



Rynek odłożonej decyzji

Dlaczego Polacy nie ubezpieczają się na życie?

**Raport
Vienna Life**

Spis treści

Wstęp. Między „wiem, że warto” a „kupuję”	str. 3
Rozdział I. Dlaczego troska nie wystarcza	str. 4
Rozdział II. Największym konkurentem polisy jest słowo „później”	str. 8
Rozdział III. Dlaczego cena boli bardziej niż brak ochrony?	str. 12
Rozdział IV. Klient chce ochrony, ale nie ufa zasadom	str. 19
Rozdział V. Wiedza a pewność wyboru	str. 22
Rozdział VI. Ochrona na autopilocie	str. 25
Charakterystyka próby	str. 26

O raporcie

Wydawca:

Vienna Life Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A.
© Vienna Life Życie S.A., Warszawa, wrzesień 2026

Autorka:

dr hab. Katarzyna Sekścińska, profesor UW, Research&Insight Studio

Współpraca merytoryczna:

Agata Wiśniewska, Vienna Life

Metodologia:

Badanie przeprowadzono techniką CAWI na Ogólnopolskim Panelu Badawczym Ariadna, posiadającym certyfikat PKJPA. Dane zbierano w dniach 8–13 maja 2026 r. W badaniu uczestniczyło 1537 osób w wieku od 18 do 61 lat (średnia wieku 41 lat). Próba była ogólnopolska, reprezentatywna ze względu na płeć i wiek oraz zróżnicowana pod względem wykształcenia i miejsca zamieszkania. 48% badanych miało doświadczenie trudności w spłacie zobowiązań.

Między „wiem, że warto” a „kupuję”

Większości ludzi nie trzeba przekonywać, że warto zabezpieczyć bliskich. Problem zaczyna się, gdy ogólna troska ma się przerodzić w konkretną decyzję, np. dotyczącą wyboru polisy i zgody na regularny koszt. Tu pojawia się paradoks. **92%** badanych przez nas Polaków czuje odpowiedzialność za finansowe bezpieczeństwo rodziny, ale tylko **19%** uważa, że kupowanie ubezpieczeń na życie ma sens. Potrzeba ochrony jest więc powszechna, jednak zakup polisy nie jest jej oczywistą konsekwencją.

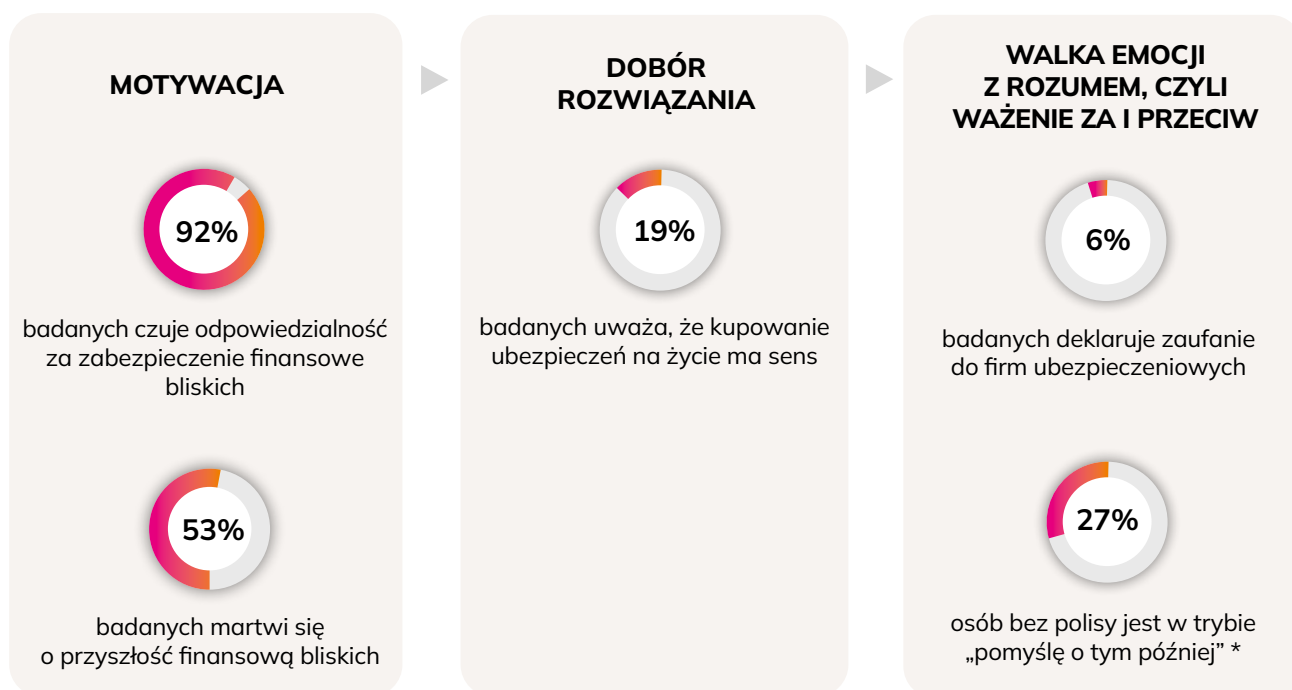
Decyzja o zakupie ubezpieczenia na życie nie jest wyłącznie kalkulacją finansową. Jej podjęcie wymaga czegoś więcej niż odpowiedzi na pytanie, czy stać nas na opłacenie składki. Wcześniej znaczenie mają nasze postawy, przekonania oraz gotowość do zmierzenia się z tematami, o których na co dzień wolimy nie myśleć. Zakup ubezpieczenia oznacza konfrontację z chorobą, śmiercią, odpowiedzialnością za bliskich czy możliwością utraty kontroli nad własnym życiem. Są to kwestie, których ludzie naturalnie unikają. Dlatego nawet wysoka świadomość potrzeby ochrony nie zawsze prowadzi do działania. Częściej prokrastynujemy podjęcie decyzji.

dr hab. Katarzyna Sekścińska,
profesor UW, Research&Insight Studio

Sama troska i świadomość, że życie może potoczyć się inaczej, niż planujemy, nie wystarczają. Trudność pojawia się wtedy, gdy człowiek ma przejść od ogólnego „powinienem zadbać o bliskich” do konkretnego wyboru, któremu zaufa i za który chce regularnie płacić. To właśnie na tej drodze **powstaje korek decyzyjny**. Tworzą go odkładanie tematu, widoczny koszt, niepewność wyboru i obawa, że polisa nie zadziała tak, jak klient się spodziewa. W raporcie pokazujemy, gdzie dokładnie zatrzymuje się decyzja i co może pomóc ruszyć ją dalej.

Gdzie zatrzymuje się zakup polisy na życie?

N=1537



*N=757

Rozdział I

Dlaczego **troska** nie wystarcza?

Odpowiedzialność za bliskich łatwo poczuć, trudniej przekuć ją w konkretną decyzję o ich finansowym zabezpieczeniu. Troska o rodzinę, potrzeba bezpieczeństwa i spokoju należą do emocji najczęściej kojarzonych z zakupem ubezpieczenia na życie. Polisa nie jest jednak dla wszystkich oczywistym sposobem, by na te potrzeby odpowiedzieć. Między „kocham bliskich” a „kupuję ubezpieczenie” nie ma więc prostej i krótkiej drogi.

Sama troska o rodzinę i chęć zapewnienia jej bezpieczeństwa nie sprawiają automatycznie, że w naszej głowie pojawia się myśl o zakupie ubezpieczenia na życie. Emocja jest ważnym impulsem, ale sama w sobie nie wystarcza. Jeśli decyzja wydaje się skomplikowana, nie do końca zrozumiała albo można ją łatwo odłożyć na później, najczęściej właśnie to robimy. Między intencją a działaniem pojawia się przestrzeń, w której wygrywają prokrastynacja, unikanie i przekonanie, że „zajmę się tym później”. Dlatego nawet osoby, które deklarują, że dobro bliskich jest dla nich priorytetem, nie zawsze przekładają tę deklarację na zakup ubezpieczenia.

dr hab. Katarzyna Sekścińska,
profesor UW, Research&Insight Studio

Polacy nie tyle odrzucają ubezpieczenia na życie, ile często nie widzą w nich oczywistej odpowiedzi na własne potrzeby. Osoby, które mają polisę, częściej dostrzegają jej sens i postrzegają ją jako przejaw troski i roztropności. **Dystans wobec ochrony nie musi więc być trwały** – maleje, gdy polisa przestaje być abstrakcyjnym produktem, a staje się konkretną odpowiedzią na sytuację człowieka.



Paradoks odpowiedzialności

Czuję odpowiedzialność za bliskich i martwię się o ich przyszłość.
Ale to jeszcze nie znaczy, że polisa jest oczywistym dla mnie rozwiązaniem.

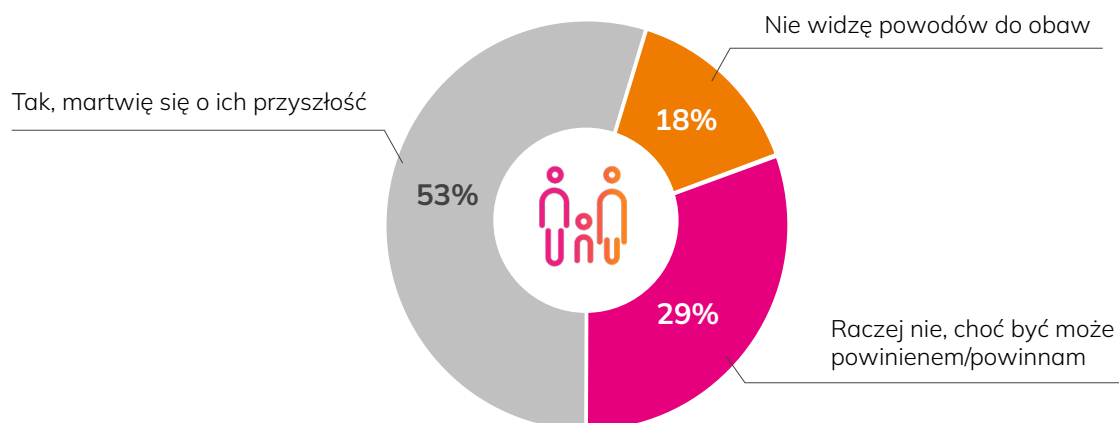
Odpowiedzialność za bliskich nie jest więc brakującym elementem tej decyzji. Brakuje natomiast czytelnego przejścia od potrzeby bezpieczeństwa do konkretnej odpowiedzi: czego potrzebuję, ile powinienem przeznaczyć na ochronę i dlaczego mogę zaufać wybranemu rozwiązaniu. Wyzwaniem dla rynku nie jest zatem przekonywanie ludzi, że powinni troszczyć się o rodzinę. Trzeba sprawić, by potrafili zobaczyć w polisie praktyczny, zrozumiały i wiarygodny sposób realizacji tej troski.

Klient nie potrzebuje kolejnego przypomnienia, że bliscy są ważni. Potrzebuje zobaczyć, jak konkretny zakres ochrony odpowiada na jego sytuację: dochody, zobowiązania i potrzeby bliskich. Dopiero wtedy ogólna troska może zamienić się w decyzję.

