

# Junge-Leute-Finanzstudie



SwissLife



## Noch viel Luft nach oben bei Altersvorsorge

Ergebnisse Marktstudie 2024 im Vergleich zu 2022  
Swiss Life Deutschland, Oktober 2024



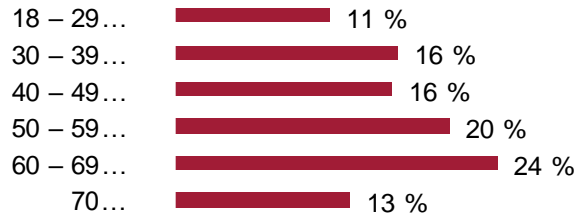
# Studiendesign und Soziodemographie

## Studiendesign

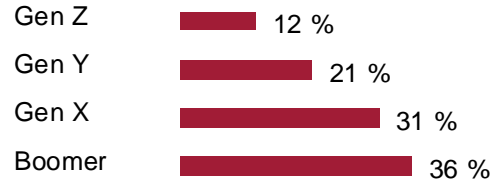
- Online-Befragung von YouGov Deutschland im Auftrag von Swiss Life Deutschland
- Panel-Teilnehmende: 4000 Personen in Deutschland ab 18 Jahren, die an Finanzentscheidungen in ihrem Haushalt beteiligt sind
- Befragungszeitraum: 27.06. - 09.07.2024 (Alternative: Juni – Juli 2024)
- Vergleichszeitraum: Mai – Juni 2022
- Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 18 Jahren
- Ziel der Studie: Erkenntnisse über die Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Veränderungen in der Einstellung und Sichtweise der Generationen zu den Themen Vorsorge, Absicherung, Beratung und finanzielle Selbstbestimmung zu erhalten
- Im Fokus stehen dabei vor allem die Generationen Y und Z

## Soziodemographie

### Altersverteilung



### Generationenverteilung



### Geschlechterverteilung



# Die Generationen im Überblick

## Informationen zu Generationenbezeichnungen

---

- Die **Babyboomer**, geboren zwischen 1946 und 1964, waren die erste Nachkriegsgeneration nach dem 2. Weltkrieg, haben das Wirtschaftswunder erlebt. (Heute: ab 60 Jahre)
- Die **Generation X**, geboren zwischen 1965 und 1979, auch '**Generation Golf**' genannt, wurde in ihrer Kindheit durch die Wirtschaftskrise der 70er Jahre und eine aufkommende Scheidungsrate, stark geprägt. (Heute: 45-59 Jahre)
- Die **Generation Y**, geboren zwischen 1980 und 1993, auch '**Millennials**' genannt, haben die Jahrtausendwende schon bewusst erlebt und bekamen auch den Internetboom und die Globalisierung in vollen Zügen mit. (Heute: 31-44 Jahre)
- Die **Generation Z**, geboren zwischen 1994 und 2010, auch '**Generation YouTube**' genannt, hat die Digitalisierung des Alltags bereits komplett in ihr Leben integriert. (Heute: bis 30 Jahre)

*Wichtiger Hinweis: Bei der Betrachtung der Ergebnisse ist prinzipiell zu beachten, dass die Befragten der einzelnen Generationen seit der letzten Befragung jeweils um 2 Jahre älter geworden sind. Es werden also keine Altersgruppen verglichen, sondern – sozialwissenschaftlich gesprochen – Alterskohorten.*

# Lesehilfe zu den Ergebnissen und Aussagen



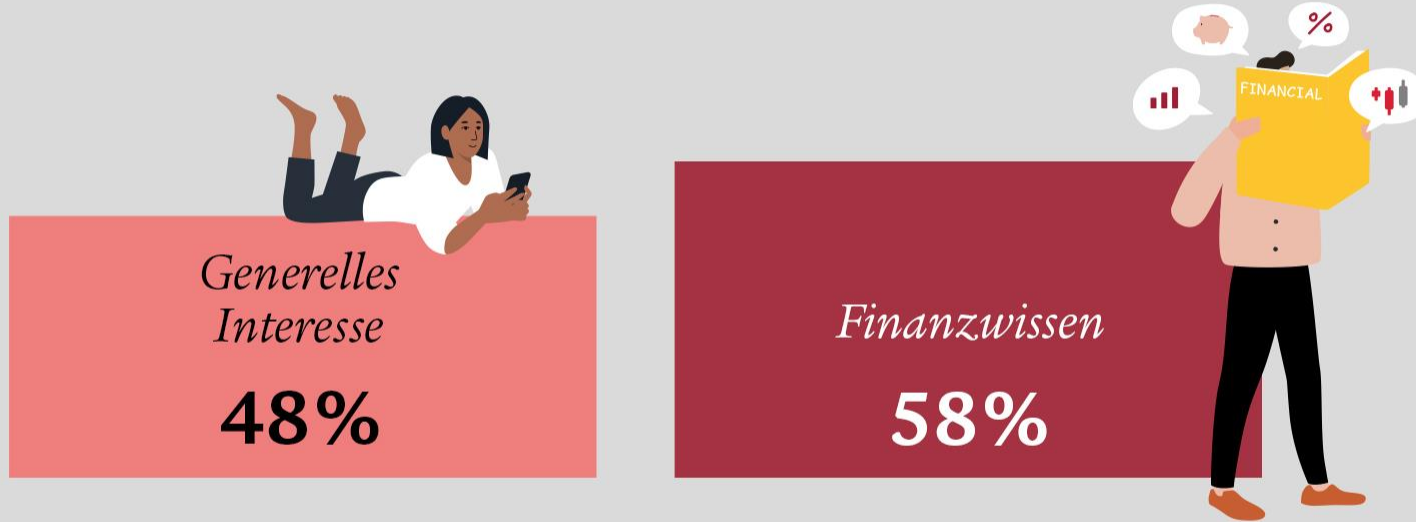
Bildquelle: Swiss Life

- Fokus der Auswertung liegt auf den Aussagen der Generationen Y und Z im Vergleich zum Bundesdurchschnitt aller Altersklassen.
- Die wesentlichen Veränderungen zum Ergebnis aus dem Jahr 2022 wurden explizit hervorgehoben durch Angabe der Prozentpunkte.

