

Zeitschrift für das gesamte  
**REDITWESEN**

77. Jahrgang · 15. Januar 2024

**2-2024**

Digitaler  
Sonderdruck

Pflichtblatt der Frankfurter Wertpapierbörse  
Fritz Knapp Verlag · ISSN 0341-4019

# DAS FONDSGESCHÄFT 2024

Generation Z:  
Kompetenzillusion beim Sparen  
Giovanni Gay

Giovanni Gay

# Generation Z: Kompetenzillusion beim Sparen

Individualität und Work-Life-Balance im Berufsalltag sind ihnen besonders wichtig, sie sind „always on“, ihr Smartphone ist die Lebensader zu allem, was wichtig ist. So wird die Generation Z oft beschrieben. Studien beschreiben sie allerdings gern einmal als „lost“: als verloren infolge der Pandemie, orientierungslos bei der Berufswahl oder mit Angst vor dem Klimawandel. Nichtsdestoweniger sind Geld und Finanzen für die jungen Erwachsenen wichtig. Nur 14 Prozent dieser Altersgruppe sind Finanzthemen egal, 58 Prozent hingegen beschäftigen sich häufig bis sehr häufig mit Möglichkeiten, wie sie ihr Geld anlegen können.

Doch wie genau ticken die 18- bis 24-Jährigen bei der Geldanlage? Gilt auch hier

„always on“ oder eher „lost“? In einer Studie hat Professor Oscar Stolper, Inhaber des Lehrstuhls für Behavioral Finance an der Universität Marburg, für Union Investment 2000 junge Anlegerinnen und Anleger, die Aktien besitzen oder besitzen haben, zu ihrem Investitionsverhalten und ihren Erwartungen an die Aktienanlage befragt. Auch im regelmäßig erscheinenden Anlegerbarometer beschäftigt sich Union Investment immer wieder mit dem Sparverhalten der Generation Z.

### Gefühltes versus tatsächliches Wissen

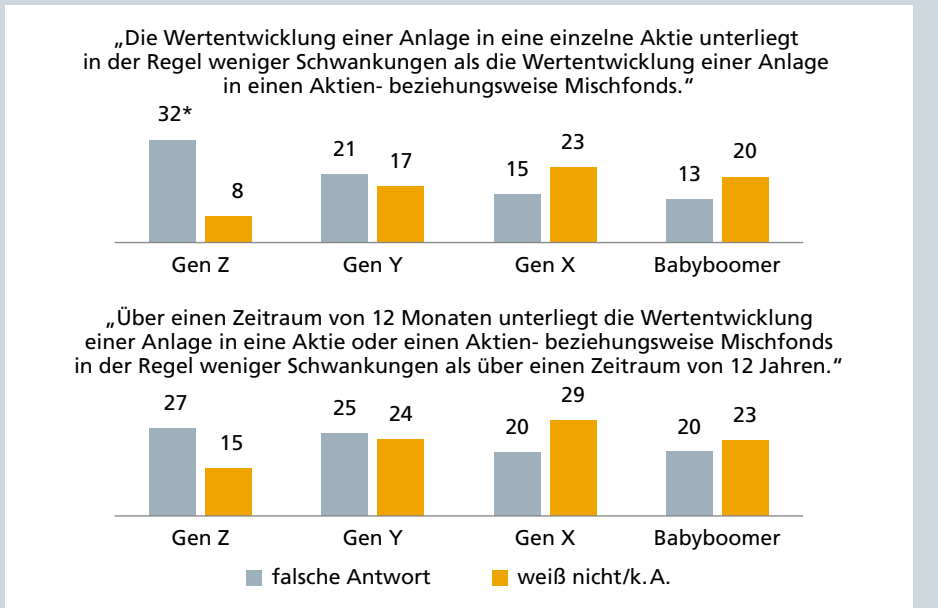
Die Ergebnisse machen deutlich: Ein Kernbefund ist die unter den Generation-Z-Anlegern besonders ausgeprägte Diskre-