Małgorzata Kot,
członek zarządu Vienna Life

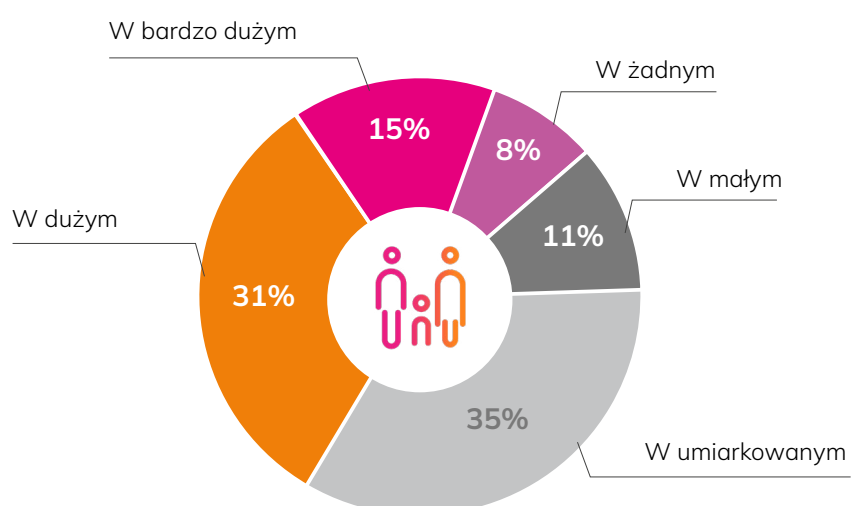
Czy martwisz się o przyszłość finansową swoich bliskich?

N = 1537



W jakim stopniu czujesz się odpowiedzialny za zabezpieczenie finansowe bliskich?

N = 1537



Przekonania na temat ubezpieczeń

N = 1537



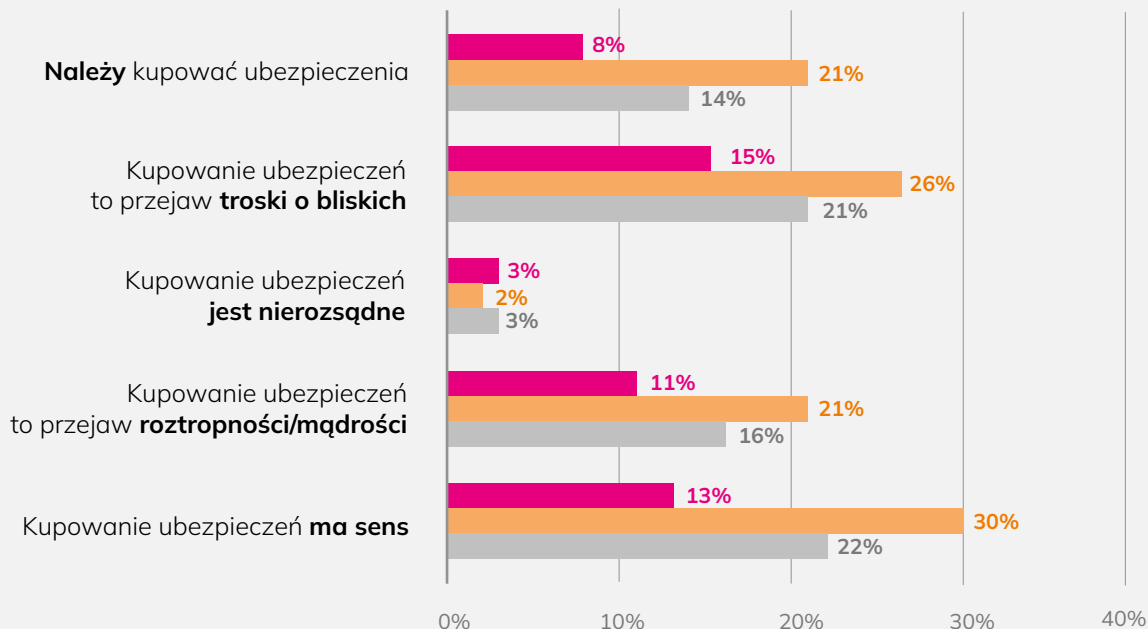
Osoby bez polisy na życie



Osoby z polisą na życie



Ogółem



Przekonania na temat ubezpieczeń na życie

N = 1537



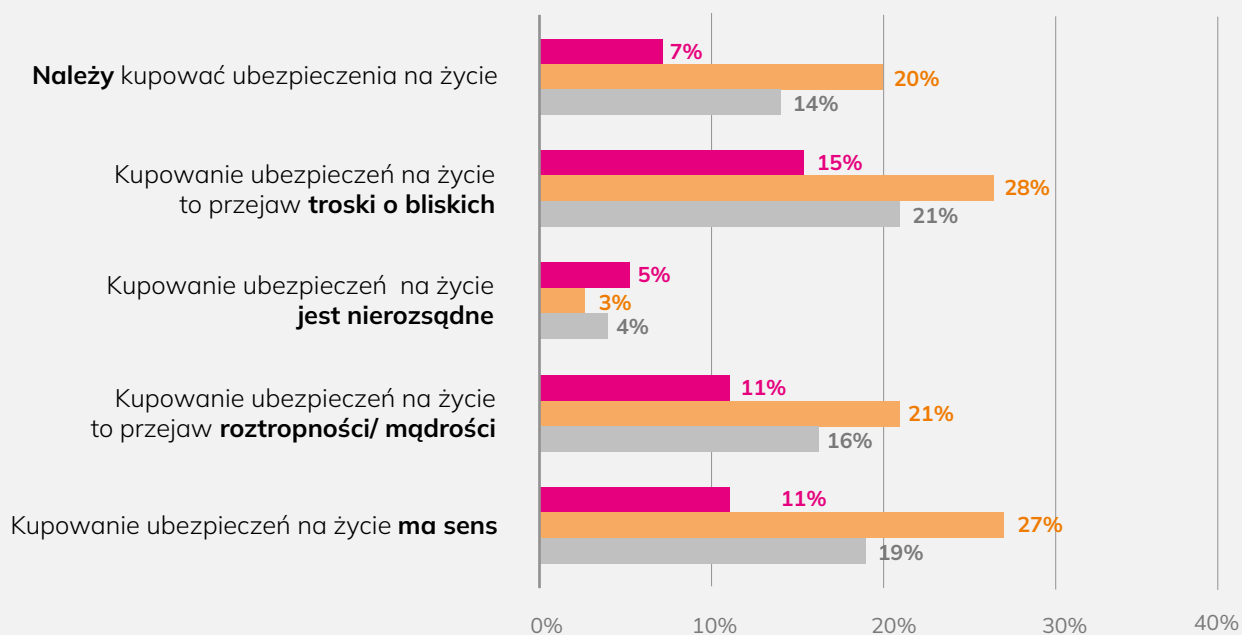
Osoby bez polisy na życie



Osoby z polisą na życie



Ogółem



Co czujesz, gdy myślisz o ubezpieczeniu na życie?

Emocje sprzyjające zakupom

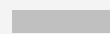
N = 1537



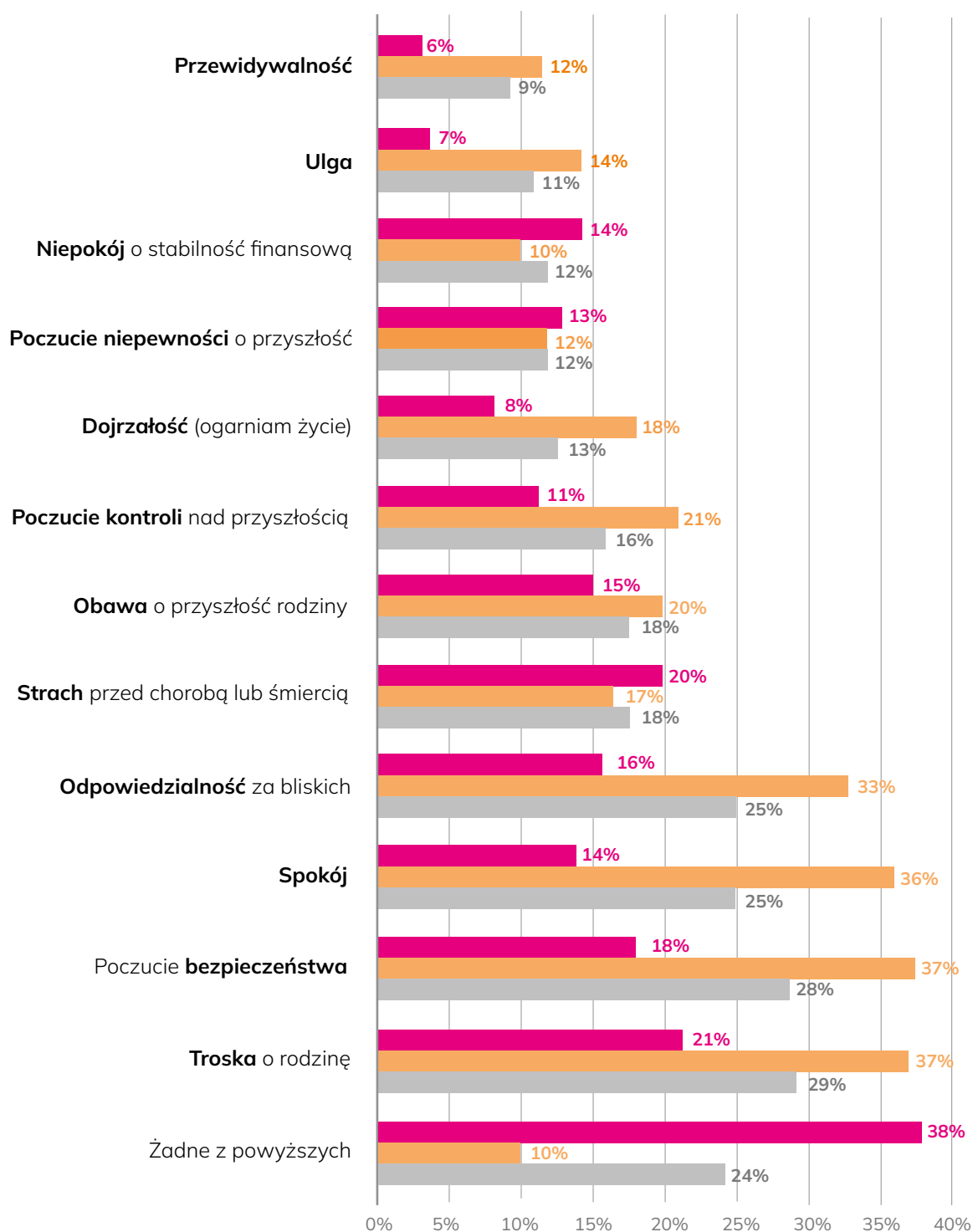
Osoby bez polisy na życie



Osoby z polisą na życie



Ogółem



Rozdział II

Największym konkurentem polisy jest słowo „później”

Są decyzje ważne i są decyzje pilne. Ubezpieczenie na życie należy do tej pierwszej grupy, ale nie trafia do drugiej. Wśród osób bez polisy **27%** mówi wprost: „pomyślę o tym później”. To nie jest wyraźne „nie”. To odłożona bezterminowo decyzja.

Mechanizm „nie pilne, choć ważne” ma dwa wymiary: emocjonalny i poznawczy. Pierwszy wiąże się z unikaniem trudnego tematu. Ubezpieczenie uruchamia myśli o chorobie, śmierci, wypadku i o tym, co mogłoby stać się z bliskimi. Dopóki nic złego się nie dzieje, łatwiej tych pytań nie otwierać, a odłożenie decyzji przynosi natychmiastową ulgę.

27%

osób bez polisy mówi:
„pomyślę o tym później”

Drugi poziom dotyczy tego, jak układamy priorytety. **16%** badanych uważa, że inne sprawy są ważniejsze, **12%** zakłada, że ubezpieczeniem może zająć się w przyszłości, a **11%** nie traktuje tej decyzji jako czegoś „na teraz”. Polisa przegrywa więc z wydatkami, które mają konkretny cel i termin: mieszkaniem, samochodem, wakacjami czy edukacją dzieci. Rzadziej jest postrzegana jako zabezpieczenie tych planów, czyli coś, co zwiększa szansę ich realizacji, gdy wydarzy się coś nieprzewidzianego.