# Kurzzusammenfassung der Ergebnisse

- Junge Erwachsene (bis 30 Jahre) betrachten sich in Finanzfragen **mehrheitlich als gut informiert**. Die **Generation X** schätzt ihre eigene **Kompetenz höher** ein als **Generation Y** und **Babyboomer**. Das ist paradox: nur knapp die Hälfte der Befragten beschäftigt sich **häufig mit der eigenen finanziellen Situation**.
- Trotz hoher **Kompetenz-Selbsteinschätzung** besteht der Wunsch nach **Expertenwissen**. Neben **Schule und Universität** steht die Expertise von **Finanzberaterinnen und -beratern** sowie **Finanzexpertinnen und -experten** hoch im Kurs.
- Hier sind **flexibel nutzbare, digitale Informationskanäle** in der **Generation Z** beliebter als bei anderen Altersgruppen. Gegenüber **digitalen Beratungsangeboten** wie Videoberatung und Messenger-Dienste sind in die **Generationen Z und Y aufgeschlossener** als andere Altersgruppen.
- Bei **Finanz- und Altersvorsorgeprodukten** setzt die **Generation Z** vor allem auf Aktien, fondsbasierte Altersvorsorge und Kryptowährungen.

# Paradox: Finanzwissen vermeintlich vorhanden, aber weniger Interesse am Thema



Nur 48% setzen sich regelmäßig mit ihrer finanziellen Lage auseinander, obwohl 58% der unter 31-Jährigen ihre Kenntnisse als gut bis sehr gut einschätzen.

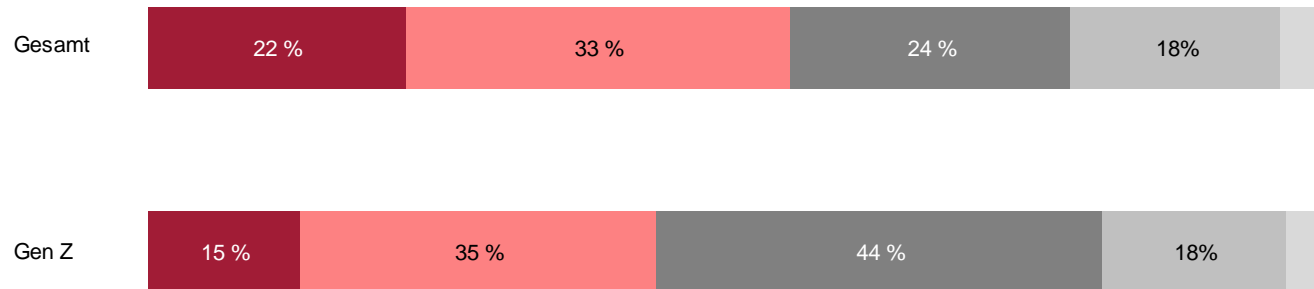
# Vorsorge-Lücken: Mehr als 4 von 10 der Gen Z ohne Altersvorsorge, nur wenige fühlen sich sicher.

## Kernaussage

- Die finanzielle Absicherung im Ruhestand wird von der Gen Z aktuell noch wenig betrieben. 44 % geben an, bisher nicht für den Ruhestand vorzusorgen.

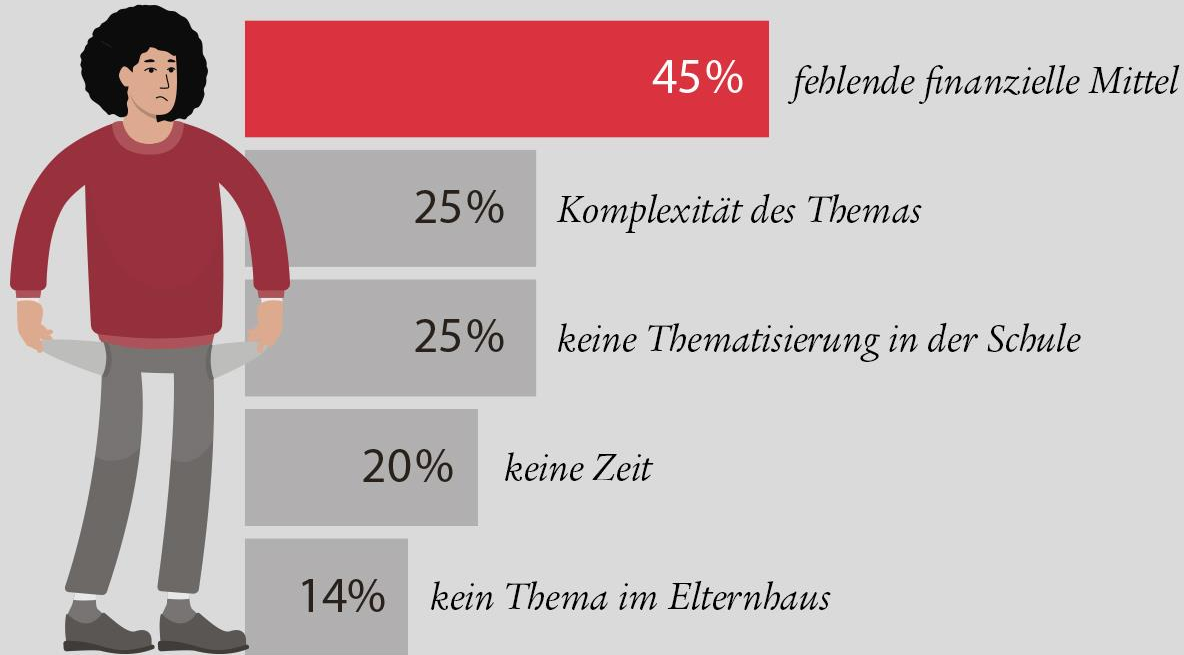
## Vorsorge der Gen Z für den Ruhestand im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

