

Zwischen Sparbuch und Kryptoinvestments

Warum wir Geldanlage im Retail-Banking
neu denken müssen



Roland
Berger

Management summary

Die traditionelle Segmentierung im Retail-Banking beruhte lange auf einer einfachen Logik: Beratungsarme Produkte wie Sparbücher oder Tagesgeld waren für den breiten Massenmarkt vorgesehen, beratungsintensive Anlageformen wie Aktien, Fonds oder Zertifikate dagegen vor allem für vermögendere Kundinnen und Kunden. Diese Logik verliert jedoch zunehmend an Tragfähigkeit.

Mit Zero-Fee-Modellen der Neobroker, niedrigeren Markteintrittsbarrieren und einem deutlich höheren gesellschaftlichen Bewusstsein für kapitalmarktorientierte Geldanlagen ist der Zugang zu Wertpapieren heute so einfach wie nie. Sogar komplexere oder risikoreichere Anlageklassen wie Kryptowährungen und ELTIFs werden inzwischen von Retail-Kunden eigenständig genutzt. Demokratisiert wurde damit allerdings zunächst der Zugang, nicht automatisch auch das Finanzwissen.

Parallel dazu verändert sich auch das Verhalten vermögenderer Kundinnen und Kunden. Viele von ihnen agieren digitaler, vergleichen Gebühren stärker und hinterfragen den Mehrwert klassischer Beratung. Hinzu kommt ein generationeller Effekt: Die Millennials bilden die erste Erbgengeneration, die als Digital Natives aufgewachsen ist und erwartet, finanzielle Angelegenheiten vollständig digital erledigen zu können. Digitale Self-Service-Modelle sind damit längst kein Nischenthema junger, vermögensarmer Kundengruppen mehr, sondern gewinnen auch in wohlhabenderen Segmenten an Relevanz.

Für Retail-Banken bedeutet das: Eine Segmentierung allein nach Alter und Vermögen greift zu kurz. Entscheidend sind darüber hinaus Faktoren wie Finanzwissen, digitale Affinität, Lebenssituation, Risikowahrnehmung und Betreuungspräferenzen. Unsere Befragung von 1.000 Sparern zeigt, wie heterogen die tatsächlichen Bedürfnisse im Retail-Banking sind und welche Betreuungsmodelle daraus erforderlich werden.

Inhalt

Page	4	1	Über diese Studie
	6	2	Vermögen und Asset-Allocation
	14	3	Finanzielle Ziele der Befragten
	18	4	Rolle von Umfeld, Experten und Internet
	19	5	Anlageberatung der Zukunft
	28		Fazit
	30		Ausblick

Fast facts

Mehr als

85%

der unter 40-jährigen möchten privat für ihre Altersvorsorge vorsorgen



8 von 10 Befragten

treffen Anlageentscheidungen ungern allein



Bei großen Anlageentscheidungen ist **die Filiale weiterhin der beliebteste Abschlusskanal**

1

Über diese Studie

Wir haben 1.000 Sparer befragt

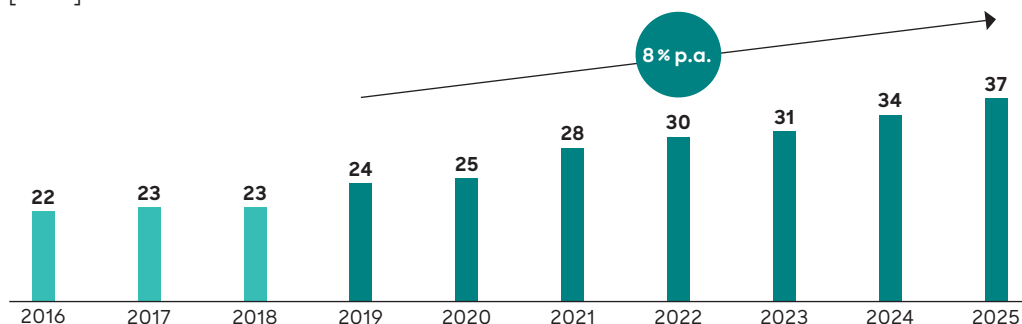
Wir haben 1.000 Retail-Kunden über 18 Jahren befragt, um ein umfassendes Bild ihrer demografischen Merkmale, ihres Verhaltens und ihrer Einstellungen im Bereich der Geldanlage zu erhalten. Hierbei wurden sowohl psychografische als auch verhaltensbasierte Daten erhoben, um ein tiefgehendes Verständnis der zugrunde liegenden Präferenzen und Motivationen zu entwickeln.

Dabei haben wir innerhalb dieser repräsentativen Stichprobe rund 20 Variablen erhoben. Diese Variablen beziehen sich auf die individuelle und finanzielle Lage, das Finanzwissen, Anlagepräferenzen (u.a. Risikopräferenz und Zeitpräferenz), Anlageverhalten (z.B. Spardisziplin und getätigte Investitionen) sowie Betreuungspräferenzen hinsichtlich genutzter Kontaktkanäle, Anbieterloyalität, Bedarf an Beratung und bevorzugter Informationsquellen.

Besonders relevant ist hier ein zentrales Ergebnis: Ein erheblicher Teil der Befragten verfügt nicht über ein belastbares Verständnis grundlegender Finanzkonzepte. Nur rund die Hälfte kann einfache Wissensfragen zu Inflation, Diversifikation und Zinseszins korrekt beantworten. Genau darin liegt ein wesentliches Spannungsfeld des heutigen Marktes: Der Zugang zu Kapitalmärkten ist einfacher geworden, die Fähigkeit zur fundierten Einordnung dieser Möglichkeiten jedoch keineswegs flächendeckend mitgewachsen. ► **A**

A Der Zugang zu Kapitalmärkten wurde über Neobroker demokratisiert

Depotanzahl ist zwischen 2019 und 2025 um 8 % p.a. gewachsen ...
[in #m]



... doch das Finanzwissen der Anleger bleibt auf niedrigem Niveau

62%

Nur 62 % können die Auswirkungen von **Inflation** auf ihre Kaufkraft korrekt bewerten

52%

Nur 52 % verstehen die Vorteile von **Diversifikation**

53%

Nur 53 % können den **Zinseszins-Effekt** richtig einschätzen

Quelle: Depotanzahl gem. Bundesbank-Statistik, Roland Berger Umfrage

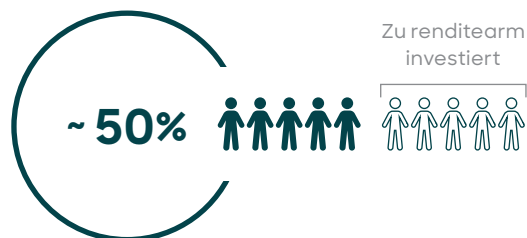
Unsere Ergebnisse verdeutlichen die dringende Notwendigkeit professioneller Anlageberatung, da das Verständnis für Finanzthemen in der breiten Bevölkerung häufig nur begrenzt ausgeprägt ist. Zudem bleiben viele Personen trotz solidem Finanzwissen unsicher in ihren Anlageentscheidungen und greifen weiterhin auf ihnen bekannte, konservative Finanzprodukte zurück. Andere neigen zu Selbstüberschätzung der eigenen finanziellen Kompetenzen und treffen Entscheidungen, die einer objektiven Risikobewertung widersprechen und den langfristigen Vermögensaufbau gefährden. Damit entsteht ein Spannungsfeld zwischen wahrgenommenem Wissen, tatsächlicher Kompetenz und Anlageverhalten. ► **B**

Für Retail-Banken ist diese Diskrepanz besonders relevant. Denn sie erschwert eine zielgerichtete Ansprache, wenn Kundinnen und Kunden oberflächlich ähnlich erscheinen, sich aber in Informationsstand, Entscheidungsfähigkeit und Betreuungsbedarf stark unterscheiden. Genau hier zeigt sich die Notwendigkeit einer neuen Segmentierung, die nicht primär auf Alter oder Vermögen, sondern stärker auf Wissensstand, Verhalten und Präferenzen abstellt.

B Viele Anleger haben Probleme, ihre Risikotragfähigkeit realistisch einzuschätzen und ihre Portfolios entsprechend zu strukturieren

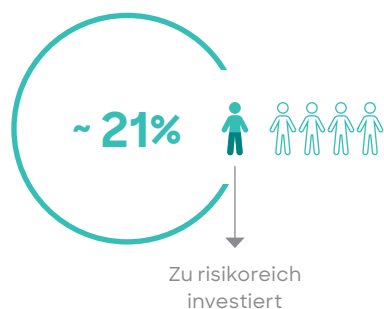
Nicht einmal jeder zweite Anleger ist in Anlageprodukten investiert.

Jeder sechste Anleger gibt an, den Großteil seines Vermögens, mehr als die Hälfte, in Tages- / Festgeld anzulegen – ein Warnsignal für das Thema private Altersvorsorge.



Jeder 16. Befragte hat den Großteil seines Vermögens in Kryptowährungen investiert.

Weitere 15% geben an, größere Teile ihres Vermögens in Kryptowährungen investiert zu haben – für diese risikoreiche Assetklasse eine nicht angemessene Vermögensallokation.



Quelle: Roland Berger Umfrage

2

Vermögen und Asset-Allocation

Wie und wie viel legen die Deutschen an?