Tak powstaje **korek decyzyjny**. Temat jest ważny, ale trudny. Koszt polisy jest konkretny i ponoszony dziś, podczas gdy znaczenie dla ochrony długoterminowych celów jest łatwe do przeoczenia. Ryzyko jest realne, ale dopóki nic się nie wydarzy, wydaje się odległe.

Komunikacja ubezpieczeń na życie powinna odchodzić od straszenia śmiercią, chorobą i nieszczęśliwymi zdarzeniami. Paradoksalnie taki przekaz może wzmacniać skłonność do odkładania decyzji, bo wywołuje dyskomfort. Tym bardziej, że brak działania nie wiąże się z natychmiastowymi konsekwencjami, więc prokrastynacja staje się bardzo silnym mechanizmem.

Skuteczniej jest pokazywać, co człowiek zyskuje już dziś. Polisa daje nie tylko ochronę na przyszłość, ale także większy spokój, poczucie sprawczości i świadomość, że zadbało się o bliskich. Pomaga też chronić niezależność i życiowe plany, gdy wydarzenia potoczą się inaczej, niż zakładaliśmy. To na tych korzyściach warto budować komunikację. Inaczej >zajmę się tym później< łatwo zmienia się w >nigdy<.

dr hab. Katarzyna Sekścińska,
profesor UW, Research&Insight Studio

Brak polisy na życie nie zawsze jest równoznaczny ze świadomym odrzuceniem ochrony. Często oznacza decyzję, która nigdy nie stała się wystarczająco pilna.

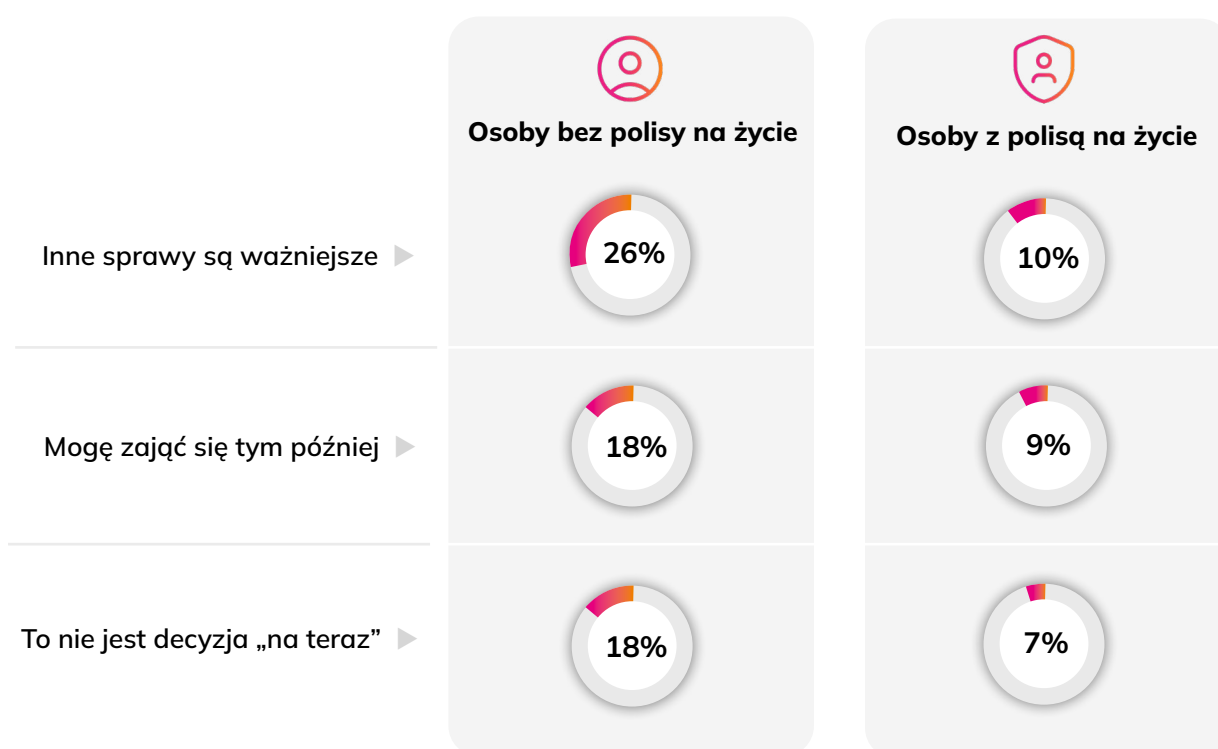
Decyzja potrzebuje swojego momentu

Odkładanie decyzji może przerwać konkretna zmiana w życiu: pojawienie się dziecka, kredyt, zmiana pracy albo wzrost odpowiedzialności za rodzinę. W takich sytuacjach ryzyko przestaje być abstrakcyjne, a pytanie o ochronę staje się bardziej osobiste.

Dla rynku to praktyczna wskazówka. Nie chodzi o tworzenie presji ani o straszenie trudnymi scenariuszami. Chodzi o pomaganie ludziom rozpoznać moment, w którym warto zrobić pierwszy krok: sprawdzić swoje potrzeby, poznać dostępne możliwości i zobaczyć, jaka ochrona pasuje do ich sytuacji.

Osoby bez polisy na życie częściej odkładają decyzję

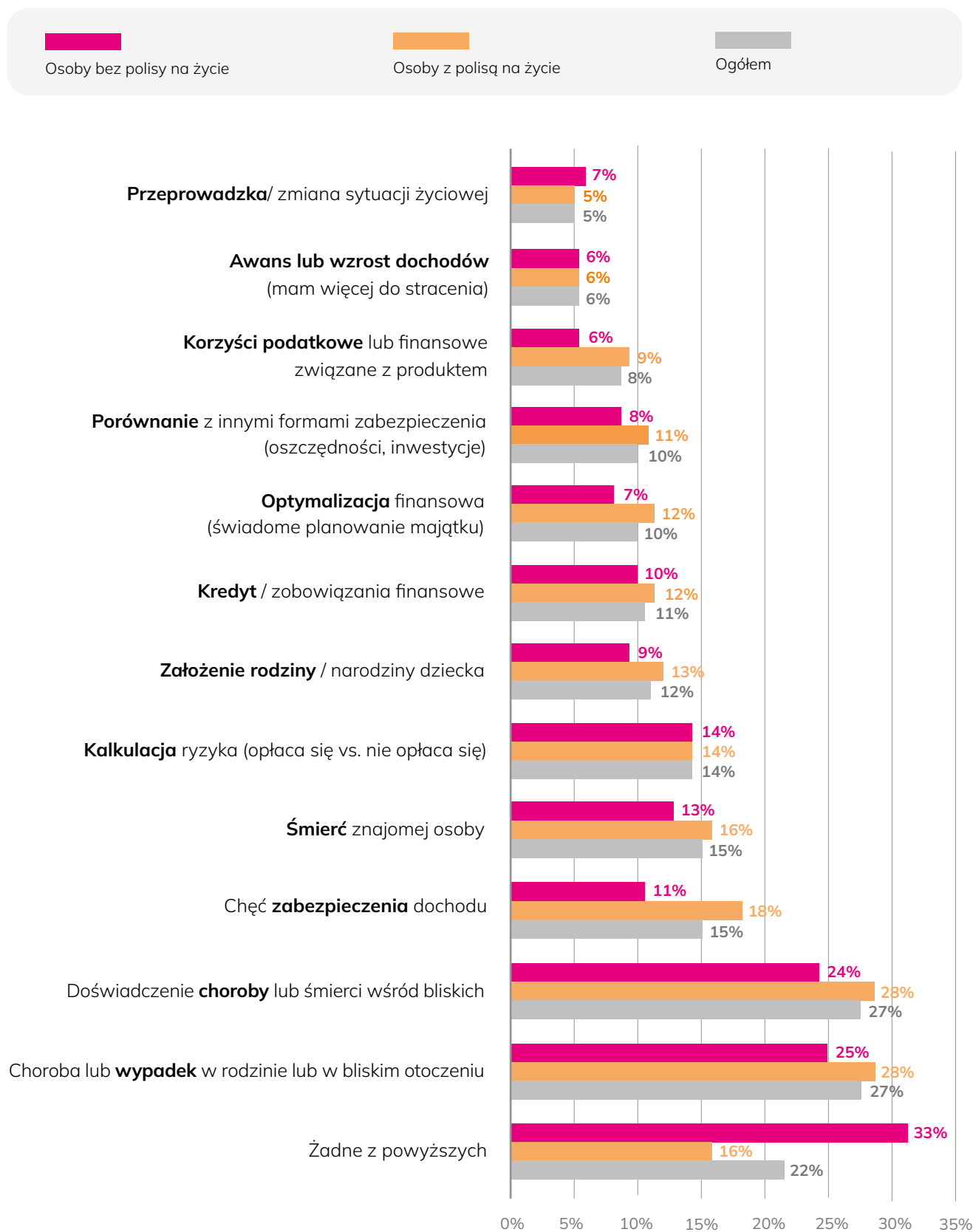
N=1537



Co cię motywuje do zakupu ubezpieczenia na życie?

Odpowiedzi z kategorii czynniki finansowe i społeczne

N = 1537



Dlaczego polisa na życie trafia do szuflady „później”?

Odsetek badanych, którzy wskazali wybrane bariery związane z odkładaniem decyzji o zakupie ubezpieczenia na życie

N=1537



Dlaczego **cena** boli bardziej niż brak ochrony?

Cena jest jedną z najmocniejszych barier zakupu ubezpieczenia na życie, ale samo stwierdzenie „za drogo” niewiele wyjaśnia. Dla części osób problem jest prosty: w domowym budżecie naprawdę brakuje miejsca na kolejny stały wydatek. Osoby bez polisy ponad dwa razy częściej niż jej posiadacze wskazują brak wystarczających środków. Częściej mówią też, że mają pilniejsze wydatki. Składka konkuruje więc z rachunkami, ratami i bieżącymi potrzebami, które trudno przesunąć na później. Ale „za drogo” nie zawsze znaczy tylko „nie stać mnie”. Czasem oznacza również: „nie widzę wystarczającego powodu, żeby za to płacić”.

Składka schodzi z konta co miesiąc, a braku ochrony zwykle nie widać. Dopóki nic się nie dzieje, łatwo pomyśleć: „płacę i nic z tego nie mam”. Korzyść z polisy klienci często sprowadzają do przyszłej wypłaty świadczenia. Tymczasem polisa zaczyna działać od razu: część finansowego ryzyka przejmuje ubezpieczyciel.

Natychmiastowym zyskiem z polisy jest więc poczucie spokoju i bezpieczeństwa. Ta wartość jest jednak trudniejsza do zauważenia niż składka, która regularnie znika z konta.

Ochrona ubezpieczeniowa nie ma materialnej postaci. Nie można jej zobaczyć ani używać na co dzień, dlatego jej rzeczywistą wartość łatwo przeoczyć. Tymczasem jej największym zyskiem jest świadomość, że bliscy są zabezpieczeni, i przekonanie, że nawet jeśli wydarzy się coś nieprzewidzianego, nie zostaniemy z problemem sami. Koszt polisy odczuwamy od razu, ale psychologiczne korzyści z jej posiadania często pozostają niedocenione.

dr hab. Katarzyna Sekścińska,
profesor UW, Research&Insight Studio

Części klientów rzeczywiście nie stać na dodatkowy stały koszt. Inni nie widzą wystarczającej wartości, żeby zrobić dla niego miejsce w budżecie. Dlatego sama informacja o wysokości składki i potencjalnym świadczeniu to za mało.

