



Consors
bank !

by BNP PARIBAS

Mit Sicherheit gut investiert: So unterscheiden sich Frauen und Männer bei der Geldanlage

Die Frauen-/Männer-Studie
der Consorsbank 2019

Wenn es um das Thema Geldanlage geht, verhalten sich Frauen und Männer unterschiedlich. Das haben in den vergangenen Jahren mehrfach Studien gezeigt. Das Ergebnis: Männer haben in der Regel mehr Geld zur Verfügung als Frauen und gehen bei ihren Investments traditionell mehr Risiken ein. Sie sind im Schnitt auch aktiver, kaufen und verkaufen häufiger ihre Wertpapiere. Dabei sind sie aber nicht zwangsläufig auch erfolgreicher als die Frauen.

Wie stellt sich der Frauen-Männer-Vergleich bei der Geldanlage im Jahr 2019 dar? Dazu hat die Consorsbank anonymisiert die Konten und Depots ihrer rund 1,5 Millionen Kunden analysiert. Da die Kunden der Consorsbank traditionell wertpapieraffin sind, spiegeln die Ergebnisse zwar nicht repräsentativ das Spar- und Anlageverhalten der gesamten deutschen Bevölkerung wider, geben jedoch Hinweise auf unterschiedliche Herangehensweisen und Ausprägungen im Vergleich der Geschlechter. Wo es nicht eigens erwähnt ist, beziehen sich die Ergebnisse jeweils auf den Stichtag 30. Juni 2019.

Die Untersuchung beschäftigt sich mit folgenden Fragen:

- Wie hoch ist der Frauen- bzw. Männeranteil unter den Kunden der Consorsbank, auch differenziert nach Produktpräferenzen und Altersgruppen?
- Welches Geschlecht verfügt über mehr Geld?
- Wie häufig kaufen und verkaufen Männer und Frauen Wertpapiere – bei der Einmalanlage oder auch im Rahmen von Sparplänen?
- Wie setzen sich die Wertpapierportfolios von Männern und Frauen zusammen? Wer setzt mehr auf Aktien, Fonds oder Anleihen?
- Gibt es bestimmte Aktien, die bei Männern oder bei Frauen höher im Kurs stehen?
- Und schließlich: wer ist mit seiner Strategie am erfolgreichsten und erzielt die höchste Performance?

1. Kundenstruktur nach Geschlecht	2
2. Kundenvermögen	6
3. Transaktionsverhalten	7
4. Portfoliostruktur	8
5. Die beliebtesten Aktien von Männern und Frauen...	10
6. Performance	12
7. Fazit	14

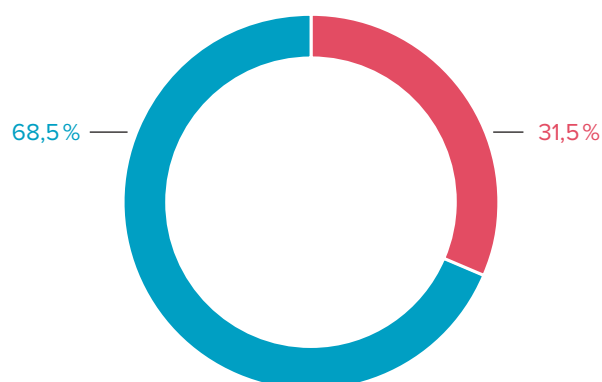
1. KUNDENSTRUKTUR

NACH GESCHLECHT

Anteil an den Gesamtkunden

Untersucht man, wie viele der Konten bei der Consorsbank einen Erstinhaber bzw. eine Erstinhaberin haben, dann dominieren die Männer: Mit 68,5% stellen sie gut zwei Drittel der Kontoinhaber, die Frauen folglich nur 31,5%. Dabei hat der Frauenanteil unter den Kunden der Consorsbank in den letzten 10 Jahren leicht zugenommen. Ende 2009 – also vor 10 Jahren – lag er noch bei 27,0%, vor fünf Jahren, Ende 2014, immerhin schon bei 29,4%.

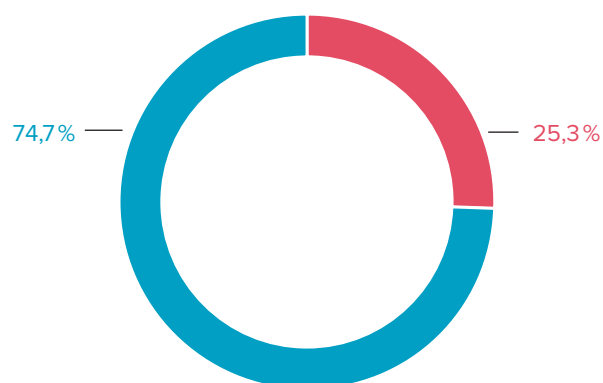
■ Männer ■ Frauen



Anteil an den Depotinhabern

Noch deutlicher wird der Abstand unter den Geschlechtern beim Blick auf die Inhaber von Wertpapierdepots: Hier liegt das Verhältnis aktuell bei 74,7% zu 25,3% zugunsten der Männer.

■ Männer ■ Frauen



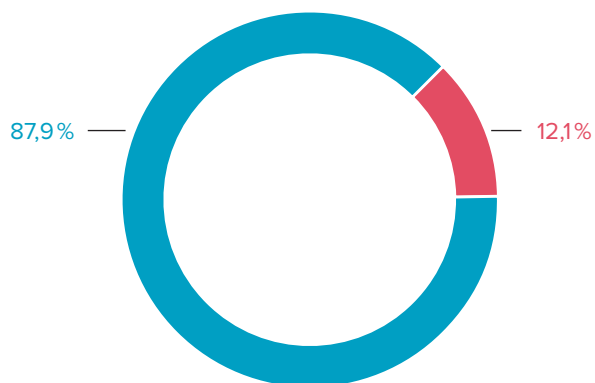
1. KUNDENSTRUKTUR

NACH GESCHLECHT

Anteil an den Tradingkunden (>20 Trades p.a.)