*Haben Sie für Ihren Ruhestand bereits finanziell vorgesorgt?*



- Ja, ich habe für meinen Ruhestand finanziell vorgesorgt und fühle mich ausreichend abgesichert.
- Ja, ich habe für meinen Ruhestand finanziell vorgesorgt, aber ich fühle mich (noch) nicht ausreichend abgesichert.
- Nein, ich habe für meinen Ruhestand (bisher) nicht finanziell vorgesorgt
- Trifft nicht zu – Ich bin bereits im Ruhestand.
- weiß nicht / keine Angabe

# Unsicherheiten der „Twens“ bei der Altersvorsorge





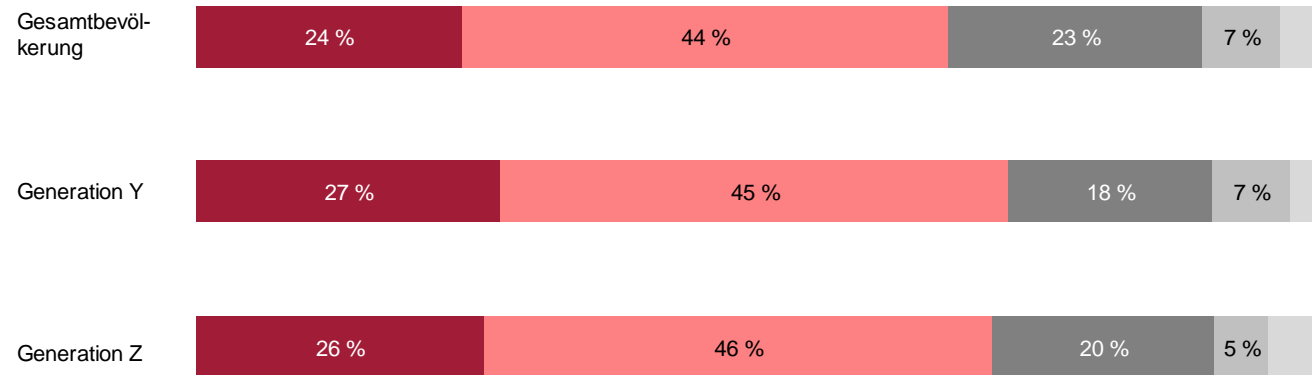
# Das generelle Interesse an Finanzthemen bei den Generationen Y & Z höher als bei den älteren Generationen.

## Kernaussage

- Zwei Drittel der Befragten sind an Finanzthemen interessiert (68 %).
- Mit zunehmendem Alter nimmt das Interesse leicht ab.
- Während in Gen Y & Z je 72 % Interesse äußern, sind es in Gen X und bei den Babyboomern 66 % bzw. 65 %.

## Interesse der Gen Y & Z an Finanzthemen im Vergleich zu Babyboomern

Wie sehr interessieren Sie sich im Allgemeinen für Finanzthemen? Ich bin...



■ sehr interessiert ■ eher interessiert ■ eher nicht interessiert ■ überhaupt nicht interessiert ■ weiß nicht / keine Angabe

# Generationen Y & Z schätzen ihren Kenntnisstand bei Finanzthemen höher ein als Generation X & Babyboomer.

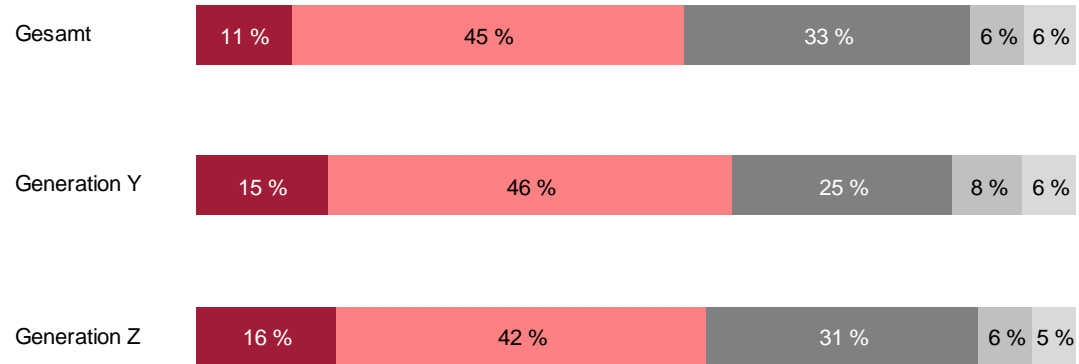
## Kernaussage

- Die Kompetenz-Selbsteinschätzung der Gen Z (58 %) verbleibt nahezu auf dem Niveau von 2022 (56 %).