Nie wystarczy dziś mówić o składce albo wysokości potencjalnego świadczenia. Trzeba pokazywać, co ochrona zmienia od momentu zakupu: jakie ryzyko przejmuje, jakie zobowiązania zabezpiecza i przed jakimi finansowymi konsekwencjami chroni rodzinę.

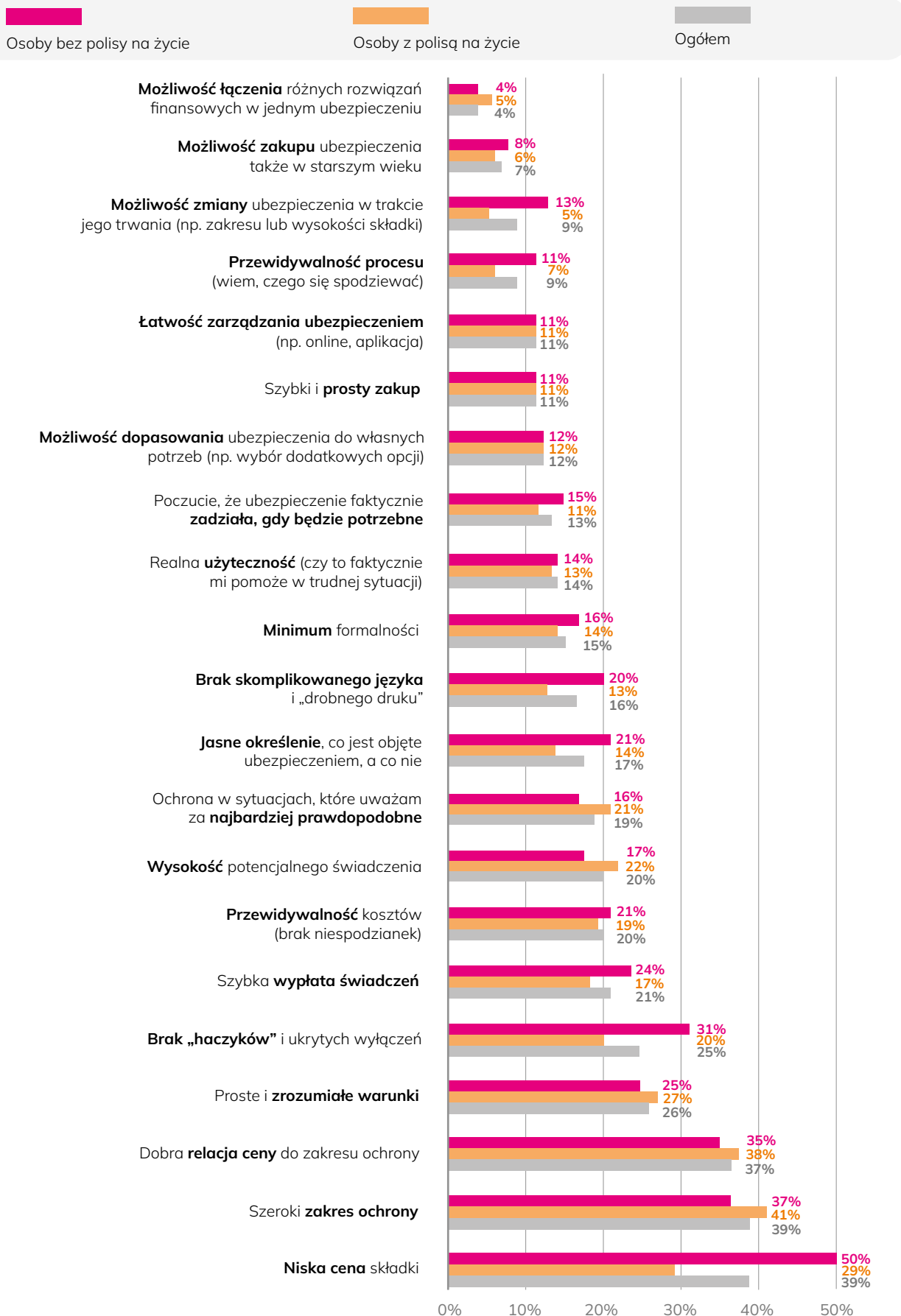
Małgorzata Kot,
członek zarządu Vienna Life



Odpowiedzią na barierę cenową nie jest wyłącznie niższa składka. Polisa nie musi być tylko tańsza, ale musi być też wystarczająco zrozumiała i potrzebna, żeby klient uznał, że warto zrobić dla niej miejsce w budżecie.

Co najprawdopodobniej wzięłbyś/ wzięłaś pod uwagę przy wyborze ubezpieczenia na życie?

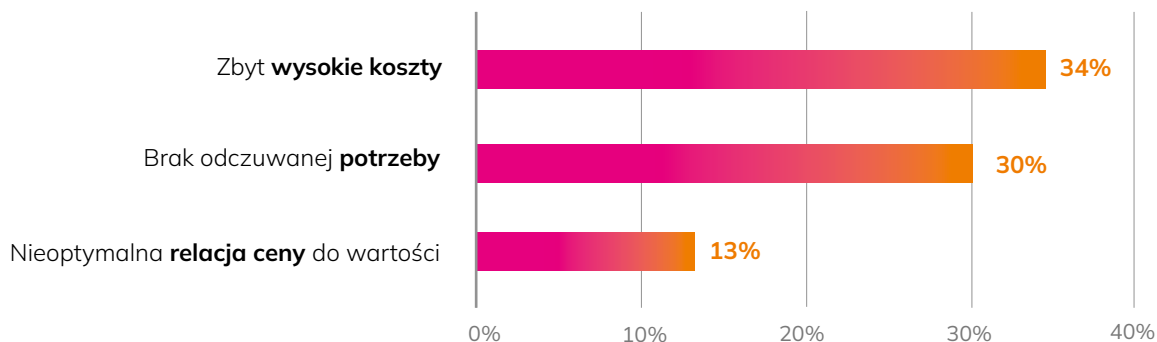
Osoby z ubezpieczeniem na życie mają większą wiedzę na temat stosunku zakresu do ceny
N = 1537



Dlaczego ludzie rezygnują z polisy?

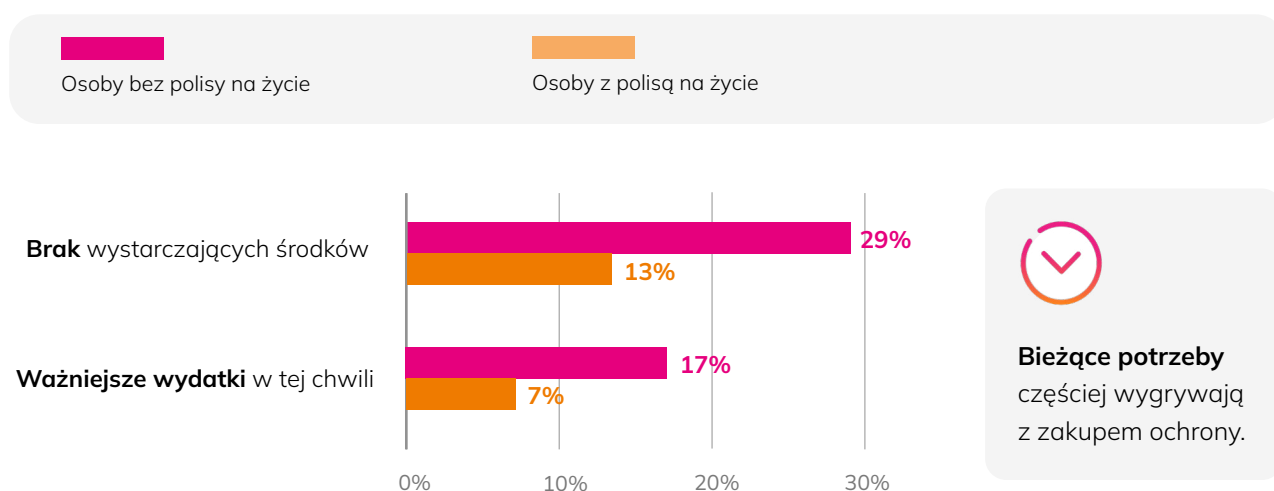
Trzy najczęściej wskazywane odpowiedzi

N=189



Finanse częściej blokują zakup polisy u osób bez ubezpieczenia na życie

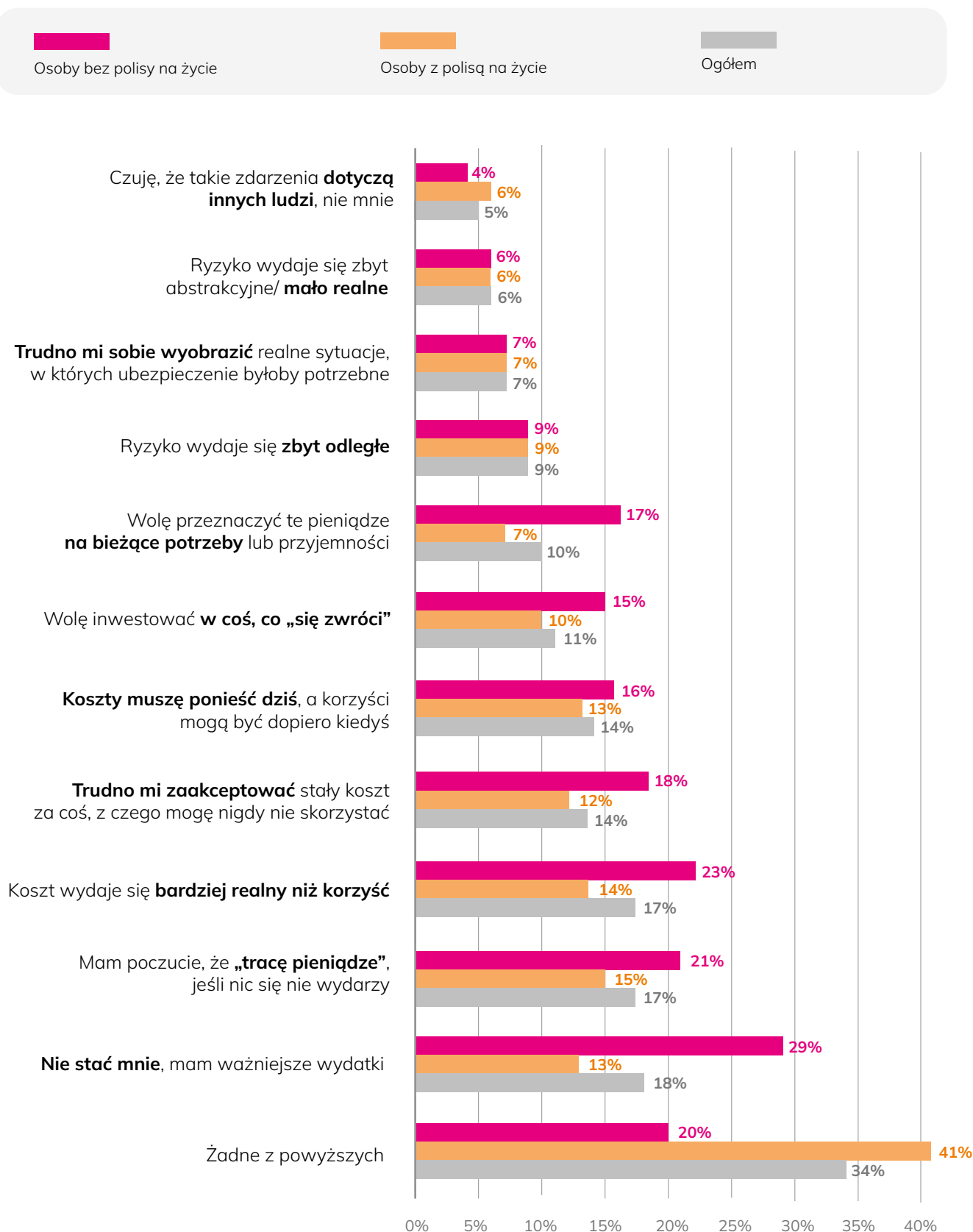
N=1537 (N=757 osoby bez ubezpieczenia na życie, N=780 osoby z ubezpieczeniem na życie)



Co cię zniechęca do zakupu ubezpieczenia na życie?