DIE FRAGE NACH DER HÖHE UND VERTEILUNG DER VERMÖGEN

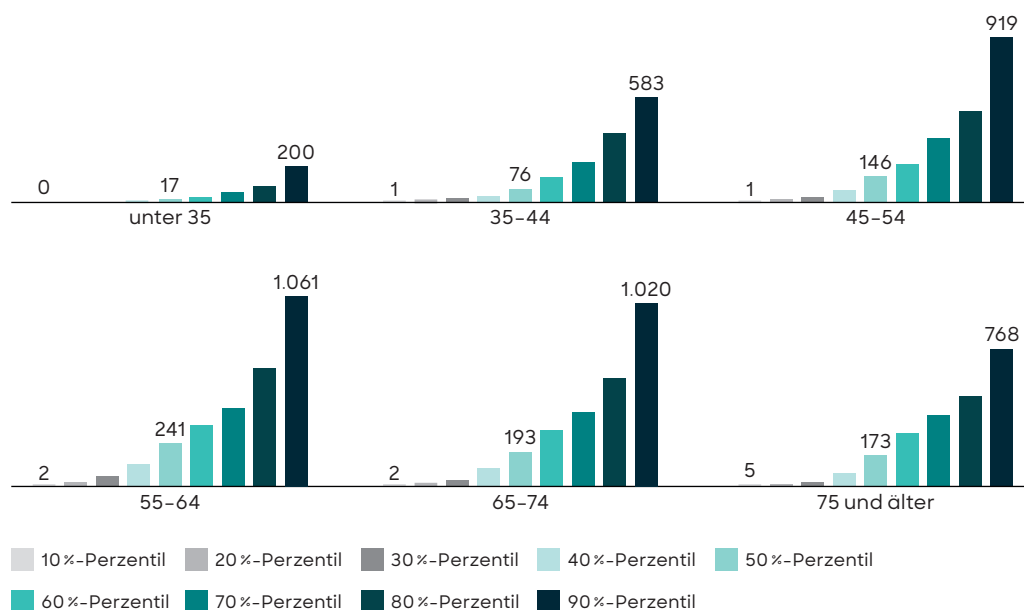
Die Höhe des Vermögens variiert erwartungsgemäß stark mit dem Alter. Jüngere Personen verfügen im Durchschnitt über geringere Vermögen, die im Verlauf des Erwerbslebens zunehmen und nach dem Renteneintritt meistens wieder leicht zurückgehen. ►C

Auffällig ist jedoch sowohl das wachsende Vermögensniveau als auch die zunehmende Spreizung innerhalb der Alterskohorten. Einen zentralen Einfluss hat dabei das Erbvermögen. Je älter die Befragten sind, desto sichtbarer werden die Unterschiede im Vermögensaufbau. Diese Heterogenität verweist darauf, dass sich finanzielle Spielräume und Beratungsbedarfe selbst innerhalb derselben Altersgruppe erheblich unterscheiden. Alter allein ist daher kein tragfähiger Indikator für die passende Betreuung.

Ein Beispiel: Der Wunsch, Kapital für die nachfolgende Generation zu erhalten, wird maßgeblich durch eigene Erberfahrungen sowie durch das Vorhandensein von Kindern beeinflusst. Das Alter der Befragten wirkt sich hingegen weniger stark auf die Zustimmungswerte zum Ziel „Kapitalerhalt“ aus. Dies ist bemerkenswert, da bei älteren Befragten aufgrund des zeitlich näher rückenden Vermögenstransfers ein stärkerer Fokus auf dieses Ziel zu erwarten gewesen wäre. ►D

C Mit steigendem Alter nimmt nicht nur das Vermögen, sondern auch die Spreizung innerhalb der Vermögen in derselben Alterskohorte zu

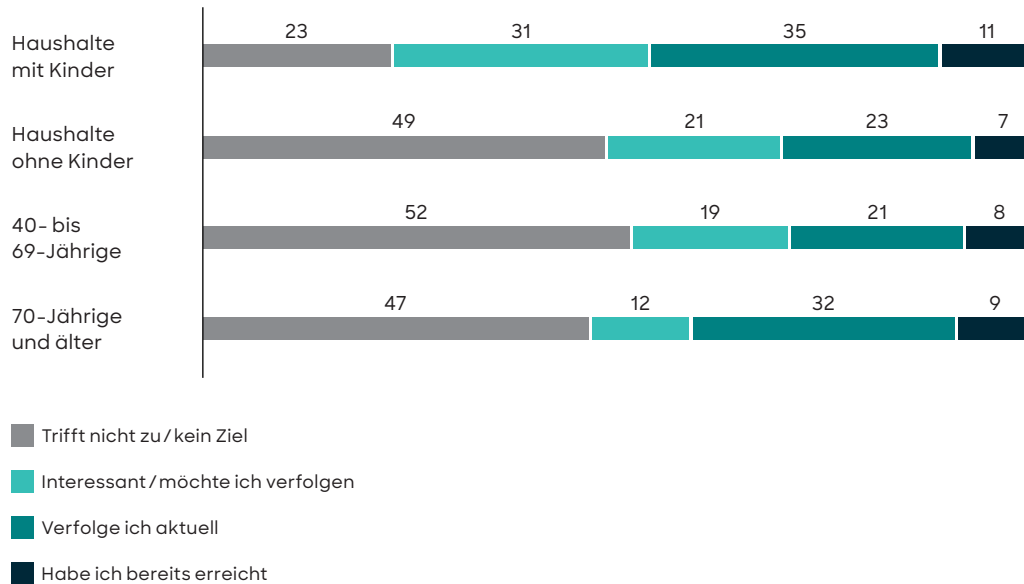
Altersspezifische Verteilung der Haushaltsnettovermögen in Deutschland
[TEUR]



Quelle: IW-Kurzbericht No. 59

D Kapitalerhalt für die nächste Generation ist ein altersübergreifendes Ziel – damit greift eine schlichte Segmentierung nach Alter zu kurz

Frage: Verfolgen Sie das Ziel "Kapitalerhalt für die nächste Generation"?



Quelle: Roland Berger Umfrage

AUSGEPRÄGTE PRÄFERENZ FÜR FESTVERZINSTE ANLAGEPRODUKTE

Nach wie vor sind große Teile des Vermögens deutscher Retail-Kunden in Giro- und Tagesgeldkonten angelegt. ► E

Diese Präferenz für liquide und risikoarme Anlagen verweist zugleich auf zwei strukturelle Herausforderungen:

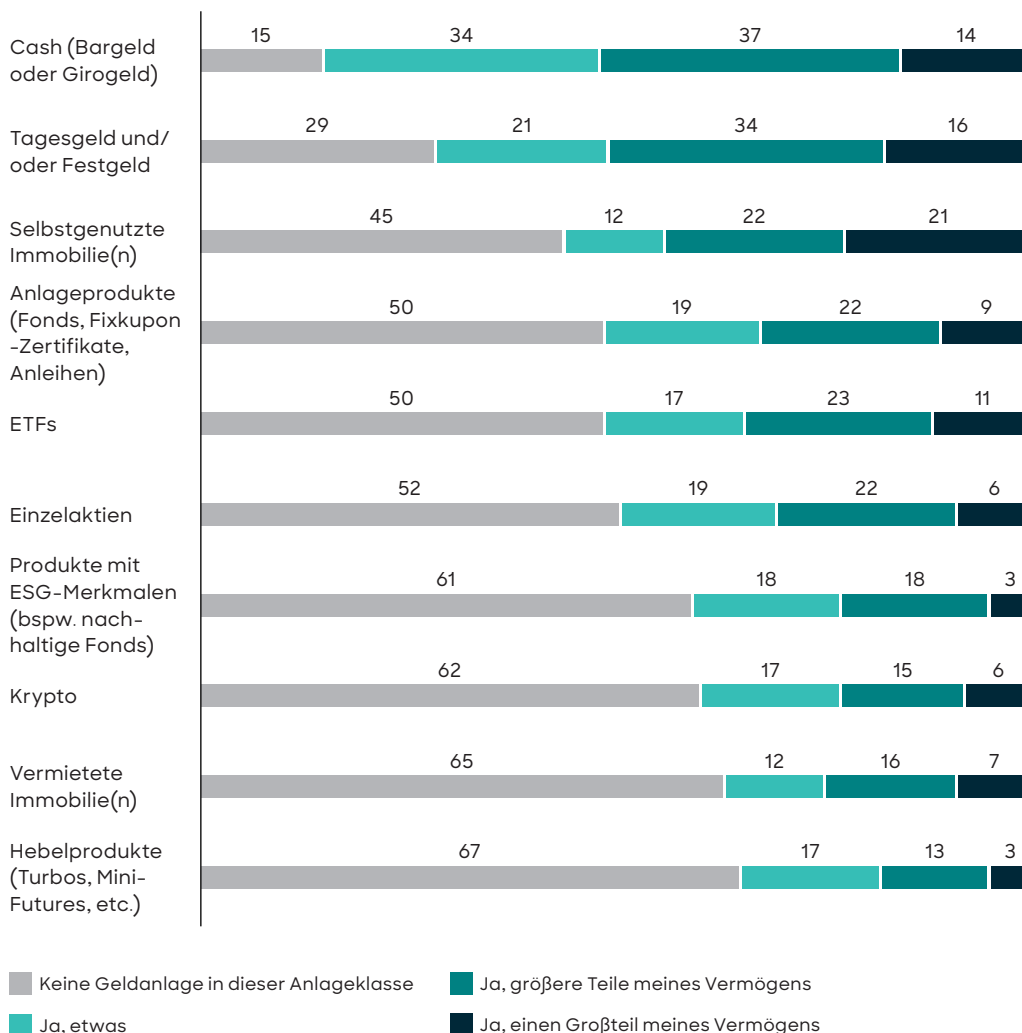
1. Eine hohe Sicherheitsorientierung
2. Defizite im Verständnis langfristiger, diversifizierter Vermögensanlagen

Gerade vor dem Hintergrund zentraler Anlageziele wie Altersvorsorge und Vermögensaufbau scheint die geringe Nutzung renditestärkerer, breit diversifizierter Anlageformen problematisch.