Betrachtet man die Trader, also Kunden, die im Jahr mehr als 20 Wertpapiertransaktionen durchführen, bilden Frauen eine Minderheit von nur 12,1%.

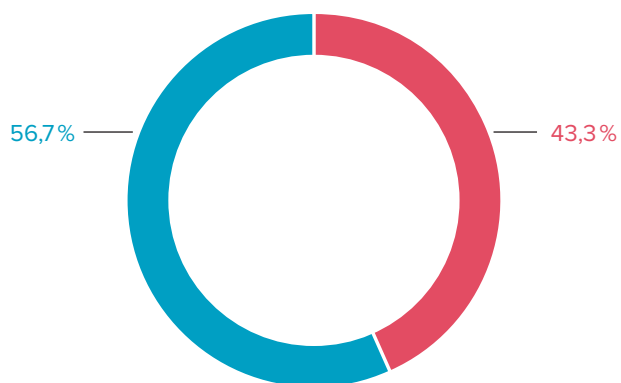
■ Männer ■ Frauen



Anteil an den Kunden mit Tagesgeldkonto

Anders sieht es dagegen bei den Kunden aus, die Tagesgeldkonten nutzen. Hier sind die Frauen mit 43,3% ebenfalls in der Minderheit, aber im Vergleich zur Gesamtkundenzahl überrepräsentiert.

■ Männer ■ Frauen



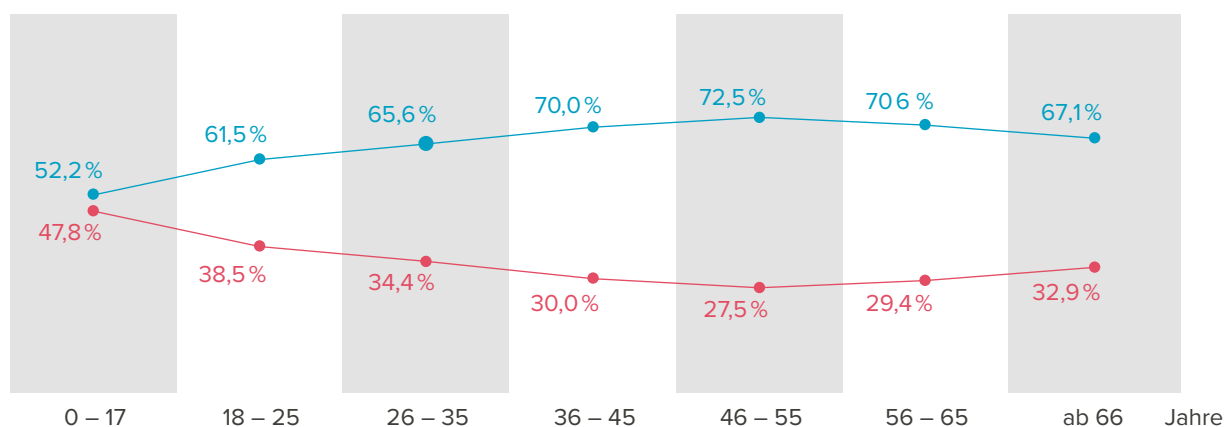
1. KUNDENSTRUKTUR

NACH GESCHLECHT

Geschlechteranteil nach Altersgruppen (alle Kunden)

Ein noch differenzierterer Blick ergibt sich, wenn man die Altersgruppen in die Auswertungen mit einbezieht:

● Männer ● Frauen



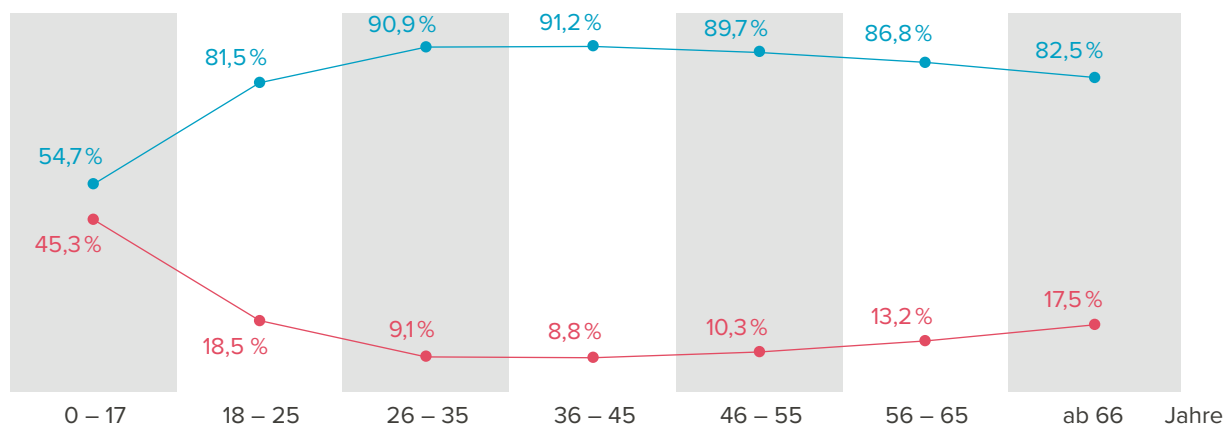
Unter allen Kunden gibt es bei den Junior-Kunden (unter 18 Jahren) mit einem Verhältnis von 52,2% zu 47,8% fast eine Geschlechterparität. Eltern und Großeltern sparen in gleichem Maße über Depots oder Tagesgeldkonten für ihre männlichen und weiblichen Nachkommen.