Odpowiedzi z kategorii ból płacenia i nieadekwatny obraz ryzyka

N = 1537



Dlaczego zrezygnowałeś z ubezpieczenia na życie?

N = 189



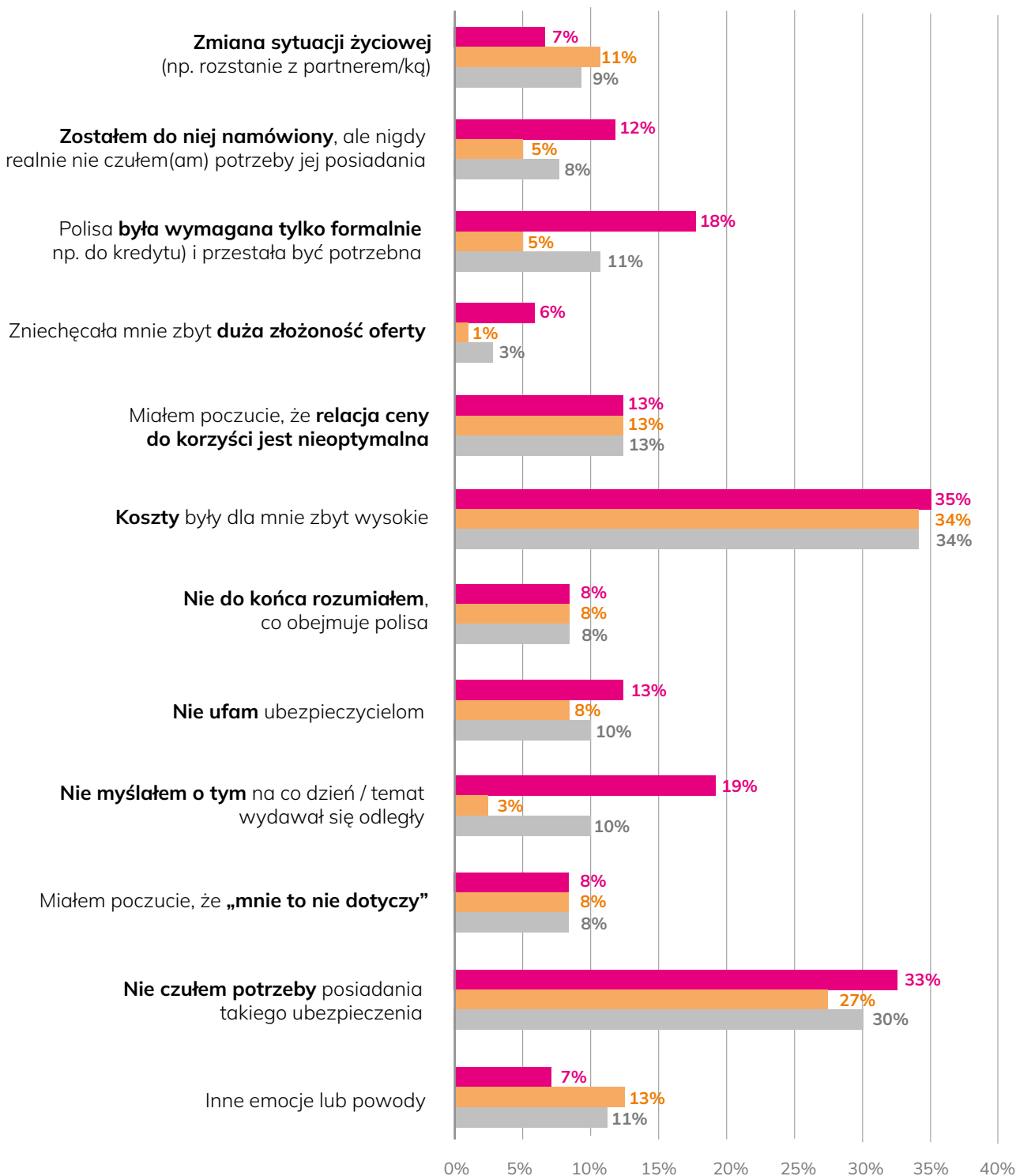
Z doświadczeniem wymaganego zakupu



Z doświadczeniem dobrowolnego zakupu

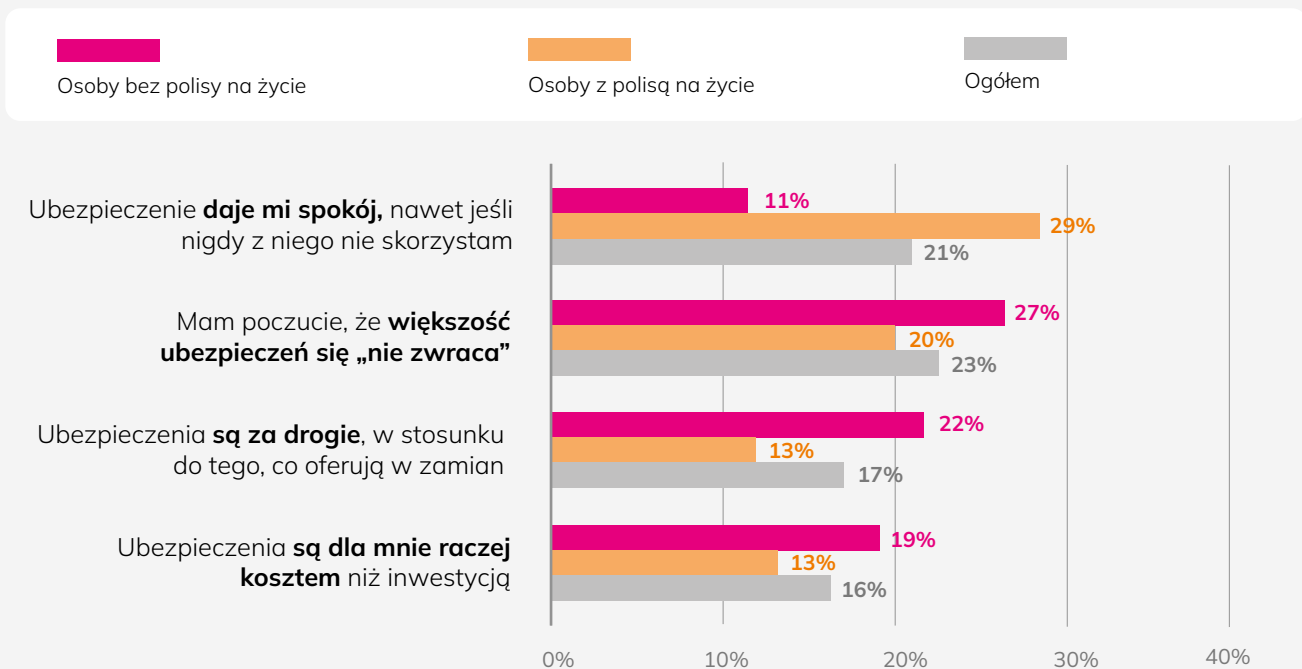


Ogółem



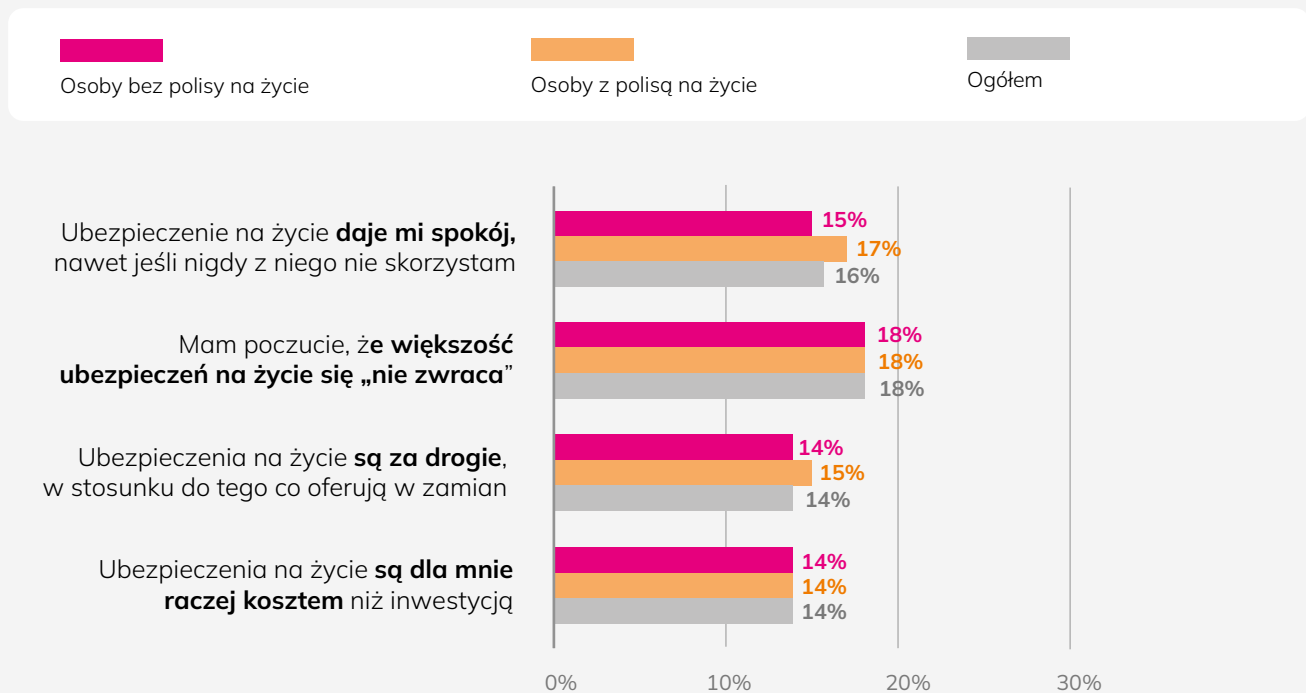
Przekonania na temat ubezpieczeń – postrzegana wartość ubezpieczenia

N = 1537



Przekonania na temat ubezpieczeń na życie – postrzegana wartość ubezpieczenia

N = 1537



Co czujesz, gdy myślisz o ubezpieczeniu na życie?

