

Česká asociace pojišťoven posiluje komunikaci přínosů životního pojištění. V Česku ho má sjednáno jen 51 % lidí

12.2.2024 - | Česká asociace pojišťoven

Podle aktuálního průzkumu České asociace pojišťoven má pouhých 51 % Čechů sjednané životní pojištění. Ve srovnání s ostatními evropskými zeměmi jde o podprůměrné procento pojištěnců, přičemž v majetkovém pojištění je tento rozdíl menší. Ukazuje se tak, že si řada lidí spíše pojistí svůj hmotný majetek než finanční jistotu při rizikách, jako jsou úraz a dlouhodobá pracovní neschopnost, nebo zajištění rodiny pro případ úmrtí. Česká asociace pojišťoven se rozhodla na to upozornit vyprávěním skutečných příběhů lidí.

Kampaň „Životko se vyplatí“ zpracovává skutečné příběhy lidí, kterým životní pojištění pomohlo. S reálnými prožitky aktérů se mají možnost ztotožnit i ostatní a tím zaujmout nový postoj k životním rizikům a možnostem jejich krytí pojištěním.

Tématu životního pojištění se Česká asociace pojišťoven věnuje dlouhodobě a poslední kampaň podobného rozsahu („Počítej se mnou“) běžela v roce 2021. Jejím cílem bylo upozornit veřejnost na důležitost pojištění proti rodinné ztrátě a následnému výpadku jednoho z příjmů domácnosti. Kampaň opět byla pojata netradičně – stěžejním kanálem byl krátký film režírovaný Olmem Omerzu, podpořený vizuálem napodobujícím tabulkové výpočty rodinného rozpočtu a jeho zápornými výslednými čísly po úmrtí jednoho z členů rodiny.

„Životní pojištění a jeho jednotlivé formy dnes dokážou pokrýt většinu obav z rizik, které život přináší, včetně pojištění na péči ve stáří apod. Nadále jsou ale klíčové dlouhodobá pracovní neschopnost, úraz a zajištění rodiny v případě úmrtí jejího člena. Naše aktivita má vést také k tomu, aby lidé více vnímali, že životní pojištění je instrument, který z vás do značné míry setřese obavy ‚co kdyby?‘ a umožní vám svobodnější a jistější život,“ říká Milada Veselá, vedoucí komunikace ČAP.

Život za to stojí

V loňském roce pomohlo životní pojištění necelému půlmilionu Čechů v životní nouzi, pojištěnci obdrželi v součtu kolem 10 miliard korun. „To je zhruba o 760 milionů korun více než v roce 2022. Zároveň jde o nejvyšší vyplacený objem za období počínaje rokem 2020,“ uvádí Petr Jedlička, hlavní analytik ČAP. Přestože 92 % vyplacených pojistných událostí tvořily úrazy, na celkovém součtu se podílely jen ze 60 %. Zbytek vyplacené částky, tedy 3,9 mld. Kč, dostali pojištěnci v případech úmrtí, invalidity či dlouhodobého onemocnění.

Magdaléna, Iveta a Ladislav

Příběhy kampaně „Životko se vyplatí“ se věnují lidem, kterým pojištění pomohlo usnadnit nelehkou situaci. Magdaléně přineslo chronické onemocnění a dlouhá pracovní neschopnost vážné dopady na rodinu. „Po úplně běžné operaci se objevily komplikace. Ta operační rána se začala rozpadat. Takže neplánovaná hospitalizace a pak měsíce doma. Díky životku jsem zalepila díru v rozpočtu, a navíc pokryla i náklady na syna,“ popisuje Magdaléna v jednom ze spotů. Iveta se pak stala obětí srážky s vozidlem, která jí způsobila vážná zranění a na dlouhou dobu ji vyřadila z běžného života. „Díky životku mi zůstal klid i finanční rezerva,“ doplňuje 78letý Ladislav, který je posledním vypravěčem svého skutečného příběhu a který čelil následkům dopravní nehody. Se všemi příběhy se mohou lidé

seznámit na stránce <https://www.zivotkosevyplati.cz>. Přehledný web také nabízí odpovědi na nejčastější dotazy týkající se životního pojištění.

O průzkumu:

Průzkum České asociace pojišťoven *Vnímání pojišťovnictví* realizovala nezávislá výzkumná agentura SC&C. Sběr dat proběhl ve dnech 17.-22. 3. 2023 a zúčastnilo se ho 1026 respondentů ve věku 18-71 let v reprezentativním zastoupení podle pohlaví, věku, vzdělání, ekonomické aktivity, kraje a velikosti obce bydliště.

Data za rok 2023 představují odhad na základě dostupných statistik při zohlednění doby potřebné k nahlášení pojistné události ze strany klienta. Tato lhůta se v praxi pohybuje v řádu měsíců, a data za rok 2023 tedy ještě na počátku ledna 2024 nejsou úplná.

<https://www.cap.cz/tiskove-centrum/tiskove-zpravy/9224631-pojistovny-lidem-loni-vyplatily-temer-10-miliard-za-urazy-zavazna-onemocneni-ci-umrti>

Název kampaně: Životní pojištění se vyplatí

Klient: Česká asociace pojišťoven

Agentura: McCann Prague

Jan Binar CEO

Martin Svetlík creative director

Michal Míka account director

Kristýna Sopúšková account manager

Jan Suda media director

Daniela Klapálková media & channels junior

Tereza Víznerová art director

Štěpán Benyovszký copywriter

Jitka Baldwin head of media production

Štěpán Zálešák režisér

Dagmar Flimmelová art buyer

Patrik Klema fotograf

Jan Cabalka DOP

<https://www.cap.cz/tiskove-centrum/tiskove-zpravy/9224642-ceska-asociace-pojistoven-posiluje-komunikaci-prinosu-zivotniho-pojisteni-v-cesku-ho-ma-sjednano-jen-51-lidi>