Geschlechteranteil nach Altersgruppen (nur Trader)

Betrachtet man jedoch die höheren Altersgruppen, dann geht die Schere zwischen Männern und Frauen immer weiter auseinander. Am größten ist der Abstand in der Gruppe der 46- bis 55-Jährigen, wo Männer 72,5% der Kunden stellen. Bei den noch Älteren nimmt der Anteil der Frauen wieder leicht zu. Einer der Gründe dafür ist sicherlich, dass Frauen eine höhere Lebenserwartung als Männer haben und mit zunehmendem Alter einen steigenden Anteil an der Gesamtbevölkerung bilden.

Besonders hoch ist der Männeranteil unter den Tradern, die über Wertpapiertransaktionen pro Jahr durchführen. In diesem Segment der besonders aktiven Kunden stellen die Männer in den Altersgruppen zwischen 26 und 45 Jahren sogar einen Anteil von mehr als 90%.

● Männer ● Frauen



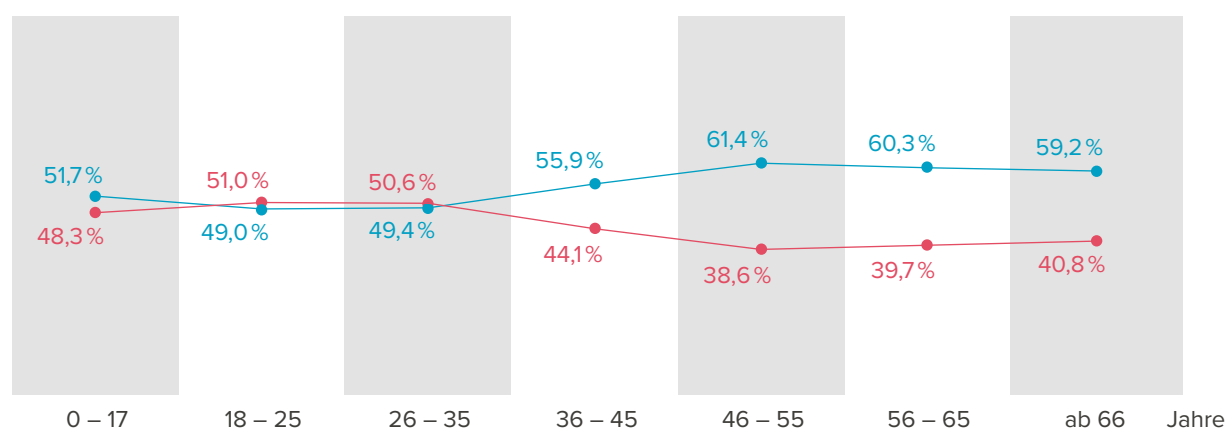
1. KUNDENSTRUKTUR

NACH GESCHLECHT

Geschlechteranteil nach Altersgruppen (nur Inhaber von Tagesgeldkonten)

Ein ganz anderes Bild ergibt sich, wenn man nur die Inhaber von Tagesgeldkonten betrachtet. Bei den 18- bis 35-Jährigen kehrt sich das Verhältnis um: In dieser Altersgruppe stellen die Frauen die Mehrheit der Inhaber von Zinskonten, obwohl sie insgesamt nur gut 30% der Kunden stellen. Dass Frauen überproportional auf – derzeit sehr niedrig verzinsten – Tagesgeldkonten setzen, weist auf ihr hohes Sicherheitsbedürfnis bei der Geldanlage hin.

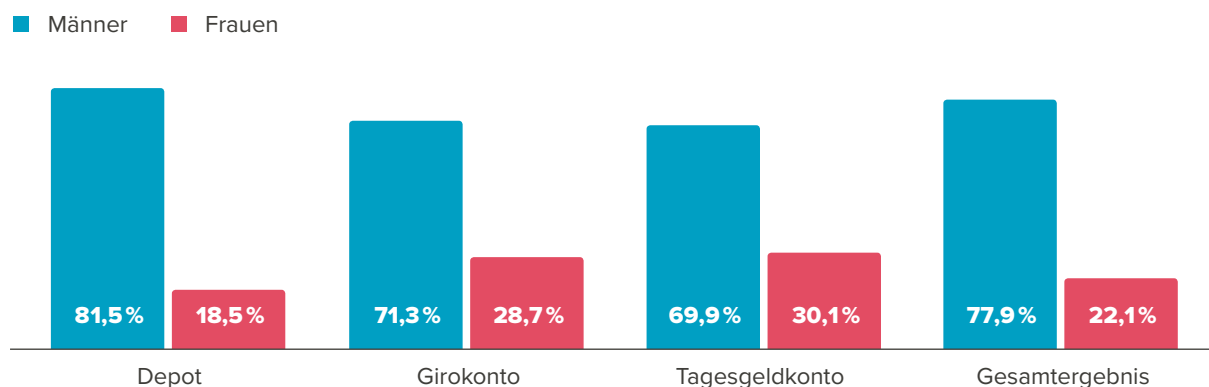
● Männer ● Frauen



2. KUNDENVERMÖGEN

Aufteilung des Kundenvermögens

Zur Erinnerung: 31,5% der Consorsbank-Kunden sind Frauen. Sie halten jedoch nur 22,1% des verwalteten Kundenvermögens.