Nieufność i dystans

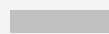
N = 1537



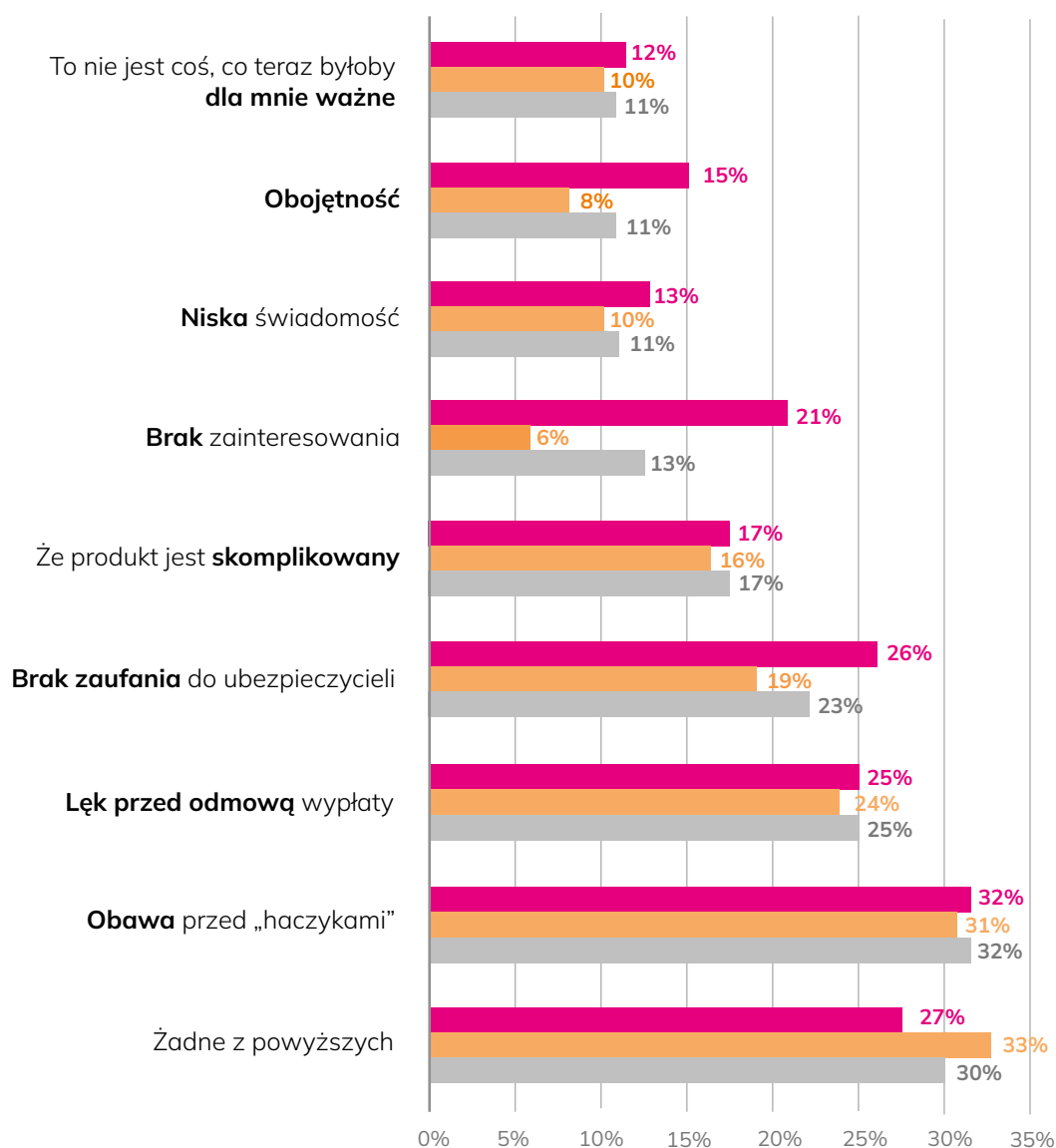
Osoby bez polisy na życie



Osoby z polisą na życie



Ogółem



Rozdział IV

Klient chce ochrony, ale **nie ufa** zasadom

Polisa ma zmniejszać niepewność. Tymczasem często przesuwają ją z pytania „co stanie się z moimi bliskimi?” na pytanie „czy ochrona rzeczywiście zadziała, gdy będzie potrzebna?”. Największa obawa nie dotyczy zatem samego produktu. Klient boi się, że najważniejszy zapis, wyłączenie albo warunek ujawni się dopiero przy zgłoszeniu roszczenia. Że dziś kupuje ochronę, ale jej prawdziwe granice pozna dopiero wtedy, gdy wydarzy się coś złego.



Najbardziej ludzki lęk:

„Boję się, że kiedy naprawdę będę potrzebować tej polisy, okaże się, że jednak nie działa”.

Obawę przed „haczykami” w umowie wskazuje **32%** badanych. Co czwarty nie ma pewności, czy ubezpieczyciel wypłaci świadczenie, a **23%** deklaruje brak zaufania do firm ubezpieczeniowych. Nie chodzi wyłącznie o trudny język dokumentów. Klient może rozumieć pojedyncze zapisy, a mimo to nie wiedzieć, jak zadziałają razem. Czy jego sytuacja mieści się w zakresie ochrony? Czy nie podlega wyłączeniu? Jakie dokumenty będą potrzebne? Od czego ostatecznie zależy decyzja o wypłacie? W tej niepewności pojawia się poczucie nierówności: firma zna mechanizm polisy, klient zna tylko jego fragmenty. Im trudniej samodzielnie przewidzieć wynik, tym łatwiej podejrzewać, że ubezpieczyciel wie coś, czego klient nie wie.

Skąd bierze się niepewność?

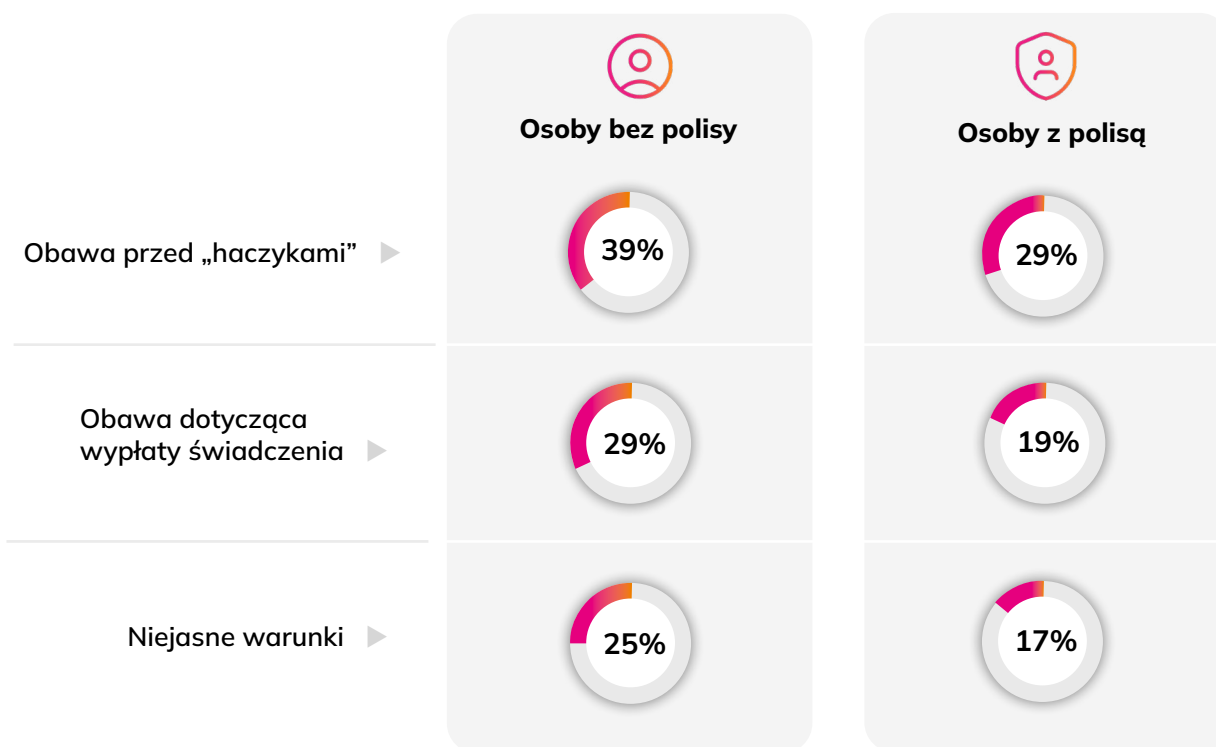
- Z niejasnych warunków.
- Z trudności w odniesieniu ich do własnej sytuacji.
- Z obawy przed formalnościami.
- Z zasłyszanych/ przeczytanych w internecie historii, które nieporównywalnie częściej wyrażają niezadowolenie niż zadowolenie.

Zakup ubezpieczenia na życie nie kończy problemu z zaufaniem. Wprawdzie wątpliwości są silniejsze wśród osób bez ubezpieczenia, ale nie znikają po zakupie. Także część posiadaczy polis obawia się wyłączeń, niejasnych zasad i odmowy wypłaty. To ważny sygnał dla rynku. Zaufanie nie powstaje w chwili podpisania umowy. Musi być budowane przez cały czas jej trwania i potwierdzone wtedy, gdy klient zgłasza roszczenie.

Obawy nie znikają po zakupie

Posiadanie polisy zmniejsza obawy, ale ich nie usuwa

N=1537 (N=757 osoby bez ubezpieczenia na życie, N=780 osoby z ubezpieczeniem na życie)

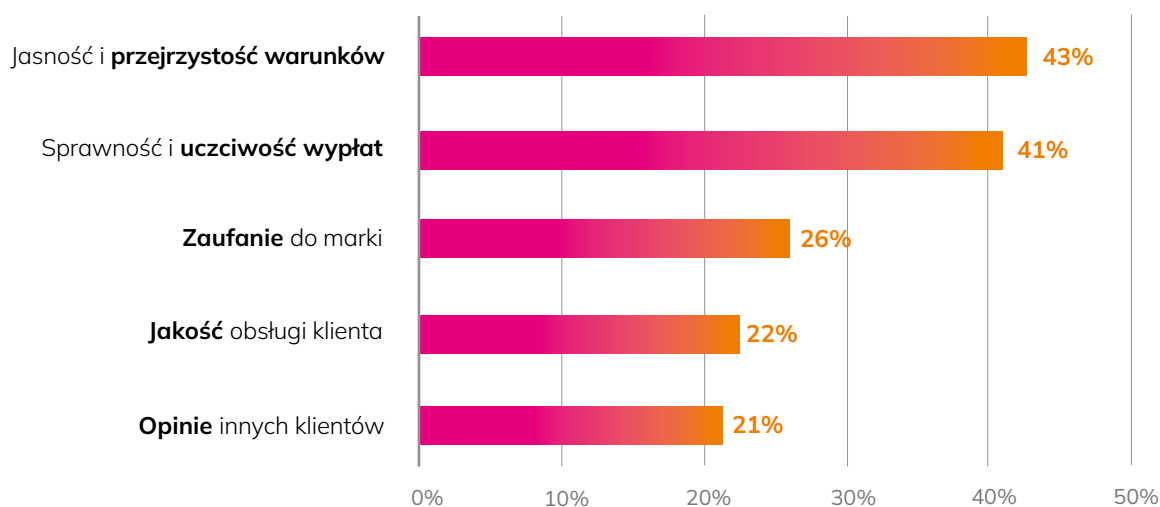


Co jest najważniejsze przy wyborze ubezpieczyciela?

Zaufanie zaczyna się od jasnych zasad, a potwierdza przy wypłacie

5 najczęściej wskazywanych odpowiedzi (pytanie wielokrotnego wyboru)

N=1537



Prosta komunikacja nie jest tylko modą. Klient powinien rozumieć zarówno co kupuje, jak i to, co wydarzy się później: jak wygląda obsługa, zgłoszenie roszczenia, weryfikacja dokumentów i decyzja o wypłacie.

Justyna Sabała,

dyrektorka Biura Zarządzania Relacjami i Doświadczeniem Klientów, Vienna Life

Klient, gdy samodzielnie nie potrafi ocenić mechanizmu ochrony, szuka potwierdzenia u innych: w doświadczeniach bliskich oraz w rozmowie z doradcą. Konkretna historia i wyjaśnienie odniesione do jego sytuacji mogą być bardziej przekonujące niż ogólna deklaracja firmy. Relacja z doradcą nie zastąpi jednak jasnych zasad działania produktu.

