - Angewiesen auf Einwilligung und Kooperation seitens der Bürger\*innen (Transparenz)
  - Entscheidungen im Einklang mit den eigenen Werten
  - [scienceofboosting.org](https://scienceofboosting.org)

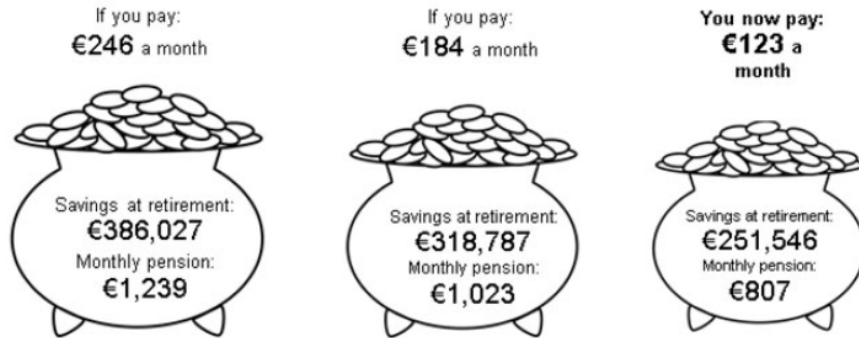




# Instrumente zur Beeinflussung des Verhaltens

## Klassische Boosts

### Grafische Darstellungen



[McGowan/Lunn 2020]

### Laterales Lesen



[Wineburg/McGrew 2017, 2019]

# Instrumente zur Beeinflussung des Verhaltens

## Nudging und Boosting im Vergleich

| Dimension                               | Nudging   | Boosting   |
|---|---|--|
| Ansatzpunkt der Intervention            | Verhalten   | Kompetenzen  |
| Forschungsprogramm und Evidenz          | Demonstriere systematische kognitive und motivationale Defizite der Bürger*innen                              | Erkenne Grenzen der Bürger*innen an, dann identifiziere Wege, um die fehlenden Kompetenzen zu fördern                                    |
| Wirkmechanismus                         | Nutze kognitive und motivationale Defizite in Verbindung mit Änderungen der externen Entscheidungsarchitektur | Fördere Kompetenzen durch Änderungen der Fertigkeiten, des Wissens, der Entscheidungsinstrumente und/oder der externen Rahmenbedingungen |
| Annahmen über die kognitive Architektur | Kognitive Architektur ist unveränderbar   | Kognitive Architektur ist veränderbar  |

# Instrumente zur Beeinflussung des Verhaltens

## Nudging und Boosting im Vergleich

|   |  |   |
|---|--|---|
| Empirisches Unterscheidungskriterium (Reversibilität) | Sobald Intervention entfernt wird, bewegt sich das Verhalten auf den Zustand vor der Intervention zurück | Effekte sollten bestehen bleiben, auch nachdem die (erfolgreiche) Intervention entfernt wurde |
| Programmatische Ambition (Vision)                     | Korrigiere schwerwiegende Fehler in spezifischen Kontexten („lokale Reparaturen“)                        | Statte Bürger*innen mit bereichsspezifischen oder bereichsübergreifenden Kompetenzen aus      |
| Normative Implikationen                               | Kann gegen Autonomie und Transparenz verstoßen   | Erfordert Kooperation und ist daher notwendigerweise transparent                              |

[Hertwig/Grüne-Yanoff 2017]

## Ausblick

- Nudges in der Altersvorsorge etabliert, Boosts erst in Ansätzen identifiziert
- Policy Mix verschiedener Instrumente (Werkzeugkiste)
- Perspektiven und Erkenntnisse anderer Disziplinen aufgreifen (Psychologie, Psychiatrie, Kommunikation, Notfall- und Krisenmanagement, Diplomatie...)
- Konkrete Aufwendung auf den Bereich Altersvorsorge
- Einüben und Verfeinern der Techniken





HOCHSCHULE  
RAVENSBURG-WEINGARTEN  
UNIVERSITY  
OF APPLIED SCIENCES

VIELEN DANK FÜR  
IHRE AUFMERKSAMKEIT!