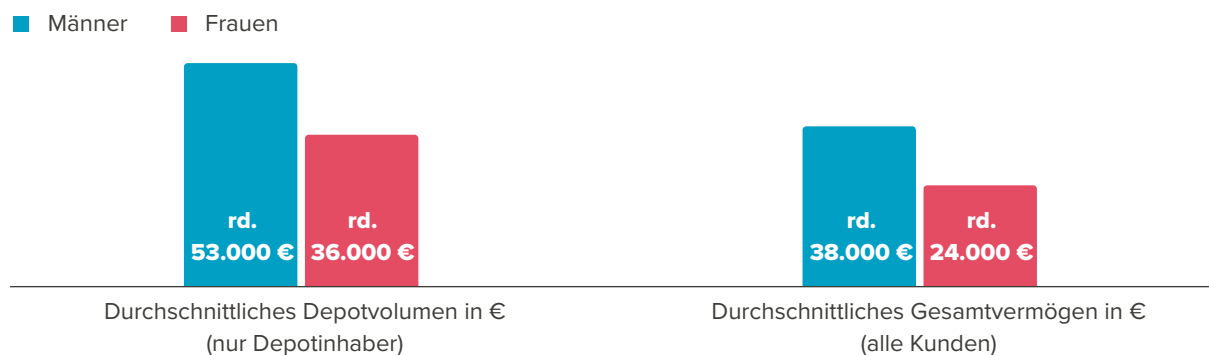
Frauenanteil an Kunden und Kundenvermögen

Ein ähnliches Bild ergibt sich, wenn man die einzelnen Kontoarten betrachtet. Der Anteil der Frauen am bei der Consorsbank verwalteten Vermögen ist jeweils deutlich geringer als ihr Anteil an den Kunden. Insgesamt verfügen die Frauen – auch über alle Kontoarten hinweg – über ein geringeres Vermögen als die Männer

	Frauenanteil an den Kunden	Frauenanteil am verwalteten Kundenvermögen
Gesamt	31,5%	22,1%
Wertpapierdepot	25,3%	18,5%
Girokonto	38,7%	28,7%
Tagesgeldkonto	43,3%	30,1%

Höhe des Vermögens bei der Consorsbank pro Kunde

Dieses Bild bestätigt sich bei einem Blick auf die durchschnittlichen Anlagesummen der Geschlechter:

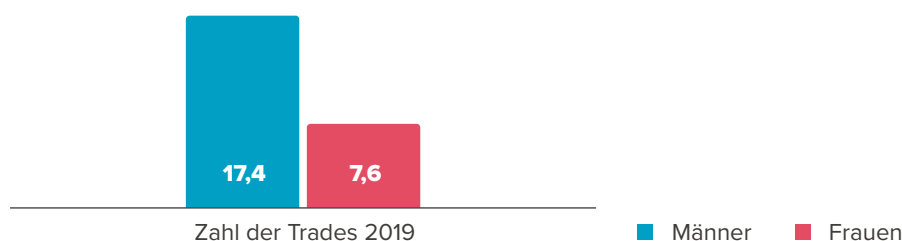


Beim durchschnittlichen Gesamtvermögen pro Kunde liegen die Frauen mit rund 24.000 Euro circa 38% unter den Männern (rund 38.000 Euro). Etwas geringer, aber immer noch beträchtlich, ist der Abstand beim durchschnittlichen Depotvolumen: Dieses ist bei den Frauen mit 36.000 Euro rund 32% niedriger als bei den Männern.

3. TRANSAKTIONSVERHALTEN

Zahl der Trades 2019 (Einmalanlage, hochgerechnet aus Halbjahreszahlen)

Männer sind in Sachen Wertpapiertransaktionen aktiver als Frauen. So führten Frauen im Jahr 2019 im Rahmen von Einmalanlagen durchschnittlich 7,6 Wertpapiertransaktionen durch (hochgerechnet auf Basis der Halbjahreszahlen 2019), Männer handelten dagegen 17,4 mal – mehr als doppelt so häufig.



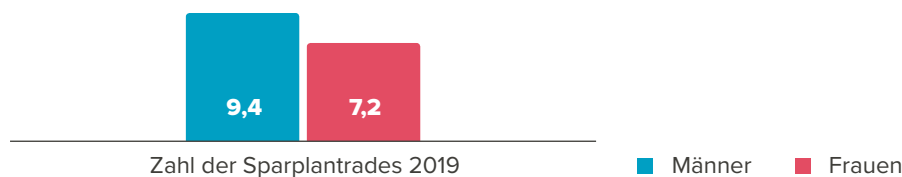
Durchschnittliche Tradegröße (Einmalanlage, in €)

Bei der Transaktionsgröße gibt es dagegen kaum einen Unterschied. Das Volumen pro Trade lag bei Frauen mit rund 5.430 Euro nur knapp 4% unter dem Wert der Männer.



Zahl der Sparplantrades 2019 (hochgerechnet aus Halbjahreszahlen)

Deutlich geringer ist der Abstand bei den Transaktionszahlen, wenn man die Sparplantrades betrachtet. Mit 7,2 zu 9,4 Sparplanausführungen pro Person liegen die Frauen „nur“ 23% hinter den Männern zurück – gegenüber 56% bei den Einmalanlagen.



Durchschnittliche Sparplan-Tradegröße (in €)

Ähnlich gering wie bei den Einmalanlagen ist die Differenz, wenn es um die „Ticketgröße“ geht. Pro Sparplanausführung investieren Frauen im Durchschnitt 183 Euro und damit nur rund 9% weniger als die Männer.

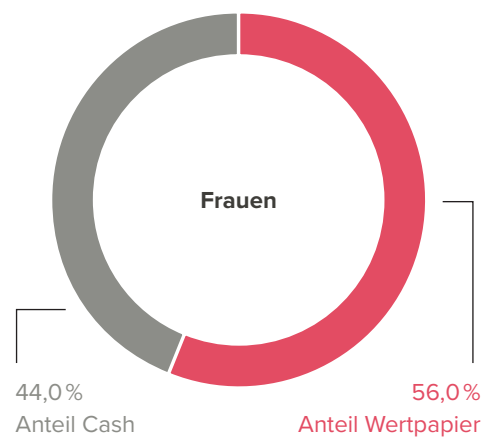
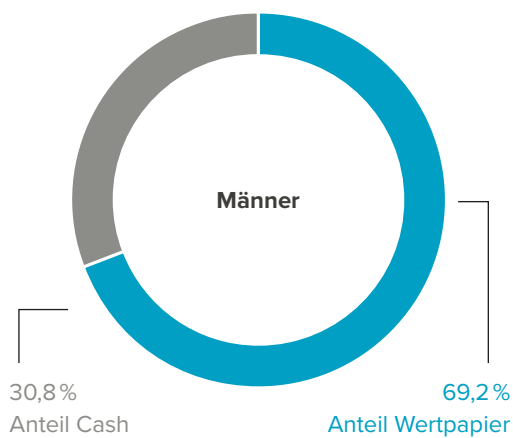