Für Finanzinstitute ergibt sich daraus ein klarer Auftrag: Kunden schrittweise an Assetklassen heranzuführen, die eine höhere Rendite bringen, ohne dabei ihre Sicherheitsbedürfnisse zu ignorieren.

E Hinsichtlich der Portfoliozusammensetzung zeigt sich insgesamt eine starke Präferenz für risikoarme und liquide Anlagen

Frage: Wie und in welchem Umfang legen Sie Geld in den folgenden Anlageklassen an?



Quelle: Roland Berger Umfrage

IMMOBILIEN ALS BELIEBTE ANLAGEFORM

Selbstgenutzte Immobilien erweisen sich als mit Abstand beliebteste Anlageform. Für jeden fünften deutschen Retail-Kunden stellt das Eigenheim den Großteil des eigenen Vermögens und ein wesentliches Instrument der Altersvorsorge dar, weil es im Ruhestand den Wegfall von Mietzahlungen ermöglicht. Zudem fungieren die monatlichen Tilgungsraten als obligatorischer Sparmechanismus, der eine hohe Disziplin bei der Vermögensbildung erfordert.

►F

Diese einseitige Konzentration auf Immobilien birgt jedoch Klumpenrisiken, die bei Marktschwankungen die finanzielle Stabilität der Haushalte gefährden können. Oft fehlen ausrei-

chende Rücklagen, um im Bedarfsfall kurzfristig auf liquide Mittel zurückgreifen zu können. Besonders bei Rentnerinnen und Rentnern ist ein hoher Anteil des Nettovermögens in der selbstgenutzten Immobilie gebunden, was bei notwendigen (energetischen) Sanierungen oder gesundheitsbedingten Mehrausgaben häufig zu Liquiditätsengpässen führt. ► [G](#)

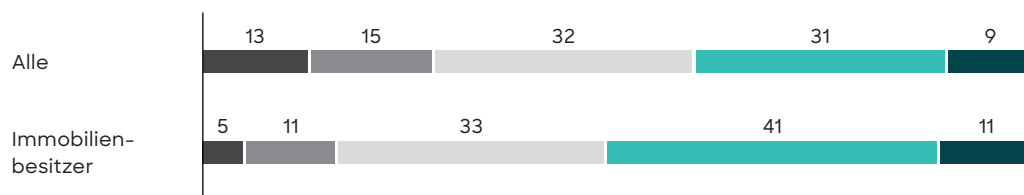
Zudem schränkt die starke Kapitalbindung in Immobilien die Flexibilität ein und nimmt den Anlegern den Spielraum, auf veränderte Marktbedingungen oder persönliche Lebensereignisse zu reagieren.

Gerade bei älteren Haushalten zeigt sich damit ein Zielkonflikt zwischen Vermögenssubstanzerhalt und Liquiditätsverfügbarkeit. Für die Beratung bedeutet das: Nicht nur der Vermögensaufbau, sondern auch die Struktur und Nutzbarkeit des Vermögens müssen stärker in den Fokus rücken.

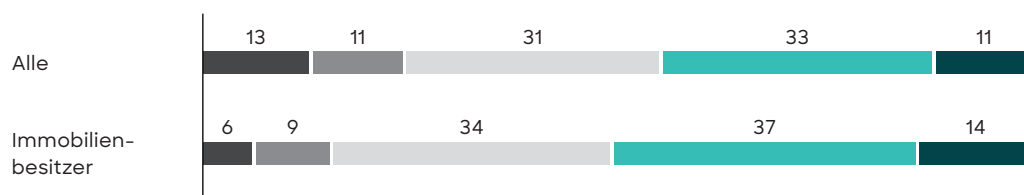
F Es besteht eine hohe Korrelation zwischen Immobilienbesitz und Spardisziplin

Frage: Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Ihr Sparverhalten zu?

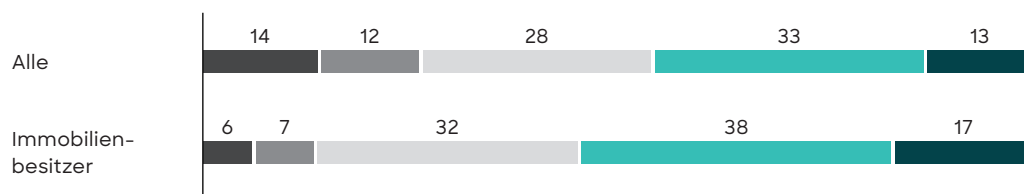
Ich halte meine Sparrate auch in schwierigen Zeiten konsequent ein



Ich erhöhe meine Sparrate regelmäßig, wenn sich mein Einkommen verbessert



Es fällt mir leicht, feste Beträge monatlich zurückzulegen

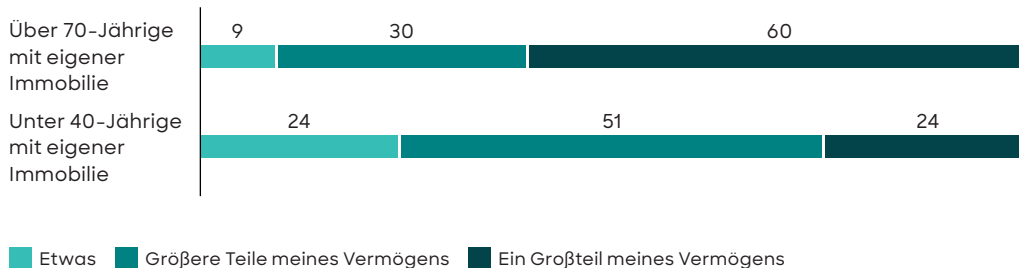


Trifft überhaupt nicht zu
 Neutral
 Trifft voll und ganz zu
 Trifft nicht zu
 Trifft zu

Quelle: Roland Berger Umfrage

G Für viele ältere Personen ist die eigene Immobilie der wesentliche Vermögenswert

Frage: In welchem Umfang ist ihr Geld in der selbstgenutzten Immobilie gebunden?



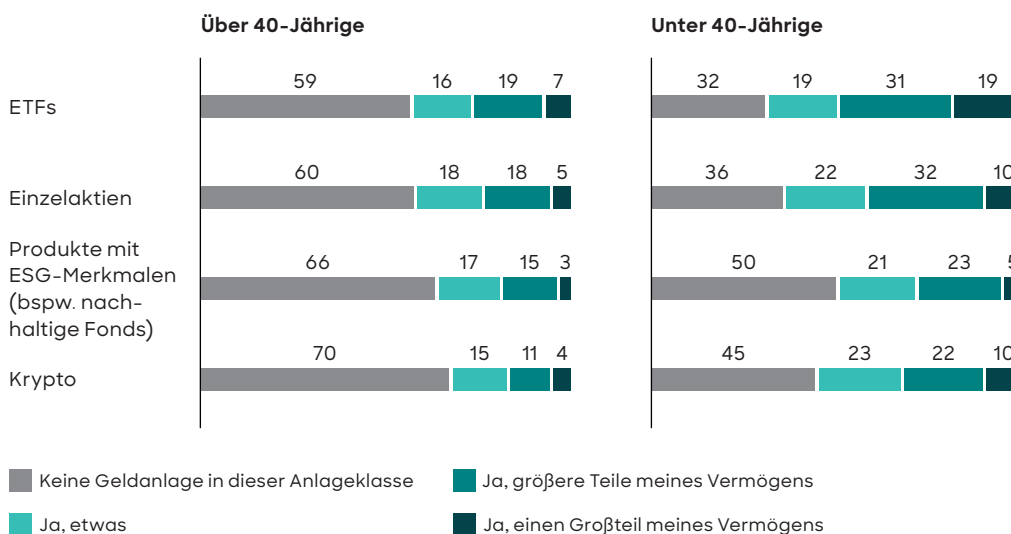
Quelle: Roland Berger Umfrage

UNTERSCHIEDE IN DER VERMÖGENSZUSAMMENSETZUNG NACH ALTER

Während ältere Generationen weiterhin stark in festverzinsten Produkten investiert sind, zeigen jüngere Anleger eine höhere Affinität zu renditeorientierten Instrumenten wie ETFs, Einzelaktien und Kryptowährungen. ► [H](#)

H Unter 40-Jährige haben eine hohe Bereitschaft zur Investition in renditestarke und risikoreichere Anlageklassen

Frage: Wie und in welchem Umfang legen Sie Geld an?
[Segmentierung nach Alter]

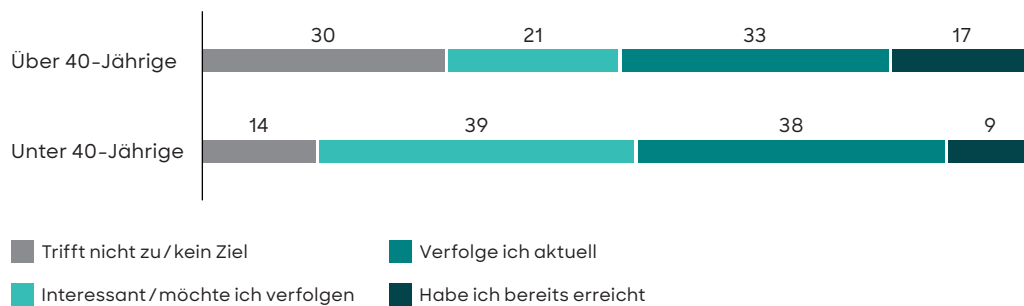


Quelle: Roland Berger Umfrage

Diese höhere Investitionsbereitschaft lässt sich teilweise auf ein gesteigertes Bewusstsein für private Altersvorsorge zurückführen. Während lediglich 70 % der über 40-Jährigen angeben, dass private Altersvorsorge ein finanzielles Ziel für sie darstellt, sind es bei den unter 40-Jährigen signifikant mehr, nämlich 86 %. Das überrascht, da der Renteneintritt bei Jüngeren noch in weiter Zukunft liegt. ►

Unter 40-Jährige haben ein größeres Bewusstsein für eine private Altersvorsorge neben der gesetzlichen Rente

Frage: Verfolgen Sie das Ziel "private Altersvorsorge neben der gesetzlichen Rente"?



