Warszawa, 09.07.2025

**Balcia Insurance oddaje głos pokoleniu Z i pomaga im odnaleźć się w świecie ubezpieczeń**

**Jak młodzi Polacy postrzegają bezpieczeństwo i ubezpieczenia? Balcia Insurance postanowiła sprawdzić to u źródła. Firma przeprowadziła ogólnopolskie badanie wśród przedstawicieli generacji Z, aby poznać ich potrzeby, obawy i oczekiwania wobec ubezpieczeń. Aby pomóc im lepiej nawigować w tym świecie, Balcia Insurance stworzyła "Ściągę z ubezpieczeń" – prosty, przejrzysty i pełen praktycznych wskazówek przewodnik, który rozwiewa mity, odpowiada na pytania i ułatwia podjęcie świadomej decyzji o ochronie swojego zdrowia, majątku i przyszłości.**

Pokolenie Z to młodzi, świadomi konsumenci, którzy cenią bezpieczeństwo, ale podchodzą do ubezpieczeń z dużą rezerwą. Insurtech Balcia Insurance postanowiła ich wysłuchać i dowiedzieć się, jak postrzegają ten produkt, jakie mają obawy i czego oczekują od firm ubezpieczeniowych. W tym celu, we współpracy z firmą badawczo-analityczną Zymetria, firma przeprowadziła ogólnopolskie badanie wśród osób w wieku 18-30 lat.

Wyniki? 84% młodych Polaków uważa ubezpieczenia za ważne, a 81% czuje się dzięki nim bezpieczniej. Jednocześnie jednak aż 52% respondentów obawia się, że firmy ubezpieczeniowe będą unikały wypłaty odszkodowań, a 41% wskazuje na ukryte haczyki w umowach. Młodzi chcą się zabezpieczać, ale jednocześnie boją się skomplikowanych warunków, ukrytych kosztów i nieprzejrzystych procedur. W odpowiedzi na te obawy Balcia Insurance stworzyła [„Ściągę z ubezpieczeń",](https://www.instagram.com/balciapl/p/DKyyF-CN5ZG/) która ma pomóc młodym ludziom lepiej zrozumieć świat ubezpieczeń i podejmować świadome decyzje.

**Młodzi a ubezpieczenia**

Generacja Z jest pragmatyczna i ostrożna – chce podejmować rozsądne decyzje finansowe, ale jednocześnie nie lubi podejmować ryzyka. Ceni sobie elastyczność, transparentność i intuicyjność. Młodzi chcą dopasować ubezpieczenie do swojego stylu życia – krótkoterminowe polisy, opcje subskrypcyjne czy możliwość wyboru konkretnego zakresu ochrony.

Mimo że pokolenie Z nie odrzuca ubezpieczeń, to czuje się przytłoczone ilością ofert, niejasnymi warunkami i formalnościami. To sprawia, że rezygnują z zakupu, mimo że w głębi duszy wiedzą, że ubezpieczenie jest ważne. Lubią proste i szybkie rozwiązania, ubezpieczenia dostępne przez [aplikacje mobilne np. Balcia](https://www.balcia.pl/pl/app#not-boring-cta), bo są po prostu wygodne. Można tam w kilka minut kupić polisę, aktywować ją i mieć wszystkie dokumenty zawsze przy sobie – bez drukowania i stresu.

**„Ściąga z ubezpieczeń" – przewodnik dla młodych**

Balcia Insurance, wychodząc naprzeciw potrzebom młodych klientów, opracowała [„Ściągę z ubezpieczeń"](https://www.instagram.com/balciapl/p/DKyyF-CN5ZG/) – prosty i przystępny przewodnik, który tłumaczy podstawowe zagadnienia związane z ubezpieczeniami. To zbiór praktycznych wskazówek, faktów oraz lifehacków, które pomagają rozwiać mity i znaleźć najlepsze rozwiązania dopasowane do stylu życia młodych ludzi.

*Ubezpieczenia to temat, który wciąż budzi wiele wątpliwości wśród młodych ludzi.* *Młodzi klienci oczekują od nas nie tylko dobrej oferty, ale też prostoty, transparentności i zrozumiałego języka. „Ściąga z ubezpieczeń" to nasza odpowiedź na ich potrzeby – przewodnik, który krok po kroku tłumaczy, jak odnaleźć się w świecie ubezpieczeń i podejmować mądre, świadome decyzje* – mówi Beata Grott, Dyrektor Balcia Insurance w Polsce.

W przewodniku znajdują się odpowiedzi na pytania:

* „Czy ubezpieczenia są drogie?” – jak znaleźć przystępne oferty i korzystać ze zniżek?
* „Jak wybrać dobre ubezpieczenie?” – na co zwracać uwagę, by uniknąć nieprzyjemnych niespodzianek?
* „Czy ubezpieczyciele naprawdę wypłacają odszkodowania?” – jak wybrać rzetelną firmę i nie dać się oszukać?
* „Jak uprościć zakup ubezpieczenia?” – gdzie znaleźć intuicyjne i szybkie sposoby na zakup polisy?

Balcia Insurance zachęca wszystkich młodych ludzi do pobrania bezpłatnego przewodnika i skorzystania z zawartych w nim wskazówek. „Ściąga z ubezpieczeń" jest dostępna dla każdego, kto chce lepiej zrozumieć świat ubezpieczeń i podejmować świadome decyzje o swojej przyszłości: <https://www.instagram.com/balciapl/p/DKyyF-CN5ZG/>.

*Badanie zrealizowane przez firmę badawczo-analityczną Zymetria na zlecenie Balcia Insurance Polska. Badanie przeprowadzono metodą jakościową (diady) oraz ilościową (CAWI) wśród przedstawicieli pokolenia Gen Z (18-30 lat). W ramach diad (N=10, 5 par) przeprowadzono rozmowy z osobami o różnym poziomie doświadczenia z ubezpieczeniami, natomiast w badaniu CAWI (N=504) uczestniczyła ogólnopolska, reprezentatywna próba młodych dorosłych.*

**Kontakt dla mediów**

Alicja Kosmalska, 38PR&Content Communication: [alicja.kosmalska@38pr.pl](mailto:alicja.kosmalska@38pr.pl)

*Balcia Insurance SE to renomowany łotewski insurtech z wieloletnim doświadczeniem, który sukcesywnie zdobywa pozycję lidera na rynkach krajów bałtyckich. W 2016 roku marka przeszła rebranding i odeszła od nazwy BTA, pod którą była znana w Polsce i innych kluczowych krajach Unii Europejskiej. W 2020 roku firma wprowadziła nową strategię biznesową, pozycjonując się jako ubezpieczyciel skoncentrowany na nowoczesnych rozwiązaniach. Balcia prowadzi działania w Niemczech, Polsce, Francji i Wielkiej Brytanii, dostosowując się do współczesnych trendów. Marka inwestuje w rozwój kadrowy stale dążąc do wzmocnienia różnych działów i utrzymania dynamiki wzrostu organizacyjnego.*

*Więcej informacji na www.balcia.pl*