## Kompetenz-Selbsteinschätzung der Gen Y & Z im Vergleich zu den Babyboomern

Wie gut würden Sie Ihren eigenen Kenntnisstand in Bezug auf Finanzthemen (Geldanlagen, Vorsorgeprodukte) einstufen?

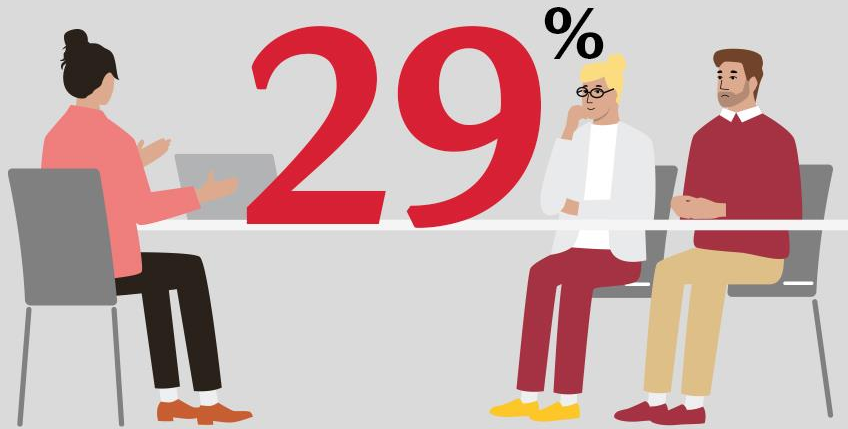
Veränderung zu 2022



-3pt

■ sehr gut ■ eher gut ■ eher schlecht ■ sehr schlecht ■ weiß nicht / keine Angabe

# Finanzwissen: Gen Z und Y setzen auf Profis und fordern mehr Schulbildung



*schätzen Finanzberater und Finanzberaterinnen, Banken und Institute für ihre Expertise.*

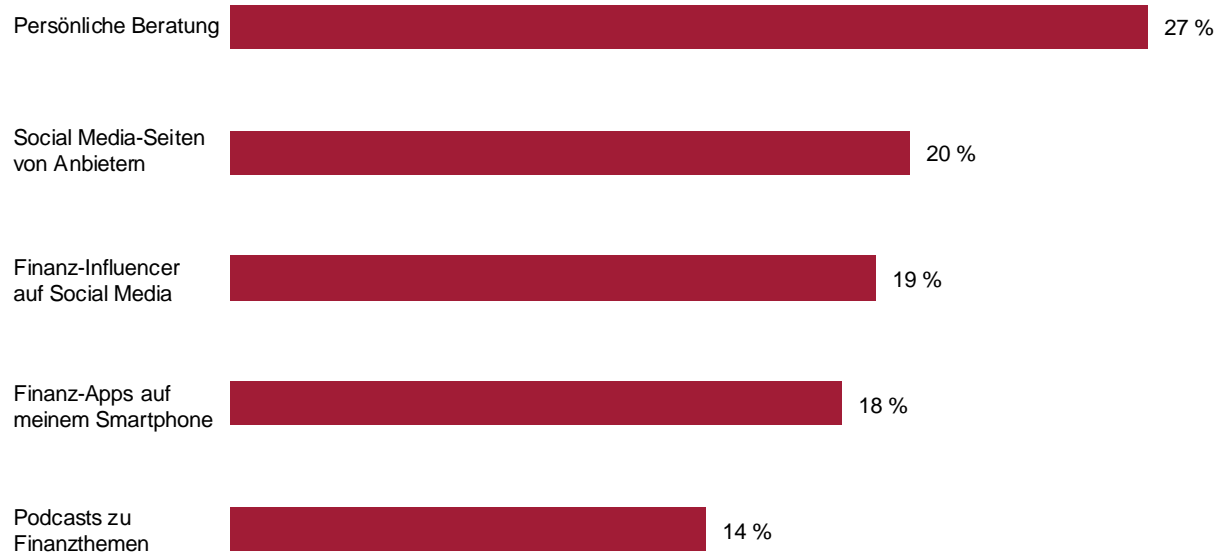


der Gen Z wünschen sich ein Schulfach Finanzen zur besseren Information über Geldanlagen.

# Persönliche Beratung bleibt die wichtigste Informationsquelle - auch bei der Generation Z.

## Informationsquellen, die Generation Z nutzen würde, um sich über Finanzanlagen oder Vorsorgeprodukte zu informieren

*Welche der folgenden Informationsquellen würden Sie nutzen, um sich über Finanzanlagen oder Vorsorgeprodukte zu informieren?*