4. PORTFOLIOSTRUKTUR

Vermögenszusammensetzung Männer vs. Frauen

Die Consorsbank ist 1994 als Direktbroker gestartet und hat weiterhin einen Schwerpunkt auf dem Wertpapiergeschäft. Daher sind ihre Kunden traditionell sehr wertpapieraffin. So haben sie mehr als die Hälfte ihres bei der Consorsbank angelegten Vermögens in Wertpapiere investiert.

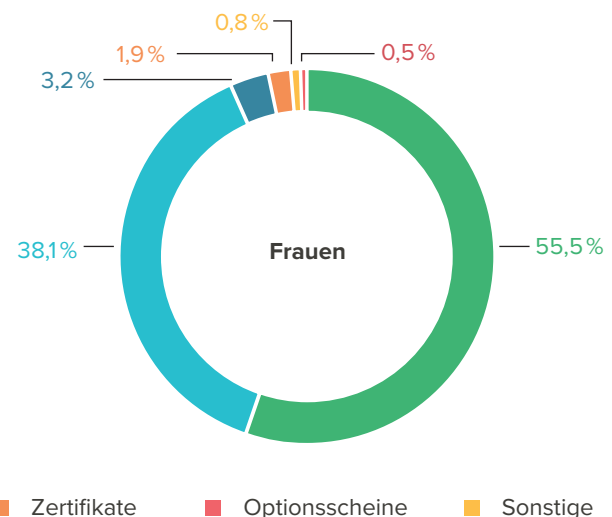
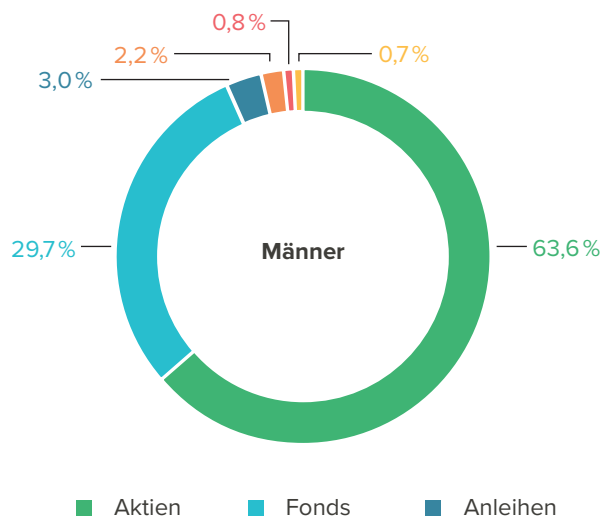
Der Wertpapieranteil ist bei Männern deutlich höher als bei Frauen: Sie haben 69,2% ihres Vermögens in Aktien, Fonds & Co. investiert, während es bei den Frauen „nur“ 56,0% sind.



Depotzusammensetzung Männer vs. Frauen

Auch der Blick auf die Wertpapierportfolios zeigt einen deutlichen Unterschied zwischen den Geschlechtern. Kunden der Consorsbank investieren traditionell überwiegend in Einzelaktien. Bei Männern machen diese 63,6% der Wertpapierportfolios aus. Das Depotvermögen der Frauen ist dagegen mit 55,5% nicht ganz so stark in Aktien investiert. Dagegen haben sie bei Investmentfonds deutlich die Nase vorn: 38,1% zu 29,7%. Während bei Anleihen und Zertifikaten die Anteile von

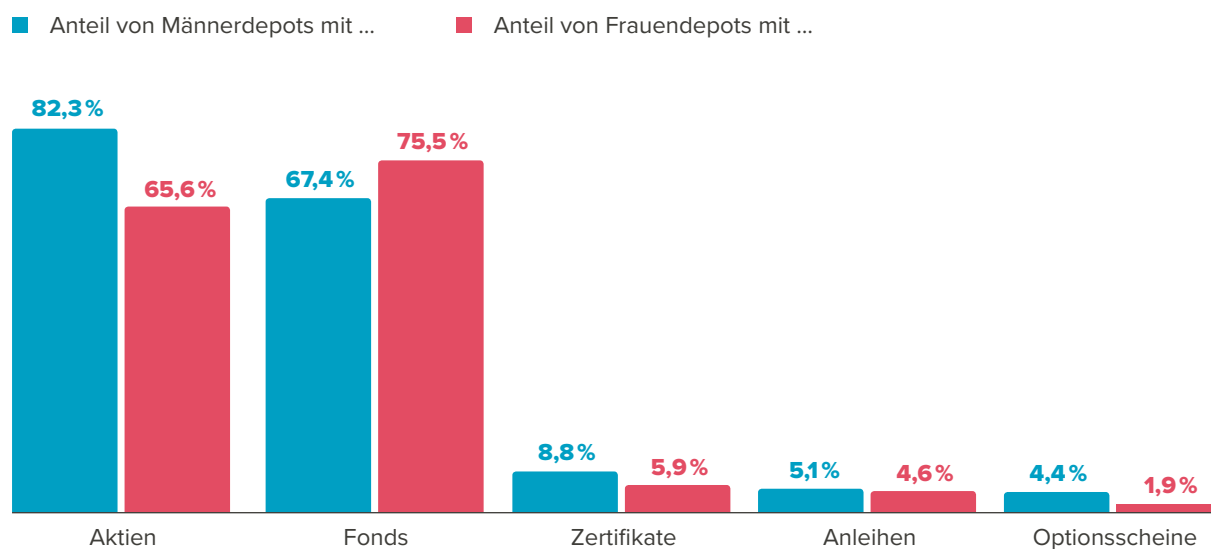
Frauen und Männern auf einem vergleichbaren Niveau liegen, setzen Männer deutlich stärker als Frauen auf Optionsscheine: 0,8% vs. 0,5%. Die Depotanalyse zeigt, dass die Männer auch in ihren Portfolios offensiver aufgestellt sind als die Frauen. Sie setzen noch stärker auf Einzelaktien und risikoreiche Optionsscheine, während bei Frauen breit streuende und deshalb in der Regel weniger riskante Investmentfonds ein höheres Gewicht haben.