panz zwischen gefühltem und tatsächlich vorhandenem Wissen in Sachen Finanzen. Dies zeigt sich zum Beispiel, wenn man das subjektiv wahrgenommene Wissen der Generation-Z-Anleger mit dem tatsächlich vorhandenen rund um aktienbasierte Produkte abgleicht. So werden zum Beispiel Fragen nach den für die Aktienanlage besonders relevanten Gebieten Risikodiversifikation und zeitlicher Diversifikation im Vergleich zu anderen Altersgruppen wesentlich öfter falsch beantwortet. Gleiches gilt, wenn nach den Vorzügen des „Buy and Hold“-Ansatzes gefragt wird. Außerdem scheint sich die Generation Z ihrer Sache auffallend sicher zu sein, denn vergleichsweise wenige Befragte antworten mit „weiß nicht/keine Angabe“ (siehe Abbildung). Junge Erwachsene wissen zudem nach eigenen Angaben am besten über die Lieblingsgeldanlage der älteren Generationen Bescheid: das Sparbuch. 46 Prozent bewerten ihre Kenntnisse in Bezug auf das Sparbuch als gut oder sehr gut. Beim Wissen über Aktien sagen dies nur 28 Prozent.

### Bankberater und Social Media als wichtige Informationsquelle

Eine zentrale Ursache für diese Diskrepanz könnte im grundlegend veränderten Informationsverhalten der jungen Erwachsenen liegen. Sie verlassen sich zwar durchaus auch auf den Bankberater (41 Prozent), jedoch weniger als die ältere Generation (Befragte zwischen 55 und 64 Jahren: 57 Prozent, bis 69 Jahre: 62 Prozent). Häufig setzen sie auf ungeprüfte Informationen über soziale Medien oder sogenannte Finfluencer (31 Prozent), die für andere Altersgruppen so

### Beispielantworten für die Kompetenzillusion der Generation Z



\* Werte in Prozent. Wertesummen je Anlegergeneration können aufgrund von Rundungsdifferenzen von 100% abweichen. Quelle: Union Investment



gut wie keine Rolle bei der Informationsbeschaffung spielen (Befragte zwischen 55 und 64 Jahren: 2 Prozent, bis 69 Jahre: 1 Prozent).

Diese Zahlen machen deutlich: Junge Menschen sprechen eine andere Sprache und sie haben andere Anforderungen. Daher gilt es, sowohl in der Beratung als auch beim Produktangebot mit den richtigen Antworten zu reagieren, um dazu beizutragen, dass junge Menschen zu einer realistischen Erwartungshaltung und passenden Lösungen kommen. Man muss ihnen dabei auf Augenhöhe begegnen,

re Handelsaktivität durch Umschichtungen in den Depots und einen deutlich kurzfristigeren Anlagehorizont mit einem ausgeprägteren Fokus auf Gewinnmaßnahmen. Passend zum deutlich gestiegenen Risikoappetit ist unter den jüngeren Befragten jeder Vierte in Kryptowährungen investiert, während in den übrigen Altersgruppen nur weniger als jeder Zehnte Kryptoanteile hält. Dazu passt, dass junge Menschen vergleichsweise häufig Social Trading betreiben, also die Investitionsstrategie eines anderen Anlegers kopieren (30 Prozent gegenüber 4 Prozent bei den über 60-Jährigen). Die

---

### „Junge Menschen sprechen eine andere Sprache und sie haben andere Anforderungen.“

---

sie ernst nehmen und schnell auf den Punkt kommen – und das sowohl in der persönlichen Beratung als auch bei digitalen Angeboten.

