

Garching, 01.10.2024

Noch viel Luft nach oben bei Altersvorsorge junger Menschen

Junge Erwachsene (bis 30 Jahre) sind zwar aufgeklärt und interessiert an Finanzthemen, beschäftigen sich aber noch zu wenig mit ihrer Altersvorsorge. Als Informationsquelle bleibt persönliche Beratung unverzichtbar, darf aber gerne auch digital erfolgen.

Private Altersvorsorge gegen Altersarmut? Notwendig – da ist sich die große Mehrheit (72 %) der jüngeren und älteren Generationen einig. Dennoch haben 44 % der jungen Erwachsenen zwischen 18 und 30 („Gen Z“) noch nicht mit der Vorsorge für den Ruhestand begonnen. Zudem beschäftigt sich nur knapp jede zweite Person (48 %) häufig mit der eigenen finanziellen Situation. Das ist paradox, denn das Bewusstsein und die „gefühlte“ Kompetenz sind vorhanden: 58 % der unter 31-Jährigen schätzen ihre Kenntnisse als gut bis sehr gut ein – ein Plus von zwei Prozentpunkten im Vergleich zum Jahr 2022. Die Generation Z zeigt sich sogar interessierter an Finanzthemen als die Generation X und Babyboomer (72 zu 66 bzw. 65 %). Zu diesen Ergebnissen kommt die Junge-Leute-Finanzstudie von Swiss Life Deutschland.

Was hindert junge Erwachsene in ihren Zwanzigern daran, mit der Altersvorsorge loszulegen? Wer sich noch nicht absichert, nennt als Gründe vor allem fehlende finanzielle Mittel (45 %). Aber auch die Komplexität des Themas (25 %), fehlende zeitliche Ressourcen (20 %), das ausbleibende Thematisieren in der Schule (25 %) sowie im Elternhaus (14 %).

Persönliche Beratung könnte Anstoß geben

„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“, sagt Dirk von der Crone, CEO von Swiss Life Deutschland. „Das deckt sich mit unseren Studienergebnissen: 75 % der Gen Z ist Beratung bei Finanzanlagen oder Vorsorgeprodukten wichtig.“

Denn obwohl sie ihre eigenen Finanzkenntnisse als solide einschätzen, wünschen sie sich die Expertise von Fachleuten: Finanzberaterinnen und -beratern sowie Finanzexpertinnen und -experten, Banken und Finanzinstituten wird große Kompetenz zugeschrieben, 29 % sehen sie als am besten geeignet, um Finanzwissen zu vermitteln. Bei der Generation Z sind sie mit je 25 % am zweitbeliebtesten, 30 % der 18- bis 30-Jährigen halten die Schule oder Universität für den besten Ort, um Finanzwissen zu vermitteln. 41 % der Gen Z würden ein „Schulfach Finanzen“ befürworten, um sich über Geldanlagen zu informieren.

„Gerade die persönliche Beratung hilft dabei, sich mit Finanzthemen genauer auseinanderzusetzen und kritisch zu hinterfragen, welche Ziele oder welche Absicherung für einen persönlich wichtig sind. So stiften wir für unsere jungen Kundinnen und Kunden echten

Nutzen, indem wir frühzeitig bei der Entscheidungsfindung für die passende Vorsorge und Absicherung beraten. Diesen Mehrwert erkennen junge Erwachsene zunehmend an“, sagt Dirk von der Crone.

Die Finanzwelt der „Twens“ ist digitaler als die der Babyboomer – aber auch gerne persönlich und flexibel

Neben der Face-to-Face-Beratung sind auch flexibel nutzbare, digitale Informationswege für Finanzanlagen oder Vorsorgeprodukte beliebt bei der Gen Z. Dazu zählen Podcasts (14 %), Finanz-Apps (18 %), „Finfluencer“ in sozialen Medien wie YouTube, Instagram und Facebook (19 %) und Social-Media-Seiten von Anbietern (20 %).

Unter den Befragten, denen Beratung wichtig ist, möchten Gen Z und Y im Schnitt lieber als Gen X und Babyboomer (über 45-Jährige) digital von ihren Finanzberaterinnen und -beratern informiert werden: etwa per Videoberatung (Gen Z: 21 % und Gen Y: 20 % vs. Gen X: 10 % und Babyboomer: 5 %) und Messenger-Diensten (Gen Z: 16 % und Gen Y: 19 % vs. Gen X: 5 % und Babyboomer: 2 %). Alle Generationen wünschen sich jedoch, dass die Beratung je nach Situation flexibel persönlich oder digital durchgeführt werden kann – die U-31-Jährigen noch etwas mehr als der Durchschnitt (82 zu 80 %). Dazu passt auch: Die Gen Z legt 2024 noch mehr Wert auf Flexibilität bei geplanten Zahlungen zur Altersvorsorge als 2022 (70 %, +9 %).

Bei den bis 30-Jährigen hoch im Kurs: Aktien, fondsbasierte Altersvorsorge und Kryptowährung

Das Interesse der jungen Erwachsenen zeigt sich auch in einer breiten Palette an Finanzprodukten: Sowohl sicherheits- als auch renditeorientierte Produkte sind der Gen Z wichtig. Zum einen setzen 18- bis 30-Jährige überdurchschnittlich oft auf festverzinsliche Wertpapiere (10 %) und planen auch in den nächsten zwei Jahren, Einlagenprodukte abzuschließen (18 %). Gleichzeitig besitzen sie überdurchschnittlich häufig Zertifikate (7 %) und Kryptowährungen (13 %), beliebt sind aber vor allem auch Investmentfonds (30 %) und Aktien (21 %). Stärker als ältere Generationen zieht die Mehrheit der Jüngeren (52 %) fondsbasierte Altersvorsorgelösungen klassischen, privaten Lebens- und Rentenversicherungen vor. Eine von fünf Befragten unter 31 besitzt ein privates Altersvorsorgeprodukt. Doch knapp ein Drittel hat noch gar keine Vorsorgeprodukte. Auch in Zukunft wollen die 18- bis 30-Jährigen noch stärker in Investmentfonds (26 %) und Aktien (28 %) investieren. Es fällt auf: Je jünger die Befragten, desto attraktiver wird die Altersvorsorge mit Anteilen im Aktienmarkt. Während in Gen X lediglich 39 % mindestens einen Teil der Altersvorsorge in Aktien stecken möchten, sind es in Gen Z sogar 57 %.