Doggenriedstraße  
88250 Weingarten



Postfach 3022  
88216 Weingarten



[www.rwu.de](http://www.rwu.de)  
[marlene.haupt@rwu.de](mailto:marlene.haupt@rwu.de)

# Angebots- und nachfrageseitige Hemmnisse kapitalgedeckter Altersvorsorge

## Angebotsseite

- Marktintransparenz und hohe Verwaltungs- und Abschlusskosten
- Produktkomplexität durch Förderverfahren
- Schlechte Beratung
- Hohe unterstellte Lebenserwartung
- Überschussverteilung
- Doppelverbeitragung bei Entgeltumwandlung

[u. a. Börsch-Supan et al. 2016; Dünn/Fasshauer 2003; Geyer et al. 2021; Hagen et al. 2012; Hagen/Kleinlein 2011]

|  |  |
|--|--|
| Traditionelle Ökonomie   | Behavioral Economics   |
| <i>Erwartungsnutzentheorie</i>   | <i>Prospect Theory</i>   |
| Menschen maximieren ihren Nutzen gemäß des erwarteten Nutzens  | Menschen haben Angst vor Verlusten, bewerten Eintrittswahrscheinlichkeiten unterschiedlich und orientieren sich an Referenzwerten                    |
| <i>Exponentielles Diskontieren</i>   | <i>Hyperbolisches Diskontieren</i>   |
| Zukünftiger Nutzen wird abgezinst; der Zeitpunkt der Diskontierung spielt keine Rolle, Menschen verhalten sich konsistent: wer einmal einen Entschluss gefasst hat (mit dem Rauchen aufzuhören), tut dies auch | Zukünftiger Nutzen ist zeitpunktabhängig; Menschen erliegen Versuchungen, sie beschließen, morgen mit dem Rauchen aufzuhören, tun es dann aber nicht |
| <i>Eigennutzmaximierung</i>  | <i>Sozialer Nutzen</i>   |
| Menschen denken nur an ihren eigenen Nutzen  | Menschen achten auch auf das Wohlergehen anderer Menschen, legen Wert auf Fairness   |

|                                 |                              |
|---------------------------------|------------------------------|
| Overconfidence bias             | Correspondence bias          |
| Fundamental attribution error   | Halo effect                  |
| False consensus effect          | False uniqueness effect      |
| Positivity bias                 | Negativity bias              |
| Confirmation bias               | Disconfirmation bias         |
| Justice bias                    | Male bias                    |
| Hot hand fallacy                | Gambler's fallacy            |
| Self-protective similarity bias | Hindsight bias               |
| Self-serving bias               | "Ultimate" self-serving bias |
| Optimistic bias                 | Pessimistic bias             |
| Sinister attribution error      | Conjunction fallacy          |
| Ingroup/outgroup bias           | Positive outcome bias        |
| Hypothesis-testing bias         | Diagnosticity bias           |
| Durability bias                 | Vulnerability bias           |
| Self-image bias                 | Labeling bias                |
| Observer bias                   | External agency illusion     |
| Systematic distortion effect    | Intensity bias               |
| Asymmetric insight illusion     | Just world bias              |
| Dispositional bias              | Romantic bias                |
| Clouded judgment effect         | Bias blind spot              |
| Empathy neglect                 | Empathy gaps                 |