#### Bei der Geldanlage risikobereiter als andere Altersgruppen

Mit Blick auf die Anlage in aktienbasierte Produkte zeigt sich unter den jungen Erwachsenen ein deutlich höherer Risikoappetit: Insgesamt und über alle Altersgruppen hinweg stufen sich die meisten Befragten zwar als wachstumsorientierte Anleger ein, die ihre Risiken überschaubar halten wollen. In der Altersgruppe der Generation Z bezeichnet sich jedoch jeder Dritte als renditeorientierten Anleger, ist also bereit, in Erwartung höherer Zinsen und Erträge auch entsprechend höhere Risiken einzugehen. Zum Vergleich: Unter den 55- bis 64-Jährigen sind es nur halb so viele, die ihre persönliche Risikobereitschaft so einordnen. Hinzu kommt: Der Anteil derer, die unter den Generation-Z-Befragten ihre Anlagegewohnheiten als spekulativ bezeichnen, ist mit 7 Prozent sogar fast doppelt so hoch wie unter den übrigen Generationen.

Gleichzeitig gibt es unter den jungen Befragten einen deutlich erhöhten Anteil an Selbstentscheidern, eine deutlich rege-

Mehrheit der Anleger, die ihr Geld mittels Social Trading investiert haben, besitzen riskante Finanzprodukte. 60 Prozent gaben an, in Kryptowerte, Hebelprodukte oder Derivate investiert zu sein. Von jenen Anlegern, die kein Social Trading nutzen, hielt lediglich ein Fünftel (22 Prozent) riskante Finanzprodukte.

#### Selbstbewusstsein und Risikoappetit

Generation-Z-Anleger sind im Generationenvergleich am häufigsten unzufrieden mit ihrem Anlageerfolg: Der Anteil der rundum zufriedenen Anleger unter den Generation-Z-Befragten ist mit nur 10 Prozent am geringsten, während in den älteren Generationen doppelt so viele Aktionäre voll zufrieden sind, also jeder Fünfte. Nichtsdestoweniger überwiegt bei den Generation-Z-Aktionären – anders als in allen anderen Altersgruppen – in Summe das gute Gefühl, wenn es um die Aktienanlage geht: Bei neun von zehn Generation-Z-Anlegern weckt das Thema positive Emotionen – das ist Generationenrekord. Und Aktieninvestments sind bei der Generation Z deutlich positiver konnotiert als bei den übrigen Anlegergenerationen.

Damit scheint der aktienbasierte Vermögensaufbau bei den ganz jungen Anle-



Giovanni Gay



Vorstand Privatkundengeschäft und Infrastruktur, Union Investment, Frankfurt am Main

Der genossenschaftliche Asset Manager Union Investment hat eine Umfrage unter Anlegern aus der Generation Z durchgeführt, um Aufschluss über das Anlageverhalten dieser jungen Menschen zu bekommen. Dabei wurde eine deutliche Diskrepanz zwischen gefühltem und tatsächlichem Wissen in Sachen Finanzen festgestellt. Vor allem bei Fragen zu den Themen Risikodiversifikation und zeitlicher Diversifikation wurden die Fragen wesentlich häufiger falsch beantwortet als in anderen Altersgruppen. Als eine mögliche Ursache wurde ein verändertes Informationsverhalten der jungen Menschen identifiziert, beispielsweise über „Influencer“. Laut Autor ist es daher wichtig, sowohl bei der Beratung als auch beim Produktangebot die richtigen Antworten zu finden, damit diese jungen Menschen zu einer realistischen Erwartungshaltung und passenden Lösungen kommen können. (Red.)

gern in besonderem Maße angekommen zu sein. Gleichzeitig ist die Generation Z auch in großen Teilen eine „Generation Sparplan“ und bespart aktienbasierte Fondsprodukte immer häufiger (und in größerem Umfang) ratierlich. So hat sich die Zahl der Sparpläne von jungen Erwachsenen bis 30 Jahre bei Union Investment in den vergangenen zehn Jahren mehr als vervierfacht.