Quelle: Roland Berger Umfrage

**// Loyalität entsteht nicht
durch günstige Gebühren, sondern
durch echtes Verständnis."**

Dr. Thomas Richter, Partner

GESCHLECHTSSPEZIFISCHE UNTERSCHIEDE BEI DER PRODUKTAUSWAHL

Zwischen Männern und Frauen lassen sich bezüglich der bevorzugten Anlageklassen markante Differenzen beobachten. Frauen tendieren stärker zu liquiden und risikoarmen Anlagen wie Tages- oder Festgeld, wohingegen Männer eine ausgeprägtere Affinität zu risikoreicheren Assetklassen wie Aktien und ETFs zeigen. ►J

Dies deutet auf geschlechtsspezifische Unterschiede in der Risikotoleranz hin. Insgesamt nutzen Männer Finanzanlagen häufiger als Frauen: Insbesondere Aktienanlagen (Einzelaktien und ETFs), aber auch Kryptoinvestments erfreuen sich bei Männern größerer Beliebtheit.

Erwähnenswert ist zudem, dass Männer mit ESG-Kriterien vertrauter sind und sie Nachhaltigkeitsaspekte häufiger in ihre Entscheidungen einfließen lassen. Insgesamt lässt sich aber sagen, dass ESG-Kriterien grundsätzlich für viele kein Begriff sind und im Vergleich zu anderen Auswahl Faktoren weniger stark in Anlageentscheidungen berücksichtigt werden.

Des Weiteren bevorzugen Männer eigenständige Anlageentscheidungen ohne externe Unterstützung, während Frauen personalisierte Beratung und umfassendere Informationen zu ihren Optionen schätzen – ein Indikator für einen erhöhten Bedarf an maßgeschneiderter Finanzberatung bei weiblichen Anlegern. ►K

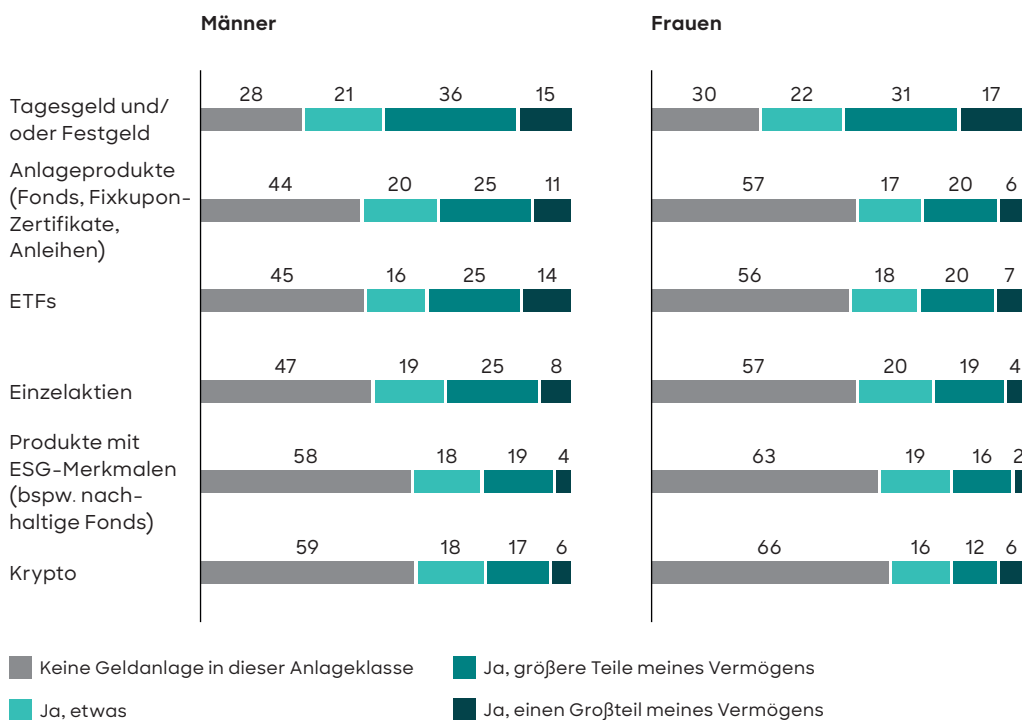
Bemerkenswert ist, dass 43 % der Frauen aktuell keinen Anlageanbieter nutzen, verglichen mit rund 29 % der Männer. Diese geringere Kapitalmarktbeteiligung von Frauen beeinflusst die langfristige Vermögensverteilung zwischen den Geschlechtern.

Die Unterschiede deuten auf eine höhere Risikoaversion bei Frauen sowie ein geringeres Vertrauen in die eigene Finanzkompetenz hin, was gezielte Beratungsangebote notwendig macht.

J Ein Blick auf geschlechterspezifische Unterschiede zeigt: Männer investieren deutlich häufiger und gehen dabei höhere Risiken ein als Frauen

Frage: Wie und in welchem Umfang legen Sie Geld an?

[Segmentierung nach Geschlecht]

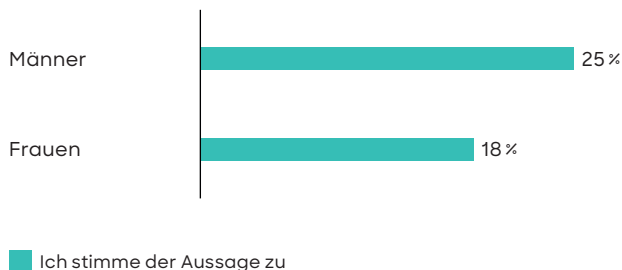


Quelle: Roland Berger Umfrage

K Männer treffen ihre Anlageentscheidungen eher selbst, während Frauen den Austausch im sozialen Umfeld und externe Beratung bevorzugen

Frage: Inwiefern trifft die folgende Aussage auf Ihr Anlageverhalten zu?

Ich treffe meine Anlageentscheidungen am liebsten selbst und ohne Unterstützung



Quelle: Roland Berger Umfrage

3

Finanzielle Ziele

Wie Anleger diese erreichen wollen

FINANZIELLE ZIELE - ABSICHERUNG ALS OBERSTE PRIORITÄT, KURZFRISTIGE KAPITALVERMEHRUNG SEKUNDÄR

Eine Auswertung der finanziellen Ziele der Befragten zeigt, dass langfristige Stabilität und finanzielle Absicherung zentrale Prioritäten darstellen. Besonders stark ausgeprägt ist die Bedeutung von Vorsorgeaspekten: Der Aufbau einer Notfallreserve weist die höchsten Zustimmungswerte auf, wobei ein Großteil der Teilnehmenden dieses Ziel bereits erreicht hat oder aktuell verfolgt. Dies spricht für ein ausgeprägtes Sicherheitsbewusstsein und eine hohe Sensibilität gegenüber finanziellen Unsicherheiten im Retail-Banking. ►L

Darüber hinaus nimmt die Altersvorsorge einen wichtigen Stellenwert ein. Ein erheblicher Anteil der Befragten beschäftigt sich aktiv mit ergänzenden Maßnahmen zur gesetzlichen Rente. Auch langfristiger Vermögensaufbau wird von vielen Teilnehmenden verfolgt, sowohl in Form konkreter Spar- und Investitionsziele als auch durch mittel- bis langfristige Strategien zum Kapitalaufbau.

Auffällig ist auch die hohe Relevanz familiärer und generationenübergreifender Ziele. Die finanzielle Absicherung der Familie bei Berufsunfähigkeit sowie der Kapitalerhalt für nachfolgende Generationen erreichen vergleichsweise hohe Zustimmungswerte. Dies verweist auf ein Verantwortungsbewusstsein, das über individuelle Interessen hinausgeht und die langfristige finanzielle Stabilität des familiären Umfelds einschließt.

Ebenfalls bemerkenswert ist das Interesse am Aufbau passiver Einkommensquellen im Retail-Segment. Viele Befragte verbinden finanzielle Ziele offenbar nicht ausschließlich mit Vermögensakkumulation, sondern auch mit dem Wunsch nach größerer Unabhängigkeit und dem Aufbau einer weiteren Einkommensquelle im Alter.

Die Ergebnisse widersprechen damit Vorurteilen, wonach Anlageentscheidungen vor allem renditegetrieben sind. Für die meisten Anleger steht das Ziel einer kurzfristigen Geldvermehrung durch hohe Renditen nicht im Fokus und nimmt im Vergleich zu langfristigen Sicherheits- und Stabilitätszielen eine deutlich geringere Rolle ein. Zwar interessiert sich rund ein Drittel der Befragten für das Thema „kurzfristige Renditeorientierung“, zugleich gibt jedoch der größte Anteil an, dass kurzfristige Renditeorientierung „nicht zutrifft“ beziehungsweise kein persönliches Ziel darstellt. Dies deutet darauf hin, dass risikoorientierte Anlagestrategien in der Breite weniger attraktiv sind als häufig angenommen.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse, dass finanzielle Zielsetzungen überwiegend von Vorsorge, Stabilität und langfristiger Planung geprägt sind. Kurzfristige finanzielle Motive treten demgegenüber weniger dominant auf, während nachhaltige Sicherheits- und Absicherungsaspekte klar im Vordergrund stehen.