# Kommunikation

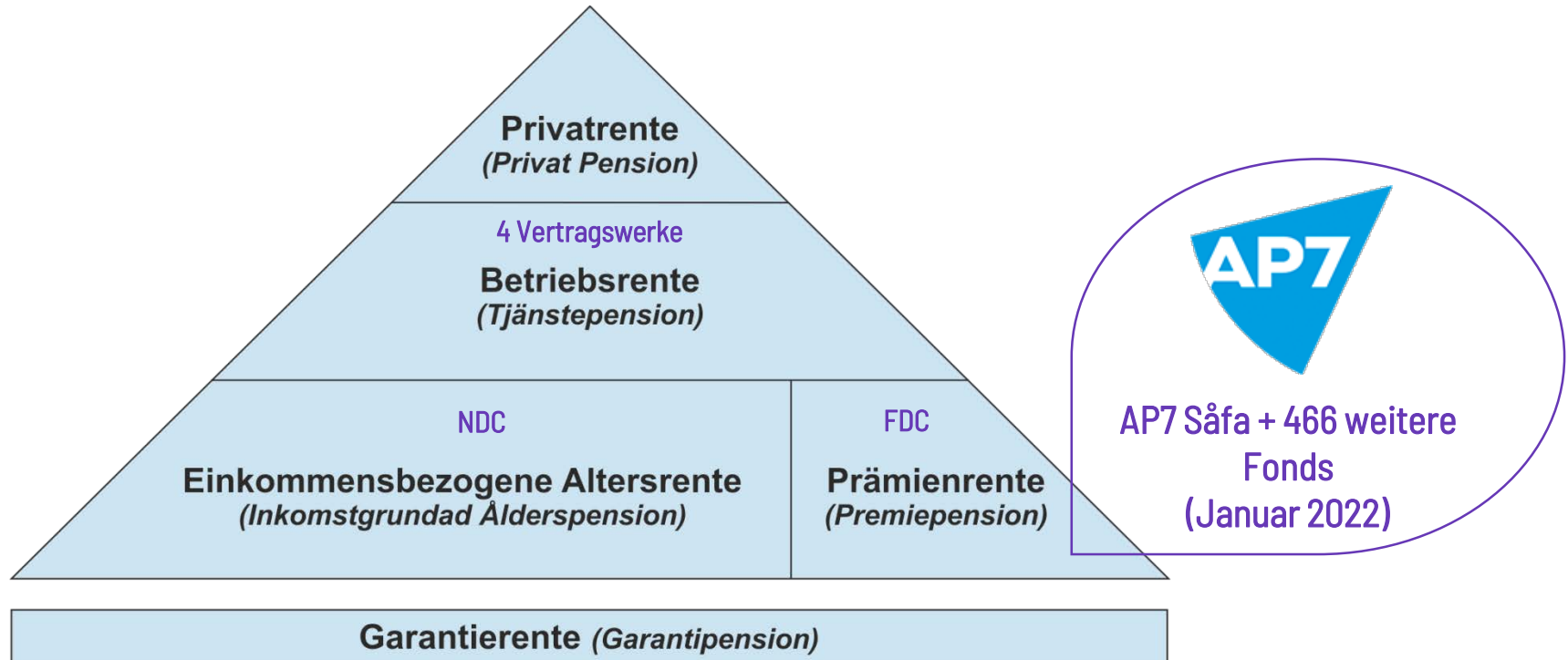
- Verbringen Sie Zeit mit Ihren Kunden, um deren Präferenzen, Konfliktpunkte und Ambivalenzen zu verstehen. Unterschätzen Sie dabei nie den Konflikt zwischen Macher und Planer. Sprechen Sie also Emotionen und Logik an.
- Werden Sie sich des Wissensstandes Ihrer Kunden bewusst, um zu entscheiden, was kommuniziert wird.
- Passen Sie Ihre Kommunikation an verschiedene Zielgruppen (Berufseinsteiger, Frauen, Geringverdiener...) an, um die Wirksamkeit der Informationen spezifisch zu erhöhen.
- Vermeiden Sie die Überflutung mit Informationen.

# Kommunikation

- Kreieren Sie Nudges, damit ihre Kunden leichte und richtige Entscheidungen treffen können.
- Verstehen und nutzen Sie also auch die Relevanz der Informationspräsentation (Reihenfolge, Vergleich, Assoziation).
- Zeigen Sie die Bedeutung bzw. die große Chance der Entscheidung auf.
- Widmen Sie auch subtilen Details ihre sorgfältige Aufmerksamkeit.
- Bringen Sie Leichtigkeit in den Entscheidungsprozess.
- Und zum Schluss: Auf Kommunikation kommt es an!!!

# Erfahrungen aus Schweden

## Die Schichten des Alterssicherungssystems in Schweden



[ Haupt/Sesselmeier 2012; Pensionsmyndigheten 2022 ]

# Erfahrungen aus Schweden



Das staatliche Standardfondsprodukt in Schweden (2021)

| Produkt         | Alter        | Anteil des AP7<br>Aktienfonds am<br>Portfolio | Anteil des AP7<br>Rentenfonds am<br>Portfolio | Verwaltungs-<br>gebühren | Wertent-<br>wicklung des<br>Fonds |
|-----------------|--------------|---|---|--------------------------|-----------------------------------|
|                 |              | in Prozent                                    |   |                          | 2020-2021                         |
| AP7 Såfa        | bis 55       | 100   | 0   | 0.04-0.05                | 31.5                              |
|                 | 56-74        | 97-36   | 3-64  |                          |                                   |
|                 | 75 und älter | 33  | 67  |                          |                                   |
| AP7 Aktienfonds |              | 100   | 0   | 0.05                     | 34.1                              |
| AP7 Rentenfonds |              | 0   | 100   | 0.04                     | -0.7                              |