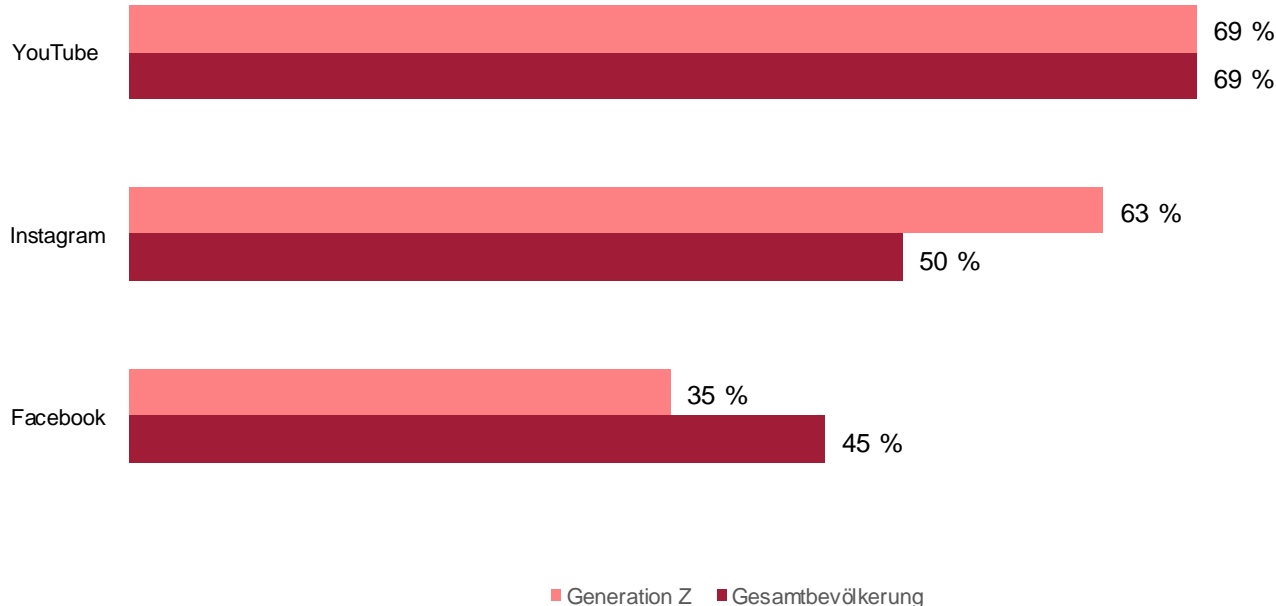
## Kernaussage

- Begehrteste Informationsquelle ist insgesamt die persönliche Beratung (32 %) (Gen Z: 27 %).
- Jüngere setzen verstärkt auf Social Media in Form von Finanzinfluencern (Gen Z: 19 %, Gen Y: 22 %) und Seiten von Anbietern (Gen Z: 20 %, Gen Y: 16 %) sowie Podcasts (Gen Z: 14 %, Gen Y: 19 %).
- Auch Finanz-Apps (Gesamt: 11 %; Gen Z: 18 %, Gen Y: 19 %) nutzen sie häufiger zur Information.

# YouTube und Instagram dominieren als Informationsquellen für Finanzen bei Gen Z.

## Über welche sozialen Netzwerke sich die Befragten über Finanzanlagen oder Vorsorgeprodukte informieren

Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie hierfür?



## Kernaussage

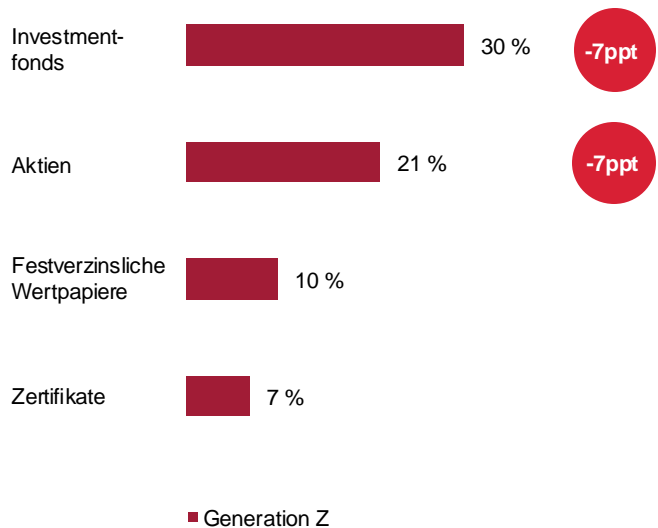
- Bei denjenigen, die sich in Sozialen Netzwerken informieren, sind YouTube (69 %), Instagram (50 %) und Facebook (45 %) die meistgenutzten Quellen. In der Gen Z ist Instagram (63 %) fast so beliebt wie YouTube (69 %).

# Kryptowährungen und festverzinsliche Wertpapiere beliebt bei Gen Y & Z: Rückgang bei Fonds und Aktien.

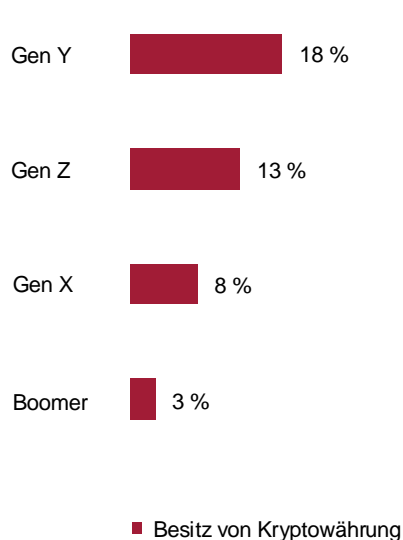
## Welche Finanzprodukte die Gen Z besitzt (Auswahl) und wie sich der Besitz von Kryptowährung unter den Befragten verteilt

Welche der folgenden Finanzprodukte besitzen bzw. nutzen Sie?

Veränderung zu 2022



Sind Sie im Besitz von Kryptowährungen?



## Kernaussage

- Einlagenprodukte sind die beliebtesten Produkte (45 %).
- Mehr als jeder Vierte besitzt zudem Investmentfonds (27 %), jeder Fünfte auch Aktien (21 %).
- Bei Gen Y und Z geht der Besitz von Aktien zurück, gleichzeitig besitzen sie jedoch überdurchschnittlich oft Kryptowährungen (Gen Z: 13 %, Gen Y: 18 %), aber auch festverzinsliche Wertpapiere (10 %/16 %) und Zertifikate (je 7 %).