L Es besteht generell ein hohes Bewusstsein für eine finanzielle Absicherung und den langfristigen Aufbau von Vermögen

Frage: Welche der folgenden finanziellen Themen sind für Sie relevant?

Vorhandensein einer Notfallreserve (z.B. 3 Nettomonatsgehälter)



Altersvorsorge zusätzlich zur gesetzlichen Rente, die es mir erlaubt meinen Lebensstandard im Alter zu halten



Familie oder Angehörige absichern bei Berufsunfähigkeit / Tod



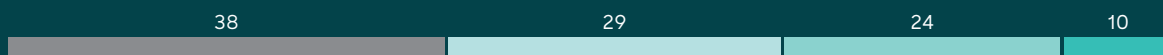
Langfristiger Vermögensaufbau ohne konkretes Sparziel



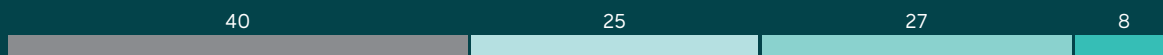
Mittel- bis langfristiger Vermögensaufbau zur Erfüllung von Lebenszielen (z.B. Hauskauf, Studium, Weltreise)



Dauerhaftes passives Einkommen aufbauen (z.B. regelmäßige Miet- oder Zinseinnahmen, Dividenden)



Kapitalerhalt (z.B. für die nächste Generation)



Kurzfristige Geldvermehrung durch hohe Renditen



Trifft nicht zu / kein Ziel
 Interessant / möchte ich verfolgen
 Verfolge ich aktuell
 Habe ich bereits erreicht

Quelle: Roland Berger Umfrage

SPARDISZIPLIN STARK EINKOMMENSABHÄNGIG

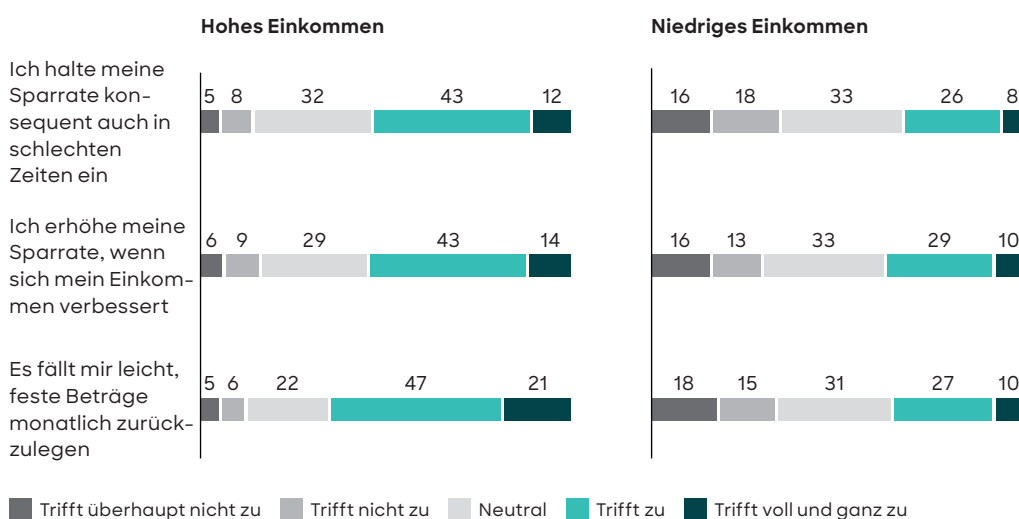
Die Analyse des Sparverhaltens zeigt, dass viele Befragte ihre finanziellen Ziele aktiv durch regelmäßiges Sparen verfolgen. Gleichzeitig treten jedoch deutliche Unterschiede zwischen Haushalten mit höherem (über 4.000 EUR Haushaltsnettoeinkommen) und niedrigerem Einkommen (unter 4.000 EUR Haushaltsnettoeinkommen) zutage. Dabei wurde nicht die absolute Höhe der Sparbeträge untersucht, sondern die Stabilität und Kontinuität des Sparverhaltens.

Bei Befragten mit höherem Einkommen zeigt sich eine ausgeprägtere Spardisziplin. Mehr als die Hälfte gibt an, die eigene Sparrate auch in schwierigen Situationen konsequent beizubehalten. Viele Teilnehmende berichten zudem, ihre Sparbeträge regelmäßig zu erhöhen und feste monatliche Sparroutinen problemlos in den Alltag integrieren zu können. Diese Ergebnisse sprechen für ein strukturiertes und planbares Finanzverhalten, welches das langfristige Erreichen finanzieller Ziele begünstigt. Sparen erscheint hier weniger als kurzfristiger Verzicht, sondern vielmehr als fester Bestandteil der finanziellen Lebensführung. ► **M**

Im Vergleich dazu zeigen Haushalte mit niedrigerem Einkommen ein deutlich instabileres Sparverhalten. Viele Befragte berichten, dass es ihnen schwerfällt, feste Sparbeträge langfristig einzuhalten oder regelmäßig Rücklagen zu bilden. Selbst bei steigendem Einkommen erhöht sich die Sparrate in dieser Gruppe deutlich seltener als in der Vergleichsgruppe. Zudem treten Unterbrechungen oder Reduzierungen der Sparleistungen wesentlich häufiger auf.

M Einkommensschwache Haushalte zeigen eine deutlich inkonsequentere Spardisziplin und gehen weniger planvoll bei der Anlage vor – ein Teufelskreis

Frage: Inwiefern treffen die folgenden Aussagen auf Ihr Sparverhalten zu?
[Segmentierung nach Einkommen]



Quelle: Roland Berger Umfrage

Ein großer Teil der Befragten setzt das Sparen bei finanziellen Belastungen vollständig aus oder passt die Sparraten kurzfristig an aktuelle Ausgaben und Konsumwünsche an. Gleichzeitig fehlt häufig das Bewusstsein dafür, dass auch kleine, aber kontinuierliche Sparbeiträge über lange Zeiträume hinweg einen erheblichen Effekt auf die Altersvorsorge haben können. Entsprechend bleiben die positiven Wirkungen des Zinseszins efekts oft ungenutzt.

Hieraus ergibt sich ein Teufelskreis: Niedriges Einkommen, instabiles Sparverhalten, ein geringes Interesse an Finanzen und damit auch ein geringes Verständnis für Zins effekte erschweren den Vermögensaufbau. Beim Altersvorsorgedepot ist daher neben finanzieller Förderung durch den Staat eine gezielte Vermittlung von Finanzkompetenz erforderlich, um einkommensschwachen Haushalten die langfristigen Vorteile zu verdeutlichen.

Positiv ist, dass die geplante Einführung des Altersvorsorgedepots bereits die Etablierung niederschwelliger Informationsangebote – etwa in Form von Webinaren – bei verschiedenen Finanzinstituten wie Banken und Brokern vorangetrieben hat.

ANLAGEVERHALTEN BEI VIELEN BEFRAGTEN DURCHAUS SYSTEMATISCH

Die Analyse des Anlageverhaltens zeigt, dass viele Befragte grundsätzlich Strategien verfolgen, um ihr Portfolio zu strukturieren und an ihre finanziellen Ziele anzupassen. Gleichzeitig treten jedoch (ähnlich wie beim Sparverhalten) deutliche Unterschiede zwischen Haushalten mit höherem und niedrigerem Einkommen auf. Diese Unterschiede betreffen insbesondere den Grad der Systematik, Regelmäßigkeit und strategischen Steuerung der Kapitalanlage.

Bei Befragten mit höherem Einkommen zeigt sich ein vergleichsweise strukturiertes und planvolles Anlageverhalten. Ein signifikanter Anteil gibt an, das eigene Portfolio in festen Abständen anzupassen (31%) oder klare Regeln für die Anpassung der Anlagestrategie zu verfolgen – etwa nur bei relevanten Veränderungen der Rahmenbedingungen (36%). Zudem verfügen viele über konkrete Rebalancing-Strategien (24%) und reagieren in gewissem Umfang aktiv auf Marktentwicklungen oder Nachrichten (25%). Die Kapitalanlage erfolgt hier also nicht zufällig, sondern wird als bewusster, kontinuierlicher Prozess verstanden. Die Kombination aus regelmäßiger Überprüfung, strategischer Anpassung und teilweise auch aktiver Steuerung schafft günstige Voraussetzungen, um Anlageentscheidungen zielgerichtet an langfristigen finanziellen Zielen auszurichten.

Demgegenüber zeigt sich bei Haushalten mit niedrigerem Einkommen ein deutlich weniger konsistentes Anlageverhalten. Zwar geben auch hier einzelne Befragte an, ihr Portfolio anzupassen oder Strategien zu verfolgen, die entsprechenden Anteile liegen jedoch durchgängig unter denen der einkommensstärkeren Gruppe (z.B. 21% bei regelmäßigen Anpassungen und 17% bei festen Rebalancing-Strategien).

Zudem gibt ein vergleichsweise großer Anteil (23%) an, dass keine der vorgegebenen Anlagestrategien auf das eigene Verhalten zutrifft. Dies deutet darauf hin, dass ein erheblicher Teil dieser Gruppe keine klar strukturierte oder bewusst gesteuerte Anlagestrategie verfolgt.

Anlageentscheidungen erscheinen hier häufiger situativ, unregelmäßig oder weniger systematisch eingebettet.