[Eigene Berechnungen auf Grundlage von AP7 2022; Pensionsmyndigheten 2022]

# Erfahrungen aus Schweden



Das staatliche Standardfondsprodukt in Schweden (2021)

| Produkt         | Zahl der Teilnehmer*innen | Anteil an Gesamtteilnehmer*innen | Verwaltetes Kapital | Anteil am Gesamtkapital | Kombination mit anderen Produkten möglich |
|-----------------|---------------------------|----------------------------------|---------------------|-------------------------|---|
|                 |                           | in Prozent                       | in Mrd. SEK 2021    | in Prozent              |   |
| AP7 S fa        | 4,984,127                 | 62.3                             | 915.0               | 44.0                    | ja  |
| AP7 Aktienfonds | 148,034                   | 1.9                              | 879.0               |                         | ja  |
| AP7 Rentenfonds | 23,646                    | 0.3                              | 87.9                |                         | ja  |

[Eigene Berechnungen auf Grundlage von AP7 2022; Pensionsmyndigheten 2022]

# Erfahrungen aus Schweden

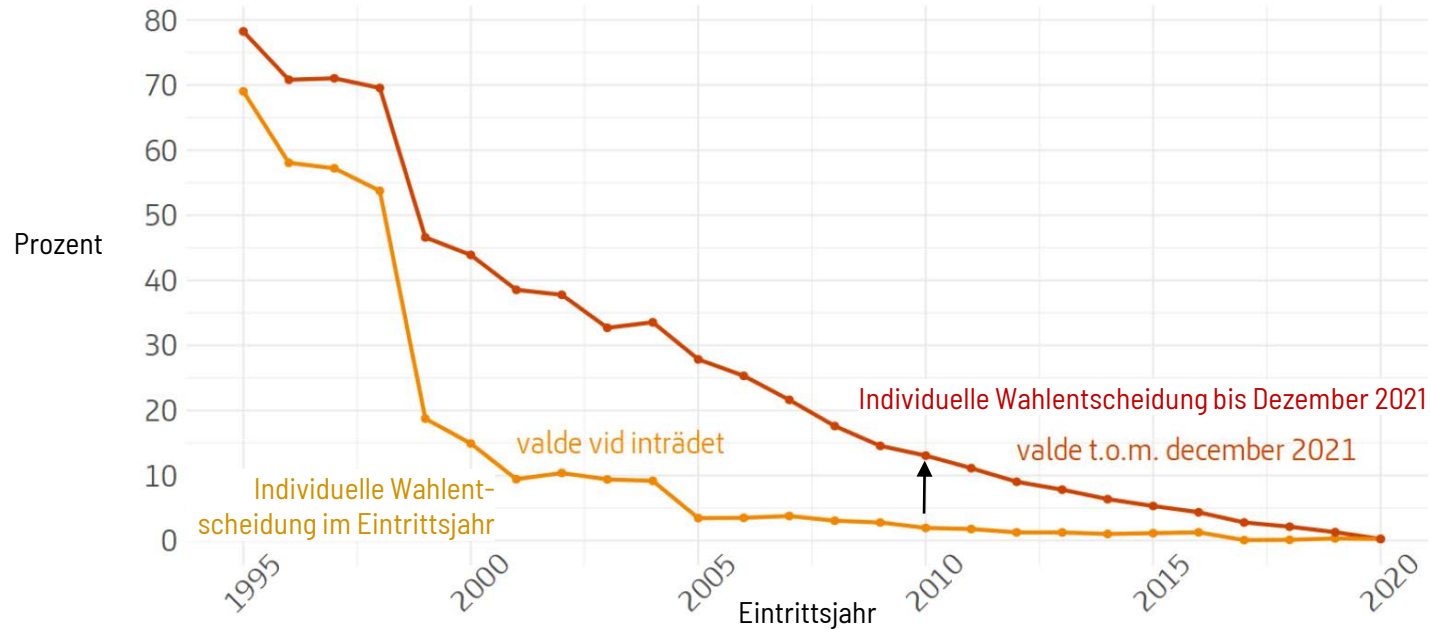
## Wertentwicklung 2012-2022



[Pensionsmyndigheten 2022]