■ Aktien ■ Fonds ■ Anleihen ■ Zertifikate ■ Optionsscheine ■ Sonstige

4. PORTFOLIOSTRUKTUR

Wie Wertpapierarten in den Depots vertreten sind



Die Präferenz von verschiedenen Wertpapierarten zeigt sich auch beim Blick auf die Wertpapierdepots. In 82,3% der von Männern geführten Wertpapierdepots liegen Aktien, während es bei Frauen nur 65,6% sind. Optionsscheine liegen in mehr als doppelt so vielen „Männerdepots“ wie „Frauendepots“: 4,4% zu 1,9%. Dagegen enthalten 75,5% der „Frauendepots“ Investmentfonds, bei Männern sind es nur 67,4%.

5. DIE BELIEBTESTEN AKTIEN VON MÄNNERN UND FRAUEN

Aktien sind bei Kunden der Consorsbank besonders gefragt. Gibt es bestimmte Aktien, die bei Frauen beliebter sind als bei Männern? Dazu wurden die beliebtesten Aktien der Consorsbank gerankt – nach der Anzahl der Depots, in denen sie vertreten sind und nach dem Volumen in Euro. Parallel dazu wurde ein Ranking der beliebtesten Aktien getrennt nach den von Frauen bzw. von Männern gehaltenen Depots erstellt. Welche Aktien sind bei Frauen höher platziert als bei Männern und umgekehrt?

Zunächst fällt auf, dass sowohl Frauen also auch Männer sehr gerne in deutsche Aktien – insbesondere aus dem DAX – investieren. In den Top 20 der Männer und der Frauen befinden sich jeweils 17 deutsche Titel, davon bei den Männern 15 und bei den Frauen 14 aus dem Deutschen Aktien Index.

Beliebteste Aktien der Consorsbank-Kunden (nach Anzahl der Depots, in denen sie vorkommen)

	Aktie	Ranking Männer	Ranking gesamt	Ranking Frauen
1	DT. TELEKOM	1	1	1
2	DAIMLER	2	2	2
3	DEUTSCHE BANK	3	3	5
4	BASF	4	4	3
5	ALLIANZ	5	5	4
6	SIEMENS	7	6	6
7	COMMERZBANK	6	7	7
8	E.ON	8	8	8
9	WIRECARD	9	9	18
10	SAP	11	10	9
11	BAYER	10	11	12
12	DEUTSCHE POST	13	12	10
13	APPLE	12	13	14
14	INFINEON	14	14	13
15	LUFTHANSA	16	15	15
16	AMAZON.COM	15	16	20
17	OSRAM LICHT	17	17	11
18	MUENCHNER RUECKVERS.	18	18	16
19	NOKIA	20	19	19
20	UNIPER	21	20	17
21	BMW	19	21	21

Betrachtet man die Anzahl der Depots, in denen sie vertreten sind, belegen die Aktien von Deutscher Telekom und Daimler insgesamt, aber auch in den getrennten Geschlechterwertungen, die beiden ersten Plätze. Auch bei E.ON unterscheidet sich die Platzierung bei Männern und Frauen nicht. Bei einigen Aktien beträgt der Unterschied in den Frauen- und Männer-Rankings nur ein bis zwei Plätze, was statistisch kaum ins Gewicht fällt. Größer ist der Unterschied nur bei fünf Aktien (farblich stärker hervorgehoben): Bei Männern sind die Aktien von Wirecard und von Amazon deutlich beliebter als bei Frauen. Diese haben dagegen eine deutliche Präferenz für die Deutsche Post, Osram und Uniper.

Bei den Volumina (in Euro), welche Männer und Frauen in Aktien investiert haben, sind lediglich der Spitzenreiter, die Allianz, sowie Microsoft (auf Platz 13) bei Männern und Frauen gleich beliebt. Zugunsten der Männer schlägt das Pendel insbesondere bei den Aktien von Apple, Wirecard, Deutsche Bank, Infineon und Commerzbank aus. Bei den Frauen sind dagegen die Papiere von Siemens, Berkshire Hathaway und Adidas deutlich höher platziert als bei den männlichen Kunden.

5. DIE BELIEBTESTEN AKTIEN VON MÄNNERN UND FRAUEN

Beliebteste Aktien der Consorsbank-Kunden (nach Volumen in Euro)

	Aktie	Ranking Männer	Ranking gesamt	Ranking Frauen
1	ALLIANZ	1	1	1
2	APPLE	2	2	6
3	BASF	3	3	2
4	SAP	5	4	3
5	DAIMLER	4	5	5
6	SIEMENS	8	6	4
7	AMAZON.COM	6	7	7
8	DT. TELEKOM	9	8	8
9	WIRECARD	7	9	10
10	MUENCHNER RUECKVERS.	10	10	9
11	NESTLÉ	12	11	11
12	DEUTSCHE BANK	11	12	18
13	MICROSOFT	13	13	13
14	BAYER	14	14	12
15	DEUTSCHE POST	15	15	14
16	VOLKSWAGEN	16	16	15
17	E.ON	17	17	16
18	INFINEON	18	18	21
19	ROYAL DUTCH SHELL	19	19	20
20	BERKSHIRE HATHAWAY	20	20	17
21	COMMERZBANK	21	21	30
22	ADIDAS	23	22	19

Gibt es also bestimmte Branchen oder Einzelaktien, zu denen Frauen beziehungsweise Männer eine besonders hohe Affinität haben?