# Anreize für Krypto-Investments: Hoffnung auf hohe Gewinne und spannende Anlageform.

## Was die Besitzer von Kryptowährungen an diesem Finanzprodukt reizt.

*Was reizt Sie an Kryptowährungen?*

Langfristige Geldanlage mit  
Chance auf hohe Rendite



Die Hoffnung auf hohe  
Gewinne



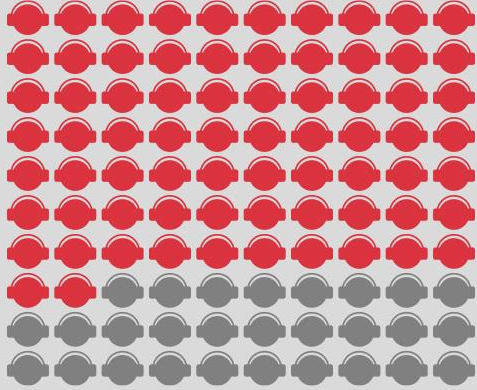
Kryptowährungen  
ermöglichen sichere  
weltweite Transaktionen



## Kernaussage

- Unter den Besitzern von Kryptowährungen geben mehr als 40 % der Befragten an, sich eine langfristige Geldanlage mit hohen Gewinnen zu erhoffen.
- Die Nicht-Besitzer werden durch den Mangel an Transparenz und das damit verbundene Risiko abgeschreckt (47 %).

# Private Altersvorsorge unumgänglich



Große Mehrheit (72 %) der jüngeren und älteren Generationen sieht Notwendigkeit von privater Altersvorsorge gegen Altersarmut.



Dennoch haben 44% der jungen Erwachsenen zwischen 18 und 30 („Gen Z“) noch nicht mit der Vorsorge für den Ruhestand begonnen.



# Ein Drittel der Gen Z besitzt noch kein Vorsorgeprodukt, aber wachsende Nachfrage nach privater Pflegeversicherung.

## Welche Vorsorgeprodukte die Generation Z besitzt

Und welche der folgenden Vorsorge-Produkte (Versicherungen) besitzen Sie?

Veränderung zu 2022

Ich besitze keine  
Vorsorgeprodukte



32 %

Privates  
Altersvorsorgeprodukt



21 %

Private  
Pflegeversicherung



16 %

+5ppt

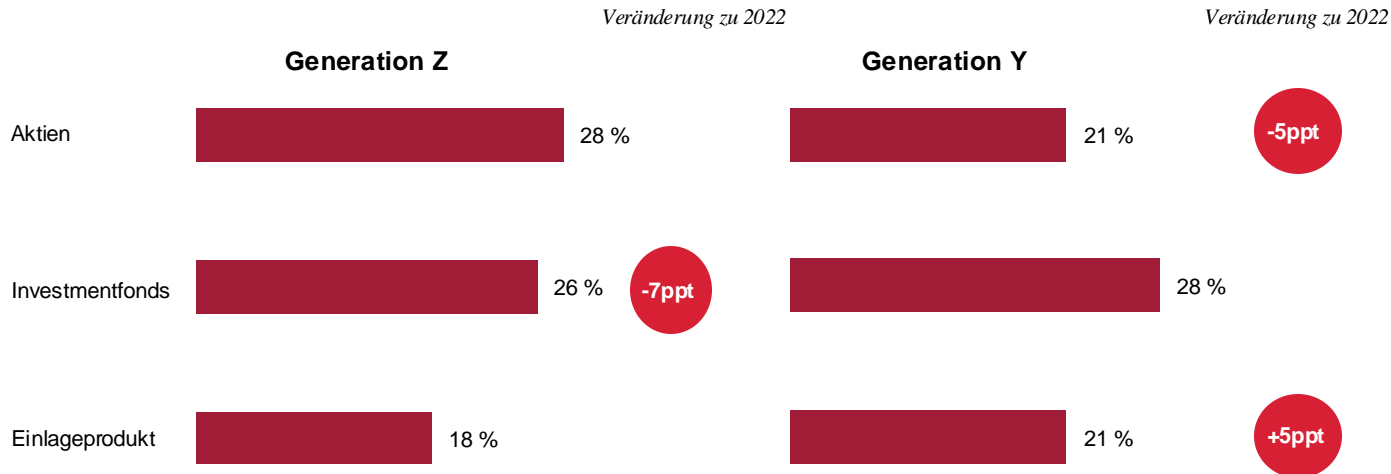
## Kernaussage

- Jüngere Generationen setzen verstärkt auf eine Private Pflegeversicherung:  
Gen Z: 16 %/ +5 %, und Gen Y: 16 %/ +4 %.

# Investmentfonds und Aktien verlieren an Bedeutung: Einlagenprodukte werden bei Gen Y & Z beliebter.

## Welche Finanzanlagen die Gen Z & Y in den nächsten 2 Jahren (zusätzlich) abschließen wollen

Welche der folgenden Finanzanlagen planen Sie in den nächsten 2 Jahren  
(zusätzlich) abzuschließen?



## Kernaussage

- Bei der Planung neuer Anlagen stehen (weiterhin) Investmentfonds (18 %) und Aktien (16 %) im Vordergrund. Einlagenprodukte holen jedoch auf (15 %/ +5 % im Vergleich zu 2022).