Während Haushalte mit höherem Einkommen ihr Spar- und Anlageverhalten strategischer planen, fehlt es einkommensschwächeren Haushalten oft an Routinen. Dies erschwert den langfristigen Vermögensaufbau. Das neue Altersvorsorgedepot könnte die Unterschiede zwischen Haushalten mit hohem und niedrigem Einkommen weiter verschärfen. Wer bereits regelmäßig spart und sich aktiv mit Finanzanlagen auseinandersetzt, kann die staatlichen Förderungen optimal nutzen und seine Vorsorge stärken. Haushalte ohne ausgeprägtes Finanzinteresse oder mit geringerer Spardisziplin profitieren hingegen weniger, was die soziale Ungleichheit im Bereich der Altersvorsorge sogar weiter vergrößern könnte. Hier können digitale Anlage-Assistenten und automatisierte Rebalancing-Mechanismen helfen: Sie ermöglichen auch ohne tiefes Finanzwissen eine passende Anlagestrategie, beispielsweise durch eine altersgerechte Umschichtung in risikoärmere Anlageklassen.

4

Wem vertrauen Anleger?

Die entscheidende Rolle von Umfeld, Experten und Internet

INFORMATIONSQUELLEN

Die Mehrzahl der Befragten bezieht Finanzinformationen primär aus dem familiären Umfeld oder aus dem Freundeskreis, gefolgt von Bankberatern und internetbasierten Angeboten. Die Dominanz des sozialen Umfelds bei der Informationssuche unterstreicht, wie stark die finanzielle Bildung vom individuellen Lebensumfeld abhängt. Bemerkenswert ist, dass mehr als die Hälfte der Befragten mit höherem Bildungsstand das Internet als primäre Informationsquelle nutzt. Dies verdeutlicht eine Diskrepanz: Ein höherer Bildungsgrad korreliert mit der Präferenz für neutrale Quellen, was wiederum die Abhängigkeit von Dritten verringert.

KORRELATION ZWISCHEN INFORMATIONSQUELLEN UND FINANZWISSEN

Gewählte Informationsquellen korrelieren stark mit dem Finanzwissen und damit der Fähigkeit, Finanzprodukte zu bewerten. Wer sich vorwiegend im privaten Umfeld informiert, versteht grundlegende Konzepte wie Inflation oder Zinseszins oft schlechter als Nutzer digitaler Angebote oder Kundinnen und Kunden von Bankberatern. Am besten schneiden diejenigen ab, die sich eigenständig im Internet informieren. Dies zeigt: Wer sich breit informiert und digitale Medien nutzt, verbessert sein Finanzwissen deutlich. Wer sich hingegen nur auf das eigene soziale Umfeld verlässt, erzielt meist schlechtere Ergebnisse.

HETEROGENE AUSGANGSLAGE IN DER BERATUNG

Die Untersuchung zeigt eine deutliche Wissenslücke: Weniger als die Hälfte der Befragten versteht grundlegende Finanzkonzepte wie Inflation, Diversifikation und Zinseszins. Besonders Haushalte mit geringerem Nettoeinkommen greifen überwiegend auf informelle Quellen wie Familie und Freundeskreis zurück oder informieren sich gar nicht. Im Gegensatz dazu nutzen einkommensstärkere Gruppen häufiger digitale Informationsquellen und Bankberater.

Diese Unterschiede führen zu einer sehr unterschiedlichen Ausgangslage in Beratungsgesprächen:

- Einige Kundinnen und Kunden sind fundiert vorinformiert und suchen gezielt nach Validierung und Einordnung ihres Wissens.
- Andere sind aufgrund ihrer Abhängigkeit von privaten Informationsquellen weniger vorbereitet und benötigen grundlegende Orientierung.

Berater müssen daher Kundinnen und Kunden mit verschiedenem Wissensstand individuell abholen und eine gemeinsame Gesprächsbasis schaffen. Um diese Herausforderung zu bewältigen, benötigen Finanzdienstleister eine datengestützte Zielgruppensegmentierung, die über klassische Kriterien wie Alter oder Vermögen hinausgeht und das individuelle Informationsverhalten sowie die digitale Affinität in den Mittelpunkt stellt.

5

Anlageberatung der Zukunft

Wie persönliche Beratung und digitale Interaktion ineinandergreifen müssen, um echten Mehrwert für Anleger zu schaffen

KANALPRÄFERENZEN, WECHSELBEREITSCHAFT, ANBIETERVERTRAUEN UND PREISSENSIBILITÄT FÜR BERATUNGSLEISTUNGEN

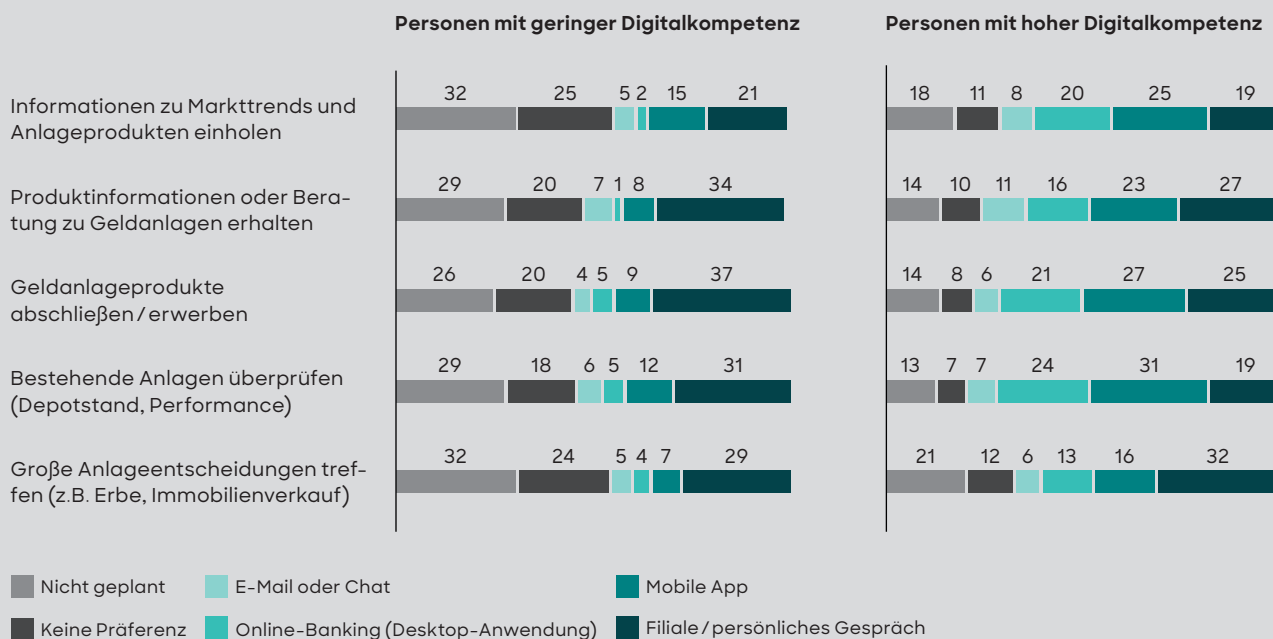
Kundinnen und Kunden, die sich im Umgang mit digitalen Technologien unsicher fühlen, bevorzugen meist eine persönliche Betreuung. Doch auch digital versierte Kundinnen und Kunden suchen bei weitreichenden Anlageentscheidungen häufig den persönlichen Kontakt in der Filiale. Denn Finanztransaktionen – wie etwa ein Hauskauf oder eine Vermögensübertragung – sind oft emotional aufgeladen. Dieser persönliche Austausch bietet die Chance, Vertrauen aufzubauen und individuelle Bedürfnisse über die reine Transaktionsabwicklung hinaus zu erfassen. ► **N**

Ein hybrider Beratungsansatz, der die Effizienz digitaler Lösungen mit der vertrauensbildenden Wirkung persönlicher Interaktionen kombiniert, stellt daher die ideale Strategie dar. Hier liegen ungenutzte Potenziale: Während 36 % angeben, keinen Anlageanbieter zu haben, berichten 27 % der Befragten – dies entspricht 42 % derjenigen, die einen Anlageanbieter nutzen – von einer langjährigen, vertrauensvollen Beziehung. ► **O**

Gelingt es etablierten Banken, dieses Potenzial zu nutzen, können sie sich erfolgreich gegen Neobroker behaupten. Wettbewerbsfähige Konditionen sind wichtig, doch lediglich etwa jeder zehnte Befragte gab an, bei Anlageentscheidungen extrem preissensibel zu sein. ► **P**

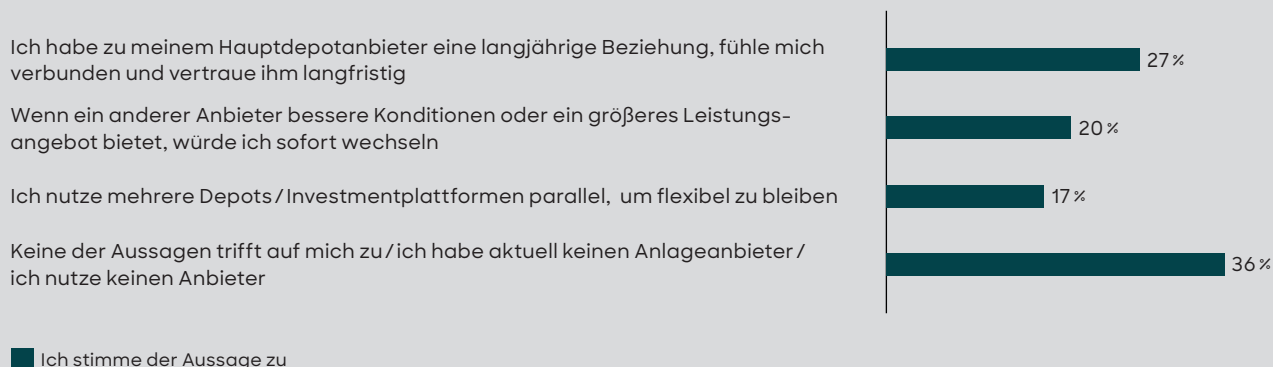
N Technologisch unsichere Personen bevorzugen persönliche Beratung, doch auch digitalaffine Personen präferieren persönlichen Kontakt bei großen Anlageentscheidungen

Frage: Wann bevorzugen Sie es über welchen Kanal zu kommunizieren?
[Segmentierung nach subjektiver Digitalkompetenz]



O Nahezu die Hälfte der Personen, die einen Anlageanbieter haben, pflegen auch eine langjährige Beziehung zu ihm

Frage: Welche der folgenden Aussagen beschreibt Sie am besten in Bezug auf Ihren Anlagenanbieter?