Dieses zarte Pflänzchen Aktienkultur gilt es nun nachhaltig zu kultivieren, um den aktienbasierten Vermögensaufbau in

Deutschland langfristig zu verwurzeln und damit die Chance zu nutzen, aus den Sparweltmeistern von heute die Renditegewinner von morgen zu machen. In jedem Fall ist es notwendig, das Heranwachsen einer neuen Generation frustrierter Aktionäre abzuwenden, die bei der Anlage in Aktienprodukte aufgrund unrealistischer Erwartungen möglicherweise Fehler machen und sich als Folge einer enttäuschenden Wertentwicklung ihrer Investments – wie schon bei ihren Vorgängern um die Jahrtausendwende geschehen – dauerhaft vom Aktienmarkt abwenden. Dies kann mithilfe von Finanzbildungsangeboten und professioneller Begleitung durch Experten gelingen.

### Finanzwissen verbessern

Das Thema Finanzbildung haben die Genossenschaftsbanken und Union Investment mit „Money Coaster“ schon einige Jahre auf dem Schirm. Bei „Money Coaster“ handelt es sich um ein kompaktes Angebot, das die Themen Geldmanagement, Sparen und sicheres digitales Bezahlen in die Schulen bringt. Damit und mit vielen eigenen Angeboten wie beispielsweise speziellen Filialen für junge Menschen (Bankstage der Volksbank im Elbe-Weser-Dreieck eG) oder Finanzbildung im Manga-Stil (Volksbank Haselünne eG) treiben die Volksbanken Raiffeisenbanken das Thema auch sehr individuell voran.

Union Investment unterstützt die Volksbanken Raiffeisenbanken außerdem mit spezifischen Ansprachekonzepten und Vertriebspulsen, die Zielgruppe der jungen Erwachsenen zu erreichen, sie auf Augenhöhe anzusprechen und für Orientierung zu sorgen – ihnen eben das Gefühl, „lost“ zu sein, zu nehmen.

eine zeitgemäße Geldanlage, der sie in ihrer „Always on“-Lebenswelt mit schnellen, einfachen und transparenten Informationen und Lösungen abholt. So ist Mein Invest ebenfalls „always on“, also rund um die Uhr verfügbar. Andererseits kann der Einstieg über regelmäßiges Sparen in eine Fondsvermögensverwaltung

---

## „Das zarte Pflänzchen Aktienkultur gilt es zu kultivieren.“

---

Dabei geht es darum, die gesamte Kundenreise, von der Aufmerksamkeitsgewinnung über die Wissensvermittlung bis hin zur Überleitung zur Beratung in der Bank zu bedienen. Mit entsprechend nutzbarem Content unter dem Motto „Wir können nicht alles, aber Geldanlage können wir“ kann es den Banken gelingen, junge Kunden für das Thema Geldanlage zu sensibilisieren und dazu anzuregen, auf der dazugehörigen Internetseite Kontakt mit einem Experten in der jeweiligen Genossenschaftsbank aufzunehmen.

### Einstieg in Geldanlage mit Online-Fondsvermögensverwaltung

Mit dem digitalen Anlage-Assistenten Mein Invest bietet sich der Generation Z außerdem ein interessanter Einstieg in

recht behutsam eine Brücke zum Kapitalmarkt bauen. Gerade jungen Menschen bieten sich dadurch große Chancen für den langfristigen Vermögensaufbau, wenn sie schon frühzeitig die Weichen richtig stellen und konsequent dabeibleiben.

Die insgesamt positive Einstellung der Generation Z zu wertpapierbasiertem Sparen, die damit verbundene neue Aktienkultur gerade der jungen Generation und auch ihr „Ja“ zu Sparplänen ist ein konkreter Beleg für die Evolution des Sparens. Dies ist ein wichtiger Baustein beim Vermögensaufbau. Die Haltung der jungen Menschen stimmt grundsätzlich. Sparpläne sind für sie inzwischen etwas ganz Normales und wer so spart, ist keinesfalls „lost“, sondern auch mit Blick auf die Herausforderungen bei der Altersvorsorge vorausschauend unterwegs. 