Jeszcze przed zawarciem umowy klient powinien wiedzieć:

- co obejmuje ochrona,
- gdzie przebiegają jej granice,
- jakie są najważniejsze wyłączenia,
- co trzeba zrobić po zdarzeniu,
- jakie dokumenty będą potrzebne,
- od czego zależy decyzja o wypłacie.

Transparentna karta polisy

Zanim klient podejmie decyzję, powinien otrzymać proste odpowiedzi na sześć pytań:

1. Co dokładnie obejmuje ochrona?
2. W jakich sytuacjach świadczenie zostanie wypłacone?
3. Kiedy może nie zostać wypłacone?
4. Jakie są najważniejsze wyłączenia?
5. Jak wygląda zgłoszenie zdarzenia i dalszy proces?
6. Gdzie można uzyskać pomoc?



Marka może obiecać wiele, ale zaufanie zaczyna się wtedy, gdy klient rozumie zasady i wie, że firma będzie się ich trzymać.

Rozdział V

Wiedza a pewność wyboru

Klient może przeczytać kilka artykułów, sprawdzić ofertę i porównać warianty, a mimo to nadal nie wiedzieć, co właściwie powinien wybrać. Wie więcej niż na początku, ale niekoniecznie czuje się bliżej decyzji.

Wiedza o ubezpieczeniach na życie zwykle pojawia się dopiero wtedy, gdy coś uruchamia temat: rozmowa, zmiana sytuacji życiowej, oferta albo konkretne pytanie. Aż **48%** badanych deklaruje, że na co dzień nie szuka informacji.

Gdzie zatrzymuje się decyzja?



Nie jest więc tak, że brak wiedzy powoduje odrzucenie ubezpieczenia na życie. Klient może rozumieć, czym jest suma ubezpieczenia, czym różnią się warianty i jakie elementy można dodać do polisy. Nadal jednak może nie wiedzieć:

- jakiego zakresu naprawdę potrzebuje,
- które różnice mają znaczenie w jego sytuacji,
- jaki poziom ochrony będzie wystarczający,
- z czego może zrezygnować bez poczucia, że podejmuje złą decyzję.

Informacja opisuje sam produkt. Do podjęcia decyzji potrzebna jest jeszcze ocena, co z tego produktu ma znaczenie dla konkretnego człowieka. Dlaczego jedno rozwiązanie pasuje do jego sytuacji lepiej niż inne.

Więcej informacji nie zawsze ułatwia decyzję. Gdy przybywa wariantów, parametrów i warunków, klient może poczuć się zagubiony. Jeśli nie potrafi samodzielnie ocenić konsekwencji wyboru, rośnie obawa przed popełnieniem błędu, a wraz z nią ryzyko paraliżu decyzyjnego. Wtedy zamiast wybrać, odkładamy decyzję. Trudniej też zaufać rozwiązaniu, którego nie rozumiemy. W takim momencie człowiek nie potrzebuje kolejnych danych, lecz prostego wyjaśnienia, poczucia, że rozumie swoją sytuację i wie, dlaczego dane rozwiązanie jest dla niego odpowiednie. Dopiero wtedy informacja może stać się podstawą decyzji, a nie kolejną barierą.

dr hab. Katarzyna Sekścińska,
profesor UW, Research&Insight Studio

Pewność częściej przychodzi od ludzi niż z komunikatów

Przy podejmowaniu decyzji badani częściej ufają znajomym, rodzinie, doradcom i własnym doświadczeniom niż stronom internetowym czy komunikatom firm. Ludzie nie tylko przekazują informacje. Pomagają odnieść je do konkretnej sytuacji, ocenić wybór i zamienić wiedzę w pewność, że decyzja ma sens. Kanały ubezpieczycieli odgrywają inną rolę: dobrze zaprojektowane strony, kalkulatory, formularze i porównania powinny pomagać zawęzić dostępne możliwości, wyjaśniać znaczenie najważniejszych różnic i pokazywać, z czego wynika proponowane rozwiązanie.

Informacja zaczyna naprawdę pomagać dopiero wtedy, gdy prowadzi człowieka od „rozumiem, czym to jest” do „wiem, co wybrać dla siebie”.



CO RYNEK PRZEKAZUJE KLIENTOWI?

- suma ubezpieczenia
- umowa dodatkowa
- wyłączenia
- wariant A / B / C / D
- porównaj 12 parametrów



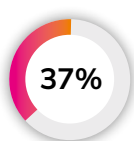
CZEGO POTRZEBUJE KLIENT?

- co chcę chronić
- jaki zakres pasuje do mojej sytuacji
- które elementy są najważniejsze
- z czego mogę zrezygnować
- po czym poznam, że ten wybór ma sens

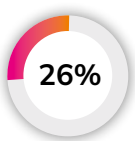
Gdzie zatrzymuje się decyzja?

Dane dla osób bez polisy, które weszły w proces rozważania zakupu

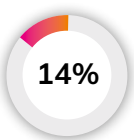
N = 308



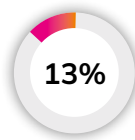
na rozważaniu



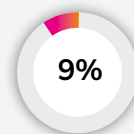
na poszukiwaniu informacji



po otrzymaniu oferty



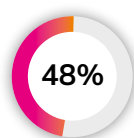
tuż przed decyzją



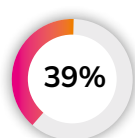
zakończyło proces zakupem

Jak Polacy zdobywają wiedzę o ubezpieczeniach na życie?

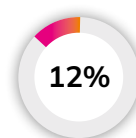
N=1537



doczytuje, gdy coś
ich zainteresuje



dowiaduje się
przypadkowo

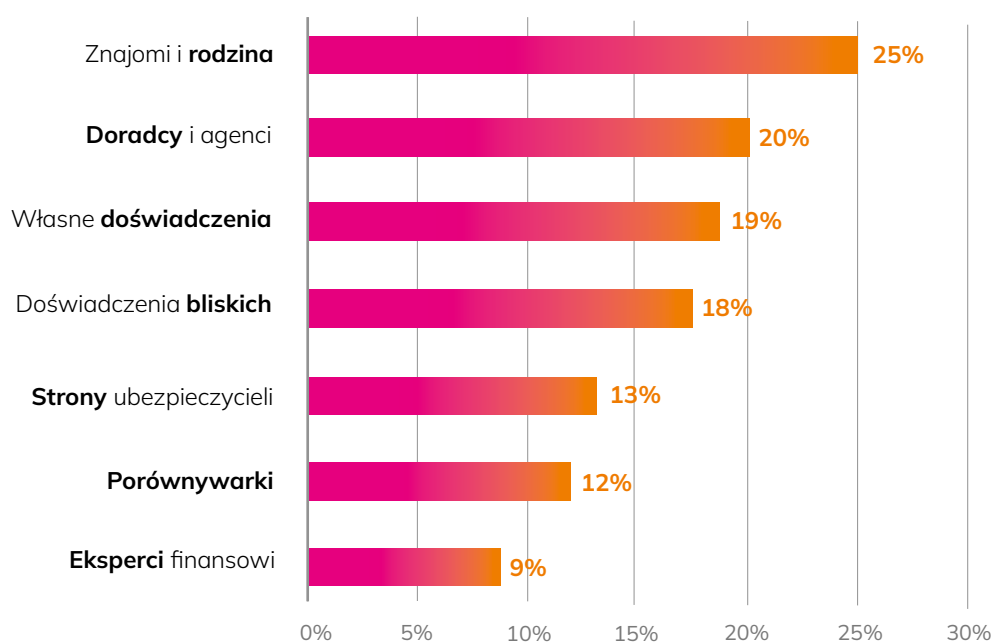


aktywnie
i systematycznie
szuka informacji

Komu ufamy, gdy szukamy wiedzy?

Pytanie wielokrotnego wyboru

N=1136 (tylko osoby, które wskazały, że korzystają z jakichkolwiek źródeł wiedzy)



Rozdział VI

Ochrona na autopilocie

Polisa na życie często pojawia się przy okazji pracy, kredytu albo innego zobowiązania. Daje wtedy realną ochronę, ale nie zawsze staje się świadomą częścią planu finansowego. Człowiek wie, że jest ubezpieczony, choć często nie sprawdza, co dokładnie obejmuje polisa, kiedy działa i co stanie się z nią po zmianie sytuacji.

Posiadanie polisy może być przezroczyste

Widać to szczególnie wśród osób, które miały ubezpieczenie dlatego, że było wymagane. Co trzecia z nich nie odczuwała potrzeby posiadania polisy, a prawie co piąta na co dzień w ogóle o niej nie myślała.



Polisa na życie była. Potrzeba nie zawsze

33% posiadaczy
nie odczuwało potrzeby ubezpieczenia

19% posiadaczy
na co dzień nie myślało o polisie

Jeśli ubezpieczenie na życie pojawia się wraz z pracą, kredytem czy innym zobowiązaniem, człowiek nie musi sam rozpoznać potrzeby ochrony. Nawet jeśli to on formalnie podejmuje decyzję, często kierują nim zewnętrzne okoliczności, a nie własna, świadomie odczuwana potrzeba. Może więc nie dostrzegać, co właściwie chroni polisa i dlaczego jest to dla niego ważne. Dlatego takie ubezpieczenie łatwo staje się przezroczyste – jest, ale nie przykuwa uwagi.

dr hab. Katarzyna Sekścińska,
profesor UW, Research&Insight Studio

To nie znaczy, że taka ochrona ma mniejszą wartość. Polisa związana z pracą lub kredytem może być pierwszym realnym zabezpieczeniem i prostym sposobem wejścia w świat ubezpieczeń. Żeby jednak nie zniknęła wraz ze zmianą sytuacji, człowiek musi wiedzieć, co właściwie ma i co może zrobić dalej.

Firmowy program daje dostęp do ochrony bez konieczności samodzielnego szukania produktu. To duża wartość. Może też skłonić człowieka, by po raz pierwszy sprawdził, jakie ryzyka są ważne dla niego i jego rodziny. Dlatego komunikacja nie może kończyć się na informacji: «jesteś ubezpieczony». Potrzebne są proste odpowiedzi: co obejmuje polisa, czego nie obejmuje, kiedy można z niej skorzystać i co stanie się z ochroną po zmianie pracy. Inaczej łatwo stracić ją z oczu.

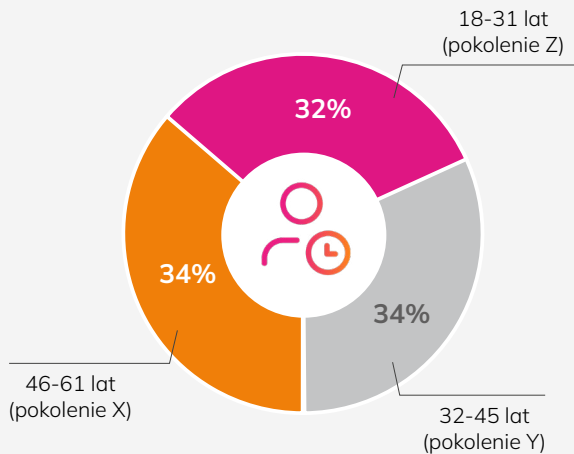
Piotr Tański,
członek zarządu Vienna Life

Pierwsza polisa nie musi wynikać ze świadomie rozpoznanej potrzeby. Może jednak sprawić że, człowiek po raz pierwszy naprawdę sprawdzi, jakiej ochrony potrzebuje i czy ta, którą ma, jest wystarczająca.