Quelle: Roland Berger Umfrage

P Preisunterschiede zwischen Anbietern sind für Anleger relevant, jedoch bezeichnet sich nur ein Zehntel der Befragten als stark preissensibel

Frage: Inwiefern treffen die folgenden Aussagen bezüglich Preise der Anbieter auf Sie zu?

Ich entscheide mich immer für die günstigste Option



Wenn die Gebühren steigen, denke ich sofort darüber nach den Anbieter zu wechseln



Schon kleine Preisunterschiede beeinflussen meine Kauf- oder Anlageentscheidung



Für mich ist ein niedriger Preis wichtiger als Zusatzleistungen oder besondere Services



Ich informiere mich aktiv über Preise und Gebühren, bevor ich eine Entscheidung treffe



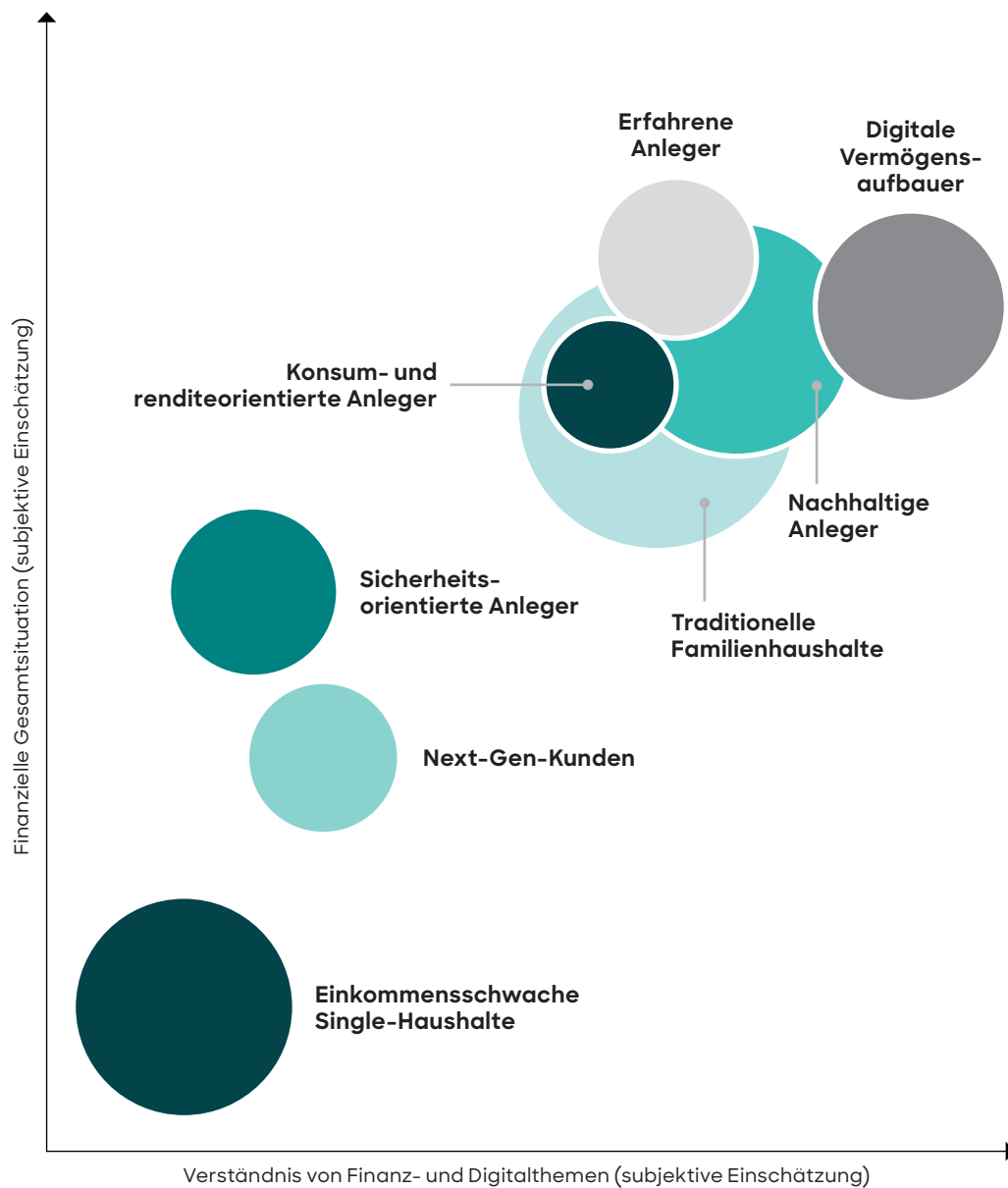
■ Trifft überhaupt nicht zu ■ Trifft nicht zu ■ Neutral ■ Trifft zu ■ Trifft voll und ganz zu

WELCHE BETREUUNGSMODELLE KÖNNEN WIR DARAUS ABLEITEN?

Auf Basis der Umfragedaten haben wir acht Kundencluster identifiziert, die sich in ihrer aktuellen finanziellen Lage und ihren spezifischen Präferenzen für den Grad der digitalen Interaktion, sowie ihrem finanziellen Interesse maßgeblich voneinander unterscheiden. ►Q

Q Aus den Umfragedaten können acht Anlegertypen abgeleitet werden, die einen unterschiedlichen Bedarf an Betreuung bei Anlageentscheidungen aufweisen

Kundencluster mit unterschiedlichen Präferenzen bei Anlageentscheidungen



Quelle: Roland Berger Umfrage

TRADITIONELLE FAMILIENHAUSHALTE

In Bezug auf das Sparverhalten stechen Familien, die im Eigentum wohnen, im Vergleich zur Gesamtumfrage klar hervor: Ihre Sparrate ist nicht nur höher, sondern vor allem konstanter. Auch in finanziell schwierigeren Phasen wird sie seltener unterbrochen oder angepasst.

Darüber hinaus verfügt ein deutlich größerer Anteil über einen Depotanbieter, und diese Beziehungen sind oft langjährig gewachsen. Dennoch zeigt die Gruppe eine ausgeprägte Wechselbereitschaft. Sobald sie einen Anbieter mit besseren Konditionen finden, sind sie sofort bereit, den Anbieter zu wechseln.

Generell ist der Informations- und Beratungsbedarf dieser Gruppe überdurchschnittlich hoch, wobei digitale Kanäle klar bevorzugt werden. Wenn es jedoch um konkrete Produktempfehlungen zur Geldanlage oder größere Anlageentscheidungen geht, wird der persönliche Berater präferiert. Für Finanzdienstleister bedeutet das: Wer diese Gruppe binden will, muss ein hochwertiges digitales Beratungserlebnis bieten, ergänzt durch eine persönliche Ansprechperson für die entscheidenden Momente (wie Hauskauf oder Erbfall), und dabei jedoch mit wettbewerbsfähigen Konditionen überzeugen, die einem direkten Vergleich standhalten.

EINKOMMENSCHWACHE SINGLE-HAUSHALTE

Demgegenüber steht das Segment der einkommensschwachen Single-Haushalte, das in seiner finanziellen Zielorientierung eine deutlich andere Realität widerspiegelt. Wo überhaupt konkrete finanzielle Ziele verfolgt werden, stehen der Aufbau einer Notfallreserve und der langfristige Vermögensaufbau klar im Mittelpunkt. Klassische Anlageziele wie Kapitalerhalt oder die Absicherung von Familie beziehungsweise Angehörigen spielen hingegen kaum eine Rolle – sie entsprechen schlicht nicht den unmittelbaren finanziellen Lebensrealitäten dieser Gruppe.

Zum zurückhaltenden Investitionsverhalten passt, dass sich einkommensschwache Singles deutlich seltener aktiv über Finanzthemen informieren als andere Kundengruppen. Finanzwissen wird weniger aktiv gesucht, was den Einstieg in eine strukturierte Vermögensplanung zusätzlich erschwert.

Die Mehrheit dieser Gruppe hat aktuell keinen Anlageanbieter, und das Bewusstsein für den Mehrwert professioneller Beratung ist noch wenig ausgeprägt. Finanzdienstleister müssen bei der Beratung an einem grundlegend anderen Punkt ansetzen: Bevor Produkte oder Strategien relevant werden, gilt es zunächst, Interesse am Thema Geldanlage zu wecken und Vertrauen aufzubauen. Wenn diese Gruppe Beratung in Anspruch nimmt, geschieht das bevorzugt persönlich in der Filiale – der entscheidende Einstiegspunkt für diese Zielgruppe. Parallel dazu sollte jedoch auch der digitale Kanal nicht vernachlässigt werden. Eine intuitiv bedienbare, verständlich gestaltete App kann dazu beitragen, erste Berührungspunkte mit dem Thema Geldanlage niedrigschwellig zu schaffen und das Interesse dieser Zielgruppe schrittweise zu fördern.

NEXT-GEN-KUNDEN

Die Next-Gen-Kunden, definiert als Menschen unter 25 Jahren, zeigen ein signifikant höheres Engagement bei Finanzthemen auf als der Bevölkerungsdurchschnitt. Ihr Informationsverhalten ist durch eine starke Affinität zu informativen Quellen wie dem sozialen Umfeld und dem Internet geprägt. Auffällig ist zudem ihre überdurchschnittliche Kapitalmarktaktivität, wobei ESG-Kriterien bei ihren Anlageentscheidungen eine prominentere Rolle einnehmen als bei anderen Kundengruppen.