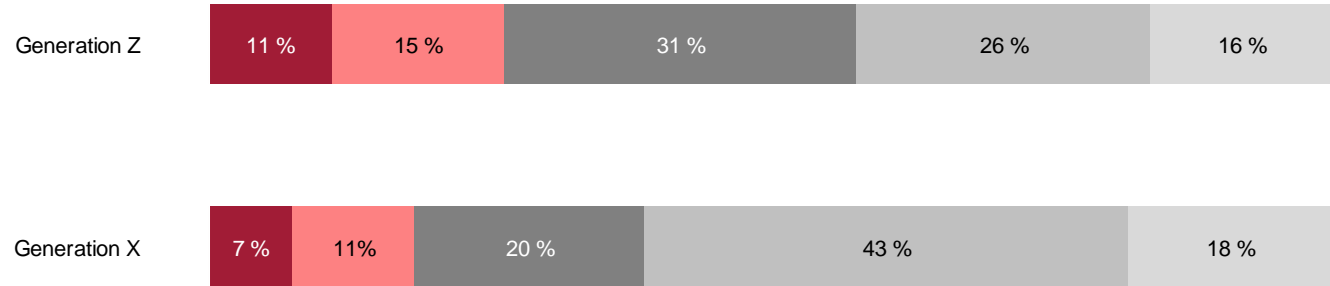
# Eine aktienbasierte Altersvorsorge wird von Gen Y & Z häufiger angestrebt als von den älteren Generationen.

## Kernaussage

- Eine Altersvorsorge mit Anteilen im Aktienmarkt wird mit sinkendem Alter immer attraktiver.
- So möchten in Gen Z 57 % mind. einen Teil der Altersvorsorge in Aktien investieren, in Gen X immerhin noch 54 %.

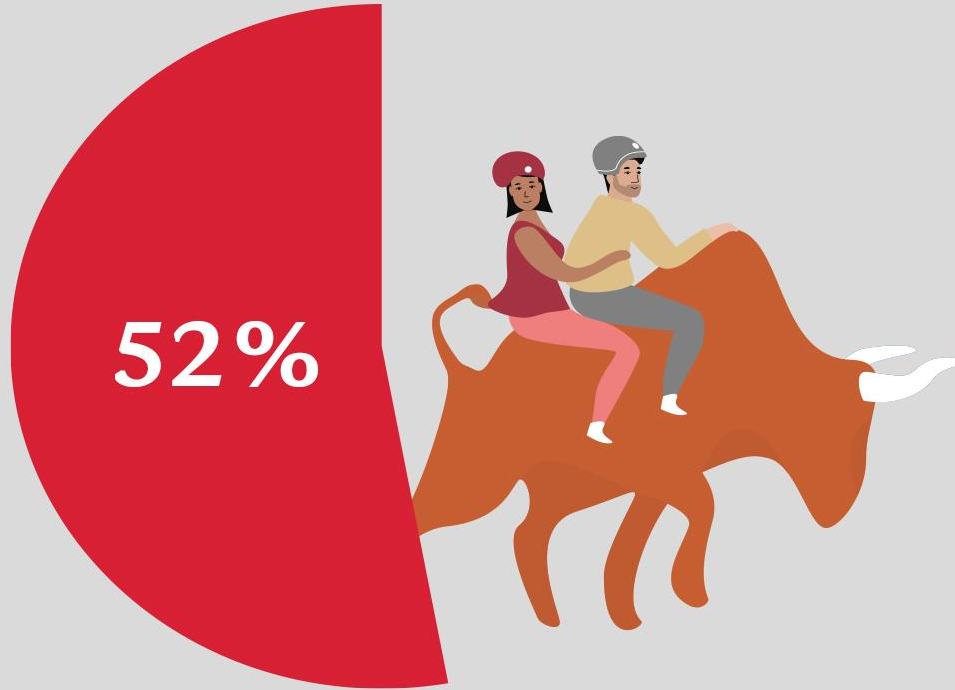
## Welche Rolle aktienbasierte Anlagen für die Altersvorsorge spielen

Wenn Sie einmal speziell an Ihre Altersvorsorge denken, welche Rolle spielen dann Aktien oder an den Aktienmarkt gebundene Finanzanlagen für Sie (z.B. Aktienfonds, ETFs, Mischfonds mit Aktienanteil)?



- Ich habe oder werde den größten Teil meiner Altersvorsorge in den Aktienmarkt stecken (>50 %)
- Ich habe oder werde einen größeren Teil meiner Altersvorsorge in den Aktienmarkt stecken (20-50 %)
- Ich habe oder werde nur einen kleinen Teil meiner Altersvorsorge in den Aktienmarkt stecken (max. 20 %)
- Ich habe oder werde meine Altersvorsorge grundsätzlich nicht in den Aktienmarkt stecken
- weiß nicht / keine Angabe