Insgesamt weisen die Aktienrankings bei Männern und Frauen viele Parallelen und nur wenige signifikante Abweichungen auf. Was auffällt: Männer haben eine Vorliebe für Bankaktien (Deutsche Bank, Commerzbank) und US-Technologiewerte (Apple, Amazon). An der Schnittmenge zwischen Bank und Technologie gibt es die größte Abweichung: Die Aktie von Wirecard ist bei Männern die neuntbeliebteste, während sie bei den Frauen lediglich Platz 18 belegt.

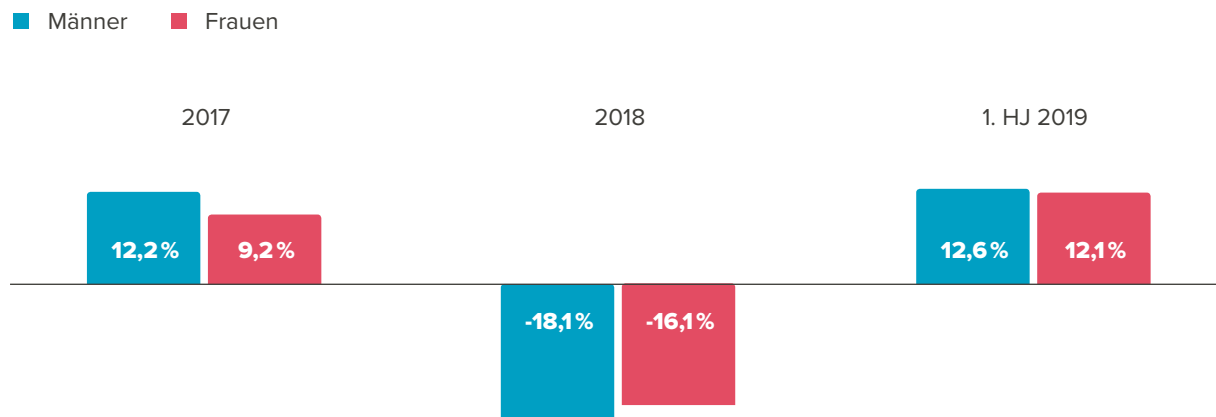
Und welche Aktien sind bei Frauen besonders beliebt? Hier lassen sich kaum Branchentrends herauslesen. So mag es dem Geschlechterklischee entsprechen, dass Frauen ein größeres Interesse an Lifestyle (Adidas) und Ästhetik (Osram Licht) haben. Was Frauen aber bewegt, stärker als Männer in Werte wie Siemens, Deutsche Post oder Uniper zu investieren, entzieht sich allen Klischees. Interessant ist in jedem Fall, dass die Bilanz bei Automobilherstellern (Daimler, Volkswagen, BMW) ausgeglichen ausfällt – entgegen dem Vorurteil, dass Männer eine höhere Affinität zu diesen Unternehmen und ihren Produkten haben.

6. PERFORMANCE

Performance der Wertpapierdepots

Wer ist mit der jeweiligen Anlagestrategie erfolgreicher mit seinen Investments: Frauen oder Männer? Hier hilft ein differenzierter Blick: In Jahren bzw. Zeitabschnitten, in denen die Märkte sehr positiv laufen, zahlt sich die offensive, riskantere Anlagestrategie der Männer aus. So erzielten die Männer im guten Aktienjahr 2017 mit 12,2% eine deutlich höhere Kursperformance als die Frauen (9,2%). Ebenfalls besser fällt die Bilanz der Männer im starken ersten Halbjahr 2019 aus, allerdings mit 12,6% zu 12,1% nur leicht.

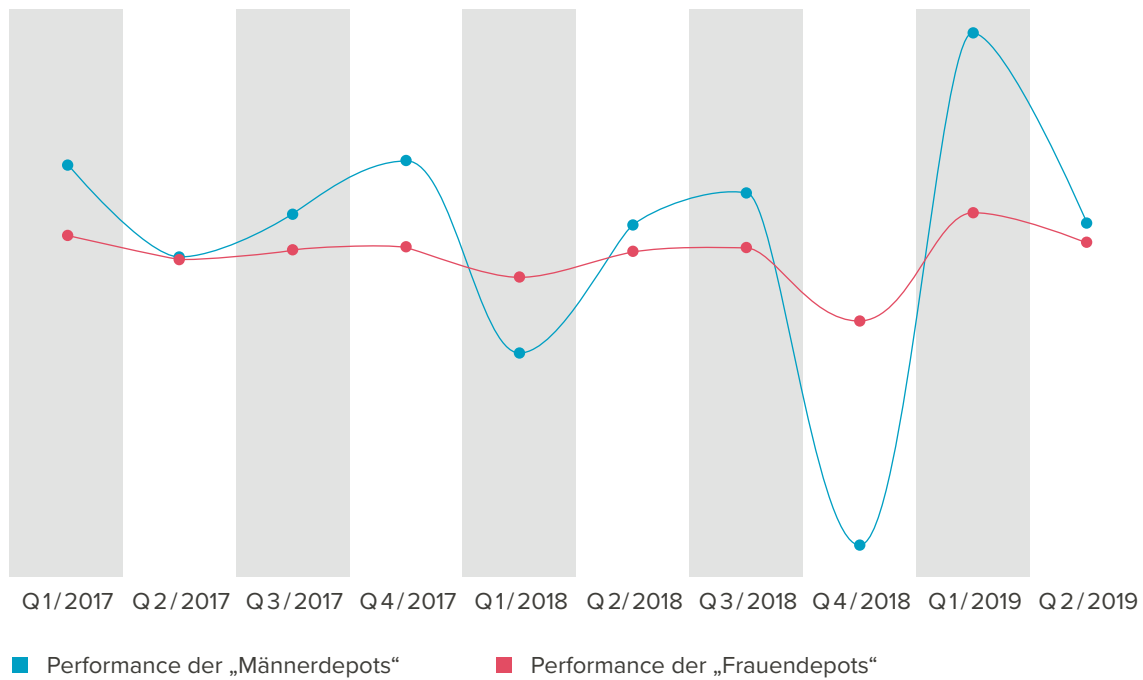
Ganz anders sieht das Ergebnis im schwierigen Aktienjahr 2018 aus, als der DAX im Jahresverlauf insgesamt mehr als 18% einbüßte. Die Frauen verloren in diesem sehr fordernden Umfeld weniger. Ihre defensiver aufgestellten Depots erwiesen sich krisenresistenter als die Depots der Männer.