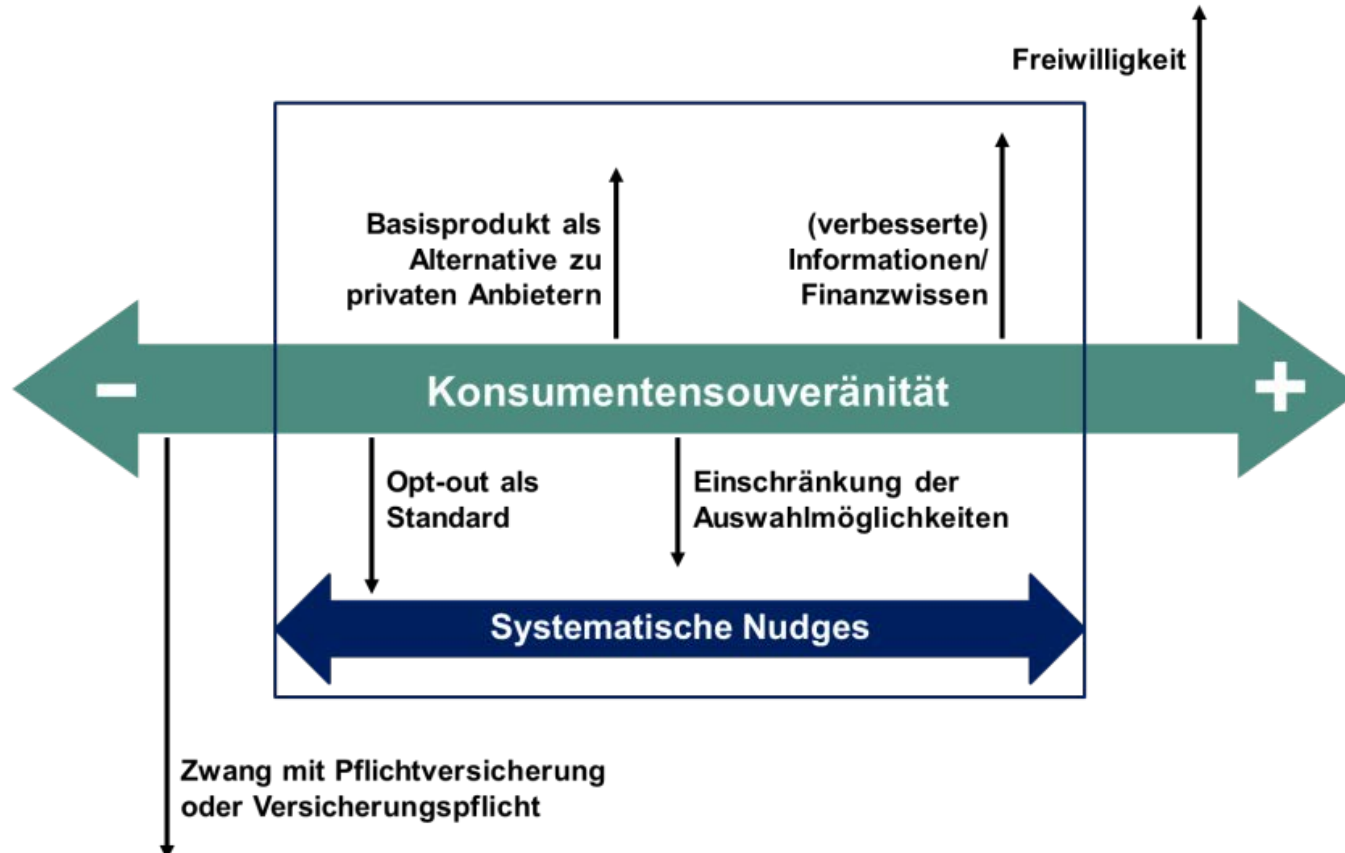
# Erfahrungen aus Schweden

## Jüngere Sparer\*innen legen die Beiträge eher in AP7 Såfa an



Beispiel für 2010: 2% der Sparer\*innen, die 2010 erstmals Beiträge in das Prämienrentensystem eingezahlt haben, haben in diesem Jahr ein eigenes Portfolio zusammengestellt (und damit AP7 Såfa „abgewählt“). Bis Ende 2021 ist dieser Anteil auf 13% gestiegen.

[Pensionsmyndigheten 2022]





You can't do your job well, unless you understand what your clients think. Recognizing your clients goals, needs, and fears is at least just as important as crunching numbers.

[Richard Thaler]