# Fondsbasierte Lösungen bei der jungen Generation bleiben im Trend

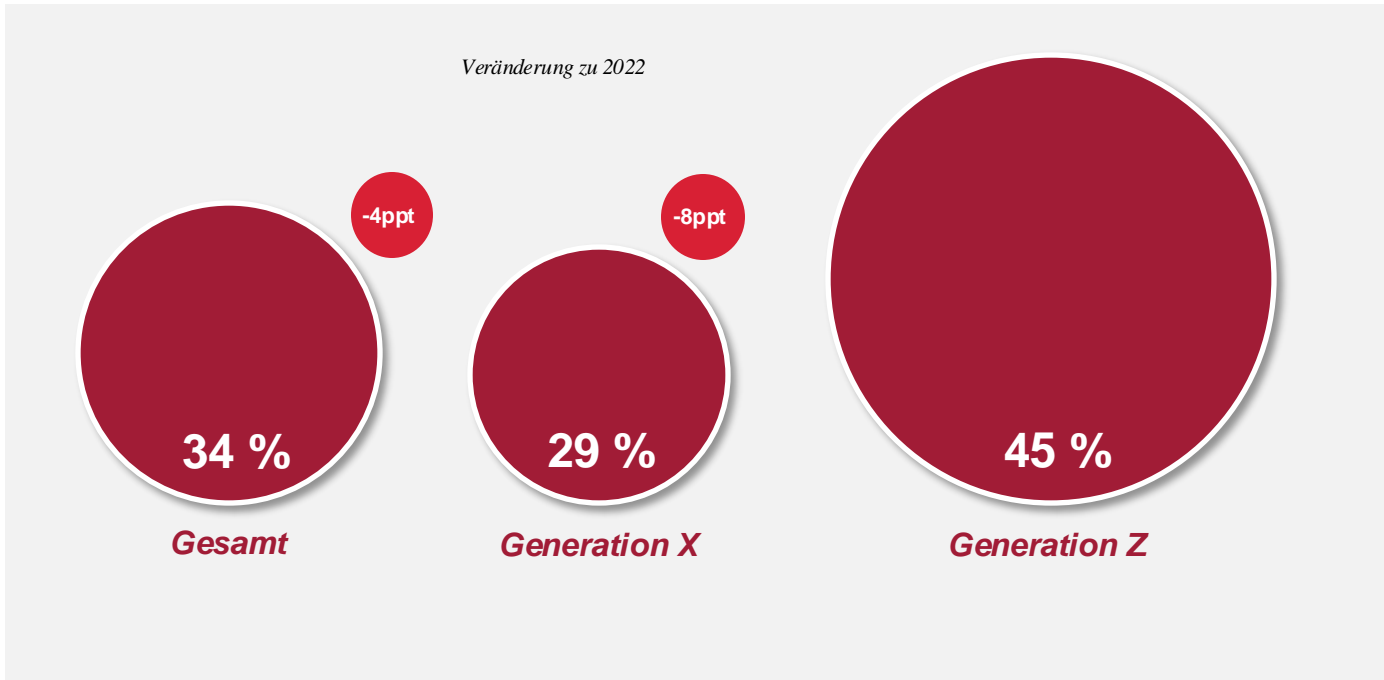


Eine von fünf befragten Personen  
unter 31 Jahren besitzt ein privates  
Altersvorsorgeprodukt.

# Nachhaltigkeitsinteresse sinkt signifikant, aber bleibt bei Gen Z weiterhin relevant.

## Wichtigkeit von Nachhaltigkeit in der Altersvorsorge und Geldanlage

Wie wichtig ist Ihnen das Thema Nachhaltigkeit beim Abschluss von Finanzanlagen?



## Abschluss bzw. Interesse an nachhaltigen Geldanlagen

### Generation Z

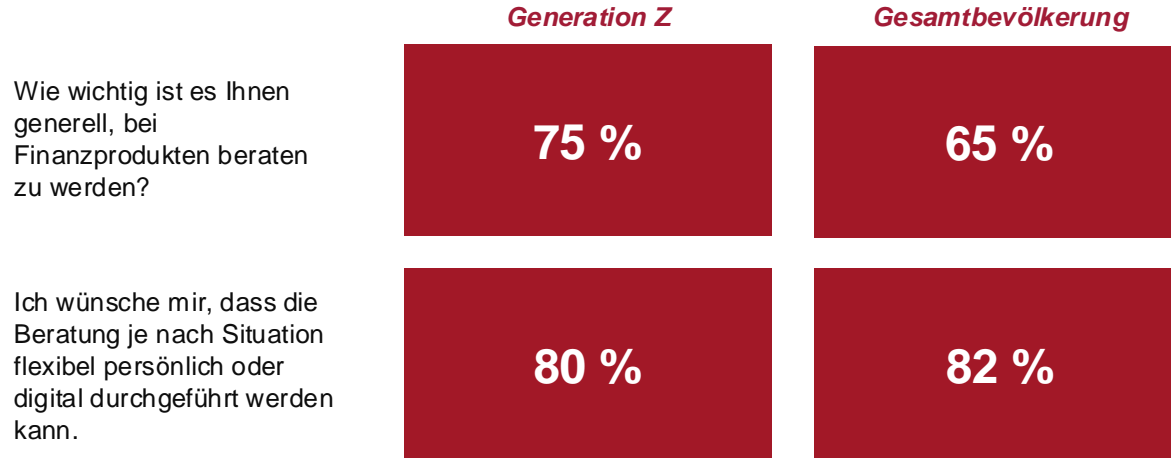


### Generation X



# Für Gen Z ist Finanzberatung besonders wichtig.

## Welche Rolle Beratung für die Befragten spielt



## Kernaussage

- Für die Gen Y und Z ist eine Beratung wichtiger als für ältere Generationen.
- Hier verzichtet nur knapp jeder Fünfte gänzlich auf Beratung, während es bei Gen X jeder Vierte und bei den Babyboomern fast ein Drittel ist.

# Digitaler – aber auch gerne persönlich und flexibel



82%

*der U-31-Jährigen noch digitaler unterwegs als der Durchschnitt der befragten Personen.*

Gen Z und Y setzen auf Videoberatung (21% und 20%) und Messenger-Dienste (16% und 19%).



“  
” *Junge Menschen in ihren Zwanzigern zeigen zwar das nötige Interesse an Finanzthemen wie Altersvorsorge, doch sie müssen auch ins Handeln kommen und anfangen, in die Zukunft zu investieren. Genau dazu kann Beratung den Anstoß geben. Das deckt sich mit unseren Studienergebnissen: 75 % der Gen Z ist Beratung bei Finanzanlagen oder Vorsorgeprodukten wichtig.*

**Dirk von der Crone**  
CEO Swiss Life Deutschland





*Wir unterstützen Menschen dabei,  
ein selbstbestimmtes Leben zu führen.*