Eine Detailanalyse auf Quartalsbasis zeigt, dass die Volatilität der von Männern geführten Depots deutlich größer ist. Je nach Marktphase sind die Ausschläge nach oben und unten bei den Frauen deutlich geringer. Besonders auffällig wird dies im 4. Quartal 2018, als die Aktienmärkte stark einbrachen, und im darauf folgenden 1. Quartal 2019 mit seiner sehr positiven Entwicklung. Die Männer hatten im 4. Quartal 2018 überproportional hohe Verluste zu beklagen, konnten sich dafür im Folgequartal über satte Gewinne freuen.

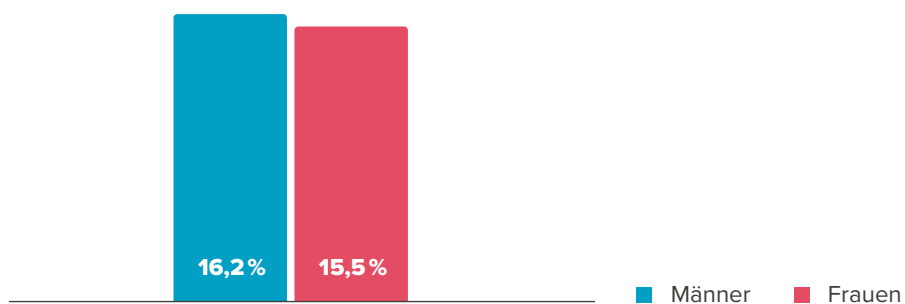
6. PERFORMANCE

Performancevergleich



Über einen längeren Zeitraum führt dies aber letztlich zu einem vergleichbaren Ergebnis. Im Drei-Jahres-Zeitraum zwischen dem 1. Juli 2016 und dem 30. Juni 2019 liegen Frauen und Männer bei der Performance fast auf Augenhöhe. In dieser Periode enthalten ist das Bärenjahr 2018 genauso wie das zweite Halbjahr 2016 oder das erste Halbjahr 2019, als die Aktienkurse deutlich stiegen. Die Männer erzielten in diesen drei Jahren in ihren Depots ein Plus von 16,2%, die Frauen liegen mit 15,5% dagegen nur knapp dahinter.

Dreijahresperformance: 1.7.2016 – 30.06.2019



7. FAZIT

Die Deutschen sind bei ihren Geldanlagen sicherheitsorientiert. Bei Frauen ist dies noch ausgeprägter als bei Männern.

- Insgesamt verfügen Frauen über weniger Geld. Ihr Depotvolumen bei der Consorsbank liegt 32 % hinter dem der Männer zurück, beim Gesamtvermögen inklusive Giro- und Zinskonten sind es sogar 38 %.
- Frauen setzen stärker als Männer auf – derzeit niedrig verzinste – Tagesgeldkonten. Obwohl ihr Anteil an den Kunden der Consorsbank nur bei 31,5 % liegt, machen sie 43,3 % der Inhaberinnen von Tagesgeldkonten aus. Bei den 18- bis 35-jährigen Frauen liegt der Anteil sogar bei über 50 %.
- Während bei Frauen nur 56 % der Anlagen bei der Consorsbank auf Wertpapiere entfallen, sind es bei Männern 69 %.
- Auch bei der Zusammensetzung der Wertpapierdepots zeigen sich die Frauen konservativer: Männer sind mehr in Einzelaktien investiert als Frauen, diese setzen dagegen mehr auf breit streuende Fonds.
- Bei der Auswahl der Aktien unterscheiden sich Männer und Frauen jedoch nur wenig. Zwar haben die Männer bei US-Technologiewerten und Bankaktien die Nase vorn, doch setzen auch Frauen auf Titel aller Branchen und sind beispielsweise bei Chemie-, Industrie und Automobilwerten gut investiert.
- Männer sind deutlich aktiver in puncto Wertpapiertransaktionen. Bei Einmalanlagen handeln sie mehr als doppelt so häufig wie die Frauen. Bei Sparplanausführungen liegen die Frauen dagegen nur rund 23 % hinter den Männern zurück.
- Da Männer bei der Wertpapieranlage mehr Risiken eingehen, verzeichnen ihre Depots auch eine deutlich höhere Volatilität als die Depots der Frauen.
- Trotz des höheren Aufwands, den sie betreiben, sind die Anleger unter dem Strich aber kaum erfolgreicher als die Anlegerinnen. Beide vermehren quasi im Gleichklang ihr Vermögen – wobei Männer in guten Marktphasen die Nase vorn haben, während in schlechten Marktphasen die Frauen im Vorteil sind.

Männer und Frauen ergänzen sich. Am besten tun sie sich zusammen und wechseln je nach Marktlage das Steuer. Frauen sollten auf dem Fahrersitz Platz nehmen, wenn die Bären regieren, Männer dagegen, wenn in Bullenphasen die Märkte wieder nach oben gehen.