Trotz dieser Eigeninitiative möchte die Gruppe Anlageentscheidungen nicht alleine treffen. Expertenunterstützung und die Erklärung finanzieller Optionen werden klar geschätzt. Bei der Wahl des Depotanbieters zeigt sich eine ausgeprägte Preissensitivität, bessere Konditionen eines Mitbewerbers werden schnell zum Wechselanlass, was die Bindung an einen Anbieter grundsätzlich erschwert.

Bei der Kanalwahl dominiert das Digitale. Beratung und Informationen werden bevorzugt online konsumiert, und die Offenheit für Gamification-Elemente wie Challenges, Badges oder Rewards ist in dieser Gruppe besonders ausgeprägt. Für Finanzdienstleister gilt daher, dass eine starke digitale Präsenz und wettbewerbsfähige Konditionen unverzichtbar sind sowie die Verfügbarkeit einer persönlichen Ansprechperson für wegweisende Finanzentscheidungen.

ERFAHRENE ANLEGER

Ein deutlich gereifteres Profil weisen die erfahrenen Anleger auf: Eine Gruppe, die finanziell zu den am stärksten aufgestellten Clustern zählt und tendenziell etwas älter ist. Der Großteil ihres Vermögens steckt in der eigenen Immobilie, ergänzt durch substanzielle Investitionen in Fonds, ETFs und Aktien. Eine Notfallreserve hat die Mehrheit längst aufgebaut und fast alle verfolgen konkrete langfristige Finanzziele, die viele bereits mit Erfolg erreicht haben.

Das spiegelt sich auch im aktiven Umgang mit Finanzwissen wider. Erfahrene Anleger informieren sich nahezu ausnahmslos über Finanzthemen und greifen dabei auf ein breites Quellspektrum zurück: Bankberater, Internet und Familie werden ebenso genutzt wie Bücher und Fachliteratur. Das deutet auf ein überdurchschnittliches Maß an Finanzkompetenz hin, welches durch einen souveränen Umgang mit digitalen Technologien unterstützt wird.

Was die Anbieterwahl betrifft, unterscheidet sich diese Gruppe markant von preissensitiven Clustern wie den Next-Gen-Kunden. Sie wechseln ihren Depotanbieter nicht leichtfertig, sondern pflegen langjährige Beraterbeziehungen und setzen auf Kontinuität und Vertrauen. Genau dieses Vertrauen prägt auch ihre Beratungspräferenz, kein anderes Cluster sucht Beratung so aktiv und konsequent wie dieses. Zwar werden digitale Kanäle häufiger genutzt als im Gesamtdurchschnitt, doch die persönliche Beratung steht im Mittelpunkt – insbesondere bei konkreten Produktentscheidungen und größeren Anlageentscheidungen. Für Finanzdienstleister stellt diese Gruppe damit eine besonders wertvolle Zielgruppe dar: Loyal, finanzversiert und offen für eine langfristige, qualitativ hochwertige Beratungsbeziehung.



// Die Zukunft des Retail Bankings liegt in der Kombination aus smarter Technologie und persönlicher Beratung. Beides ist für die nachhaltige Kundenbindung unverzichtbar."

Dr. Viktoria Danzer, Senior Partner

SICHERHEITSORIENTIERTE ANLEGER

Während die erfahrenen Anleger aktiv Beratung suchen und breit am Kapitalmarkt investieren, zeigen die sicherheitsorientierten Anleger ein grundlegend anderes Verhältnis zu Finanzthemen. Zwar sind sie tendenziell etwas wohlhabender und älter, doch ihr finanzielles Interesse unterscheidet sich stark. Der Großteil ihres Vermögens steckt auch in der eigenen Immobilie, es wird jedoch meist nur ergänzt durch Tagesgeld und Bargeld. Eine Notfallreserve haben die meisten ebenfalls längst aufgebaut; weitergehende finanzielle Ziele verfolgt diese Gruppe hingegen kaum. Kurzfristige Geldvermehrung oder das Bedürfnis nach hoher Rendite ist für diese Gruppe nicht interessant.

Passend dazu fühlen sich sicherheitsorientierte Anleger bei Finanzthemen deutlich unsicherer als andere Cluster und informieren sich entsprechend seltener aktiv darüber. Dabei ist auffällig, dass sie Entscheidungen lieber eigenständig treffen, anstatt sich auf Expertenempfehlungen zu verlassen – ein Verhalten, das weniger auf Selbstüberschätzung hindeutet als auf ein tiefes Bedürfnis nach Kontrolle und Überschaubarkeit.

Wenn dennoch Beratungsbedarf entsteht, wird der persönliche Kontakt bevorzugt, insbesondere bei größeren Anlageentscheidungen. Finanzdienstleister erreichen diese Gruppe nicht über komplexe Produktangebote oder digitale Kanäle, sondern über Vertrauen, Einfachheit und das persönliche Gespräch – immer mit dem klaren Ziel, Sicherheit zu vermitteln und keine hohen Renditen zu versprechen.

KONSUM- UND RENDITEORIENTIERTE ANLEGER

Ein ganz anderes Risikoprofil haben konsum- und renditeorientierte Anleger. Die absolute Mehrheit ist aktiv am Kapitalmarkt investiert, wobei Kryptowährungen eine besonders weite Verbreitung finden und sich das Risikoprofil dieser Gruppe klar von anderen Clustern abhebt. Dass die Anlegergruppe überdurchschnittlich häufig in Investmentclubs organisiert ist, unterstreicht ihr aktives Interesse am Marktgeschehen. Zudem informiert sich dieses Cluster verstärkt über nahestehende Personen, (vermeintliche) Experten sowie das Internet.

Was die bevorzugten Beratungs- und Informationsformate betrifft, zeigt sich bei dieser Gruppe eine klare Präferenz für digitale Angebote gegenüber dem persönlichen Gespräch. Finanzdienstleister sollten diese Gruppe vor allem über hochwertige digitale Plattformen, aktuelle Marktinformationen und eine moderne Nutzererfahrung ansprechen. Persönliche Beratung bei großen Anlageentscheidungen spielt zwar eine ergänzende Rolle, ist aber nicht der primäre Berührungspunkt dieser Zielgruppe.

DIGITALE VERMÖGENSAUFBAUER

Ähnlich aktiv am Kapitalmarkt, aber mit einem deutlich strukturierteren Ansatz, sind die digitalen Vermögensaufbauer. Das Cluster ist gekennzeichnet von einem sehr guten Umgang mit Technologie, einem bestehenden Interesse an Finanzanlagen und einem höheren Nettovermögen.

Fast jeder in dieser Gruppe verfolgt konkrete Anlageziele und viele haben sie bereits erreicht, was ein klares Zeichen für eine planvolle und konsequente Herangehensweise an die eigene Vermögensbildung ist. Das zeigt sich auch im diversifizierten Anlageverhalten: Neben einem deutlich höheren Anteil am Kapitalmarkt verfügen digitale Vermögensaufbauer über einen überdurchschnittlichen Immobilienanteil und sind gleichzeitig auch bereit, in Produkte und Kryptowährungen mit höherem Risiko zu investieren. Dabei managen sie ihr Portfolio aktiv und verfolgen ein regelmäßiges Rebalancing.

Bei der Wahl des Depotanbieters zeigt sich eine ausgeprägte Preissensitivität. Konditionen werden genau verglichen und bessere Angebote konsequent genutzt, das begrenzt die Anbieterbindung dieser Gruppe.

Was Beratung und Information betrifft, so sind digitale Vermögensaufbauer das Cluster mit der stärksten Präferenz für digitale Formate. Sie informieren sich bevorzugt online, verwalten ihr Portfolio eigenständig und erwarten von Finanzdienstleistern vor allem eine leistungsfähige digitale Infrastruktur. Persönliche Beratung tritt klar in den Hintergrund und ist, wenn überhaupt, bei besonders großen oder strategisch bedeutsamen Entscheidungen gefragt.

NACHHALTIGE ANLEGER

Eine weitere eigenständige Gruppe stellen die nachhaltigen Anleger dar. Diese zeichnet sich durch ein ausgeprägtes Interesse an ESG-Themen aus. Im Unterschied zu den konsum- und renditeorientierten Anlegern oder den digitalen Vermögensaufbauern steht bei ihnen jedoch nicht die Rendite im Vordergrund, sondern der normative Rahmen der Investition. Kurzfristige Geldvermehrung durch hohe Renditen ist für diese Gruppe wenig attraktiv – stattdessen verfolgt die absolute Mehrheit konkrete, langfristig ausgerichtete Finanzziele und setzt diese aktiv um.

Bemerkenswert ist dabei, dass nachhaltige Anleger im Vergleich zur Gesamtstichprobe über ein signifikant höheres Nettovermögen verfügen.

**// Unsere Studie zeigt:
Finanzielle Absicherung und
Vorsorge sind zentrale Anliegen
und eine gute Beratung muss
diese Themen ganzheitlich und
generationsübergreifend
adressieren."**

Dr. Matthias Tewes, Partner

Fazit

WELCHEN MEHRWERT KÖNNEN BANKEN LIEFERN?

Die acht Anlegertypen veranschaulichen exemplarisch die enorme Bandbreite und Heterogenität der Bedürfnisse sowie Wissensstände deutscher Retail-Kunden. Für Banken ist es daher entscheidend zu wissen, wo und in welchem Umfang Beratung gezielt angesetzt werden sollte, um sich wirksam von alternativen Angeboten im Bereich self-directed Investment abzuheben.