Das deckt sich auch mit dem Wunsch junger Erwachsener, mehr Finanzwissen aufzubauen: Besonders die Themen Aktien und ETFs (43 %), aber auch Produkte zur Altersvorsorge (35 %) und Sparen allgemein (33 %) sowie Kryptowährungen wie Bitcoin (28 %) stoßen auf großes Interesse bei den U-31-Jährigen. Schon jetzt besitzen Gen Z (13 %) und Gen Y (18 %) deutlich häufiger Kryptowährung als Gen X (8 %) und Babyboomer (3 %) – und planen hier auch eher

Investitionen als die älteren Generationen. Reizvoll für junge Krypto-Besitzerinnen und -Besitzer unter 31 Jahren: Viele erhoffen sich hohe Rendite (52 %), sichere weltweite Transaktionen (44 %) und hohe Gewinne (42 %). Auffällig ist aber auch, dass unter 31-Jährige heute signifikant häufiger eine private Pflegeversicherung besitzen als noch vor zwei Jahren.

Zuletzt rückt das Thema Nachhaltigkeit im Vergleich zu 2022 auch bei den 18- bis 30-Jährigen etwas in den Hintergrund (-5 %): Doch während nachhaltige Finanzanlagen nur 29 % der über 45-Jährigen wichtig sind, bleibt ESG-Konformität der Gen Z mit 45 % am wichtigsten. Schon jetzt besitzen 21 % von der jungen Erwachsenen mindestens eine nachhaltige Geldanlage, 38 % können es sich vorstellen.

Über die Studie:

Im Auftrag von Swiss Life Deutschland wurde die Junge-Leute-Finanzstudie erstmals im Jahr 2020 vom Meinungsforschungsinstitut YouGov Deutschland durchgeführt – daraufhin in den Jahren Jahr 2022 und 2024. Befragt wurden Finanzentscheidende im Haushalt, die aus einer repräsentativen Basisstichprobe ab 18 Jahren gewonnen wurden. An der Online-Umfrage im Zeitraum vom 27. Juni bis 9. Juli 2024 nahmen 4.000 Personen teil. Das Ziel der Studie ist es, 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.

Definitionen der genannten Generationen:

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)

So stehen junge Erwachsene 2024 bei der Altersvorsorge – Das Wichtigste in Kürze:

- Junge Erwachsene (bis 30 Jahre) sind zwar aufgeklärt und interessiert, kümmern sich aber noch kaum um ihre Altersvorsorge
- CEO Dirk von der Crone: Jüngere müssen bei Altersvorsorge von der Theorie in die Praxis kommen

Pressemitteilung

Swiss Life Deutschland

- Persönliche Beratung bleibt wichtigste Informationsquelle, darf aber gerne auch digital erfolgen
- Private Altersvorsorge durch Aktien, Investmentfonds und Wertpapiere bei Gen Z beliebt

Medienkontakt Swiss Life Deutschland Unternehmenskommunikation

Gerrit Baur
Telefon +49 89 38109-1073
medien@swisslife.de
www.swisslife.de

www.twitter.com/swisslife_de
<http://www.facebook.com/SwissLifeDeutschland>
www.youtube.com/c/SwissLifeDe

Über Swiss Life Deutschland

Swiss Life Deutschland steht für erstklassige Finanz- und Vorsorgelösungen. Mit unseren qualifizierten Beraterinnen und Beratern sowie unseren vielfach ausgezeichneten Produkten sind wir eine führende Anbieterin im deutschen Markt und unterstützen Menschen dabei, ein selbstbestimmtes Leben zu führen.

Unter der Marke Swiss Life stehen Privatpersonen sowie Unternehmen flexible Versicherungsprodukte und Dienstleistungen in den Bereichen Vorsorge und Sicherheit zur Verfügung. Kernkompetenzen sind dabei die Arbeitskraftabsicherung, die betriebliche Altersversorgung und Vorsorgelösungen mit modernen Garantiekonzepten. Der Vertrieb erfolgt über die Zusammenarbeit mit Maklerinnen und Maklern, Mehrfachagent/-innen, Finanzdienstleistenden und Banken. Das Lebensversicherungsunternehmen ist bereits seit 1866 in Deutschland tätig. Swiss Life hat ihren Sitz in Garching bei München und beschäftigt über 900 Mitarbeitende.

Die Marken Swiss Life Select, tecis, HORBACH und ProVentus stehen für ganzheitliche und individuelle Finanzberatung. Kundinnen und Kunden erhalten dank des Best-Select-Beratungsansatzes eine fundierte Auswahl passender Lösungen von ausgewählten Produktpartnern in den Bereichen Altersvorsorge, persönliche Absicherung, Vermögensplanung und Finanzierung. Für die Sicherheit und finanzielle Unabhängigkeit unserer Kundinnen und Kunden engagieren sich deutschlandweit fast 6.000 Beraterinnen und Berater. Hauptsitz der Finanzberatungsunternehmen mit über 1.000 Mitarbeitenden ist Hannover.