Charakterystyka próby

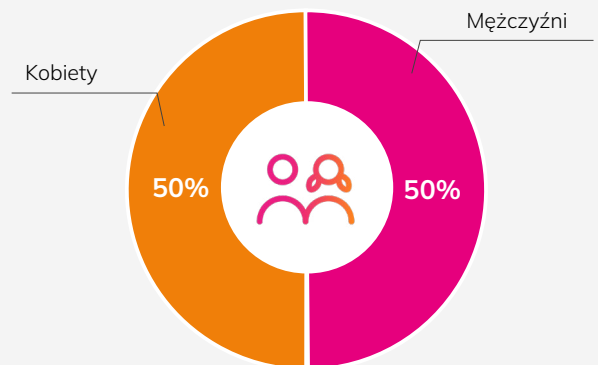
Wiek respondentów

N = 1537



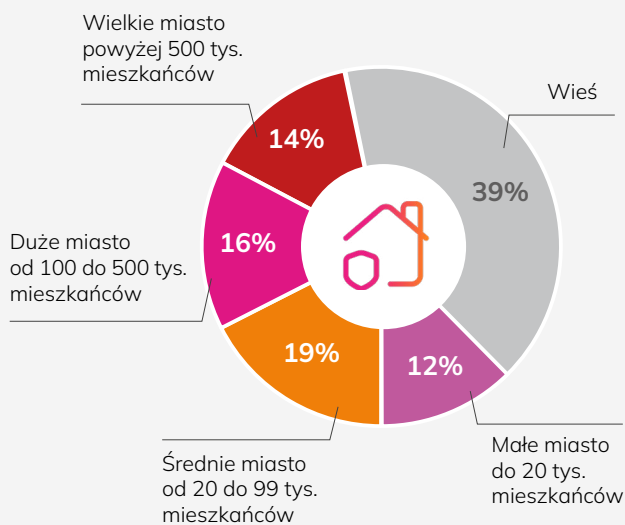
Płeć respondentów

N = 1537



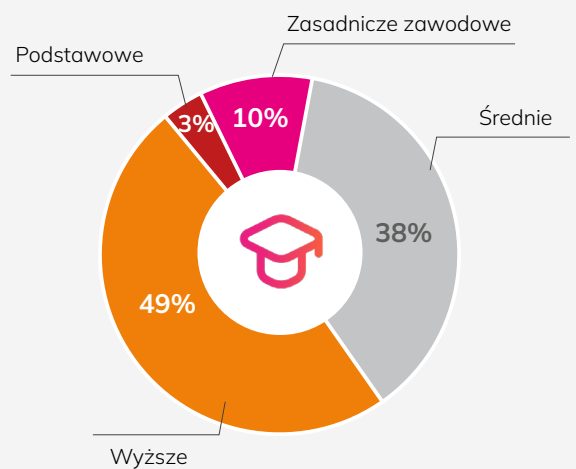
Wielkość miejsca zamieszkania

N = 1537



Wykształcenie

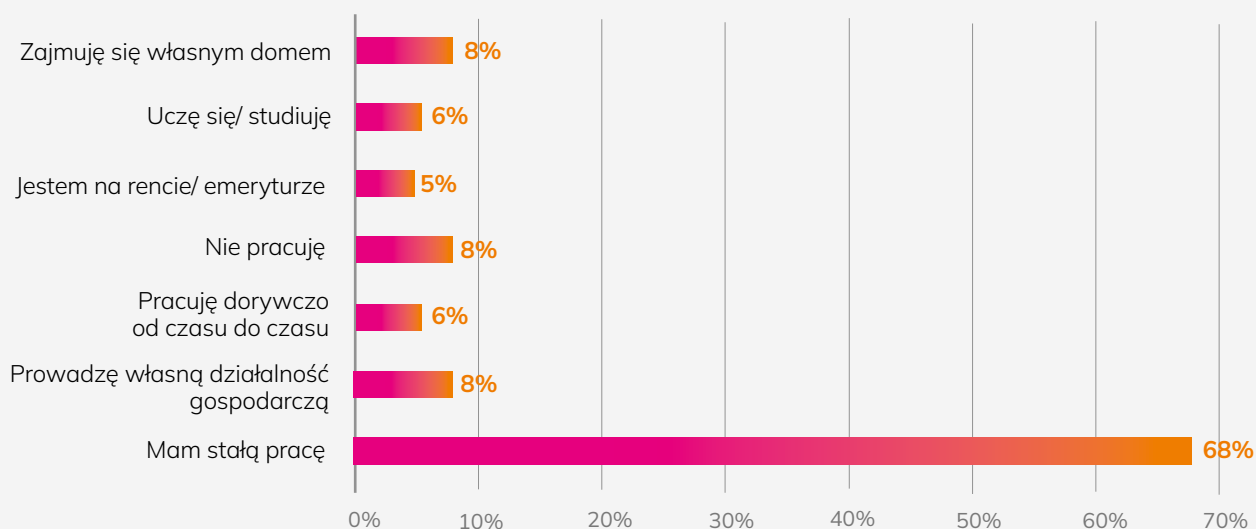
N = 1537



Jaka jest Twoja aktualna sytuacja zawodowa

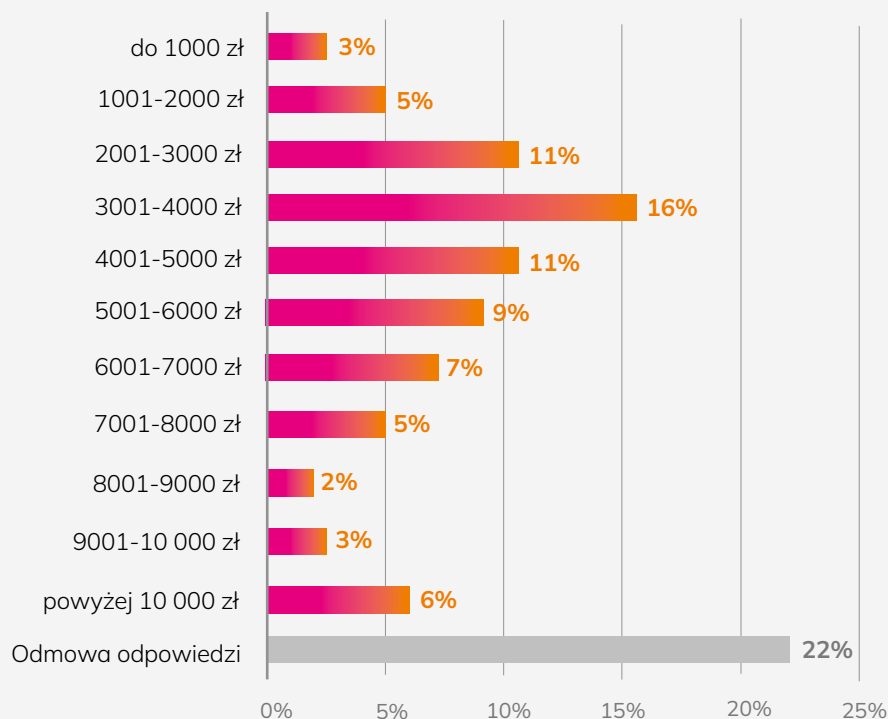
Pytanie wielokrotnego wyboru

N = 1537



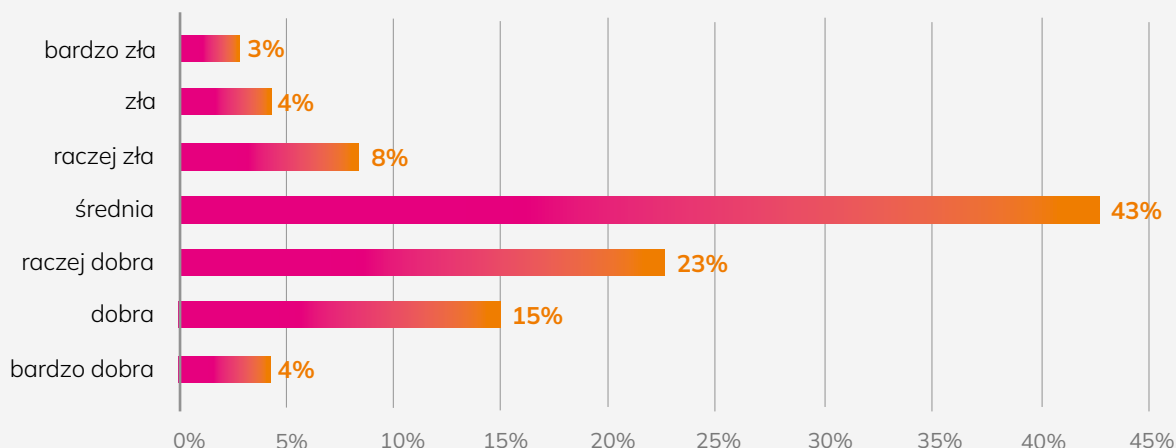
Dochód netto na osobę w gospodarstwie domowym

N = 1537



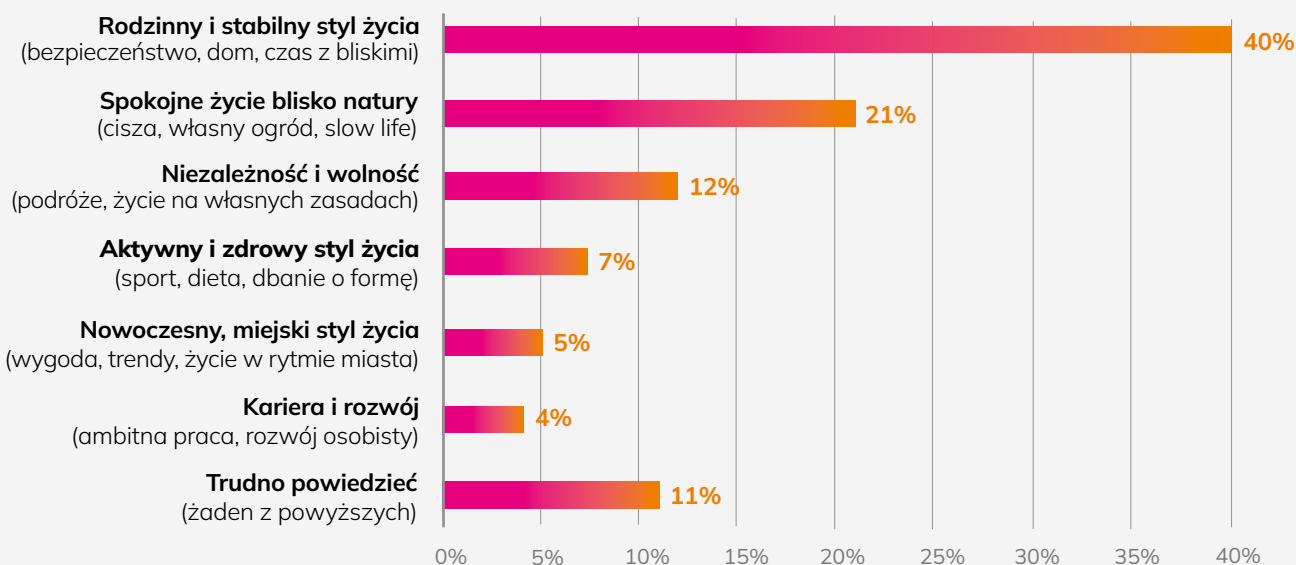
Subiektywna ocena sytuacji finansowej

N = 1537



Który z poniższych stylów życia najbardziej odpowiada temu, do czego dążysz?

N = 1537



N = 1537

	Płeć			Pokolenie			Wielkość miejsca zamieszkania				
	RAZEM	Kobieta	Mężczyzna	Z	X	Y	wieś	małe miasto	średnie miasto	duże miasto	wielkie miasto
Posiadacze ubezpieczenia na życie	51%	50%	52%	51%	51%	51%	48%	57%	52%	53%	47%
Nieposiadający ubezpieczenia na życie	49%	50%	48%	49%	49%	49%	52%	43%	48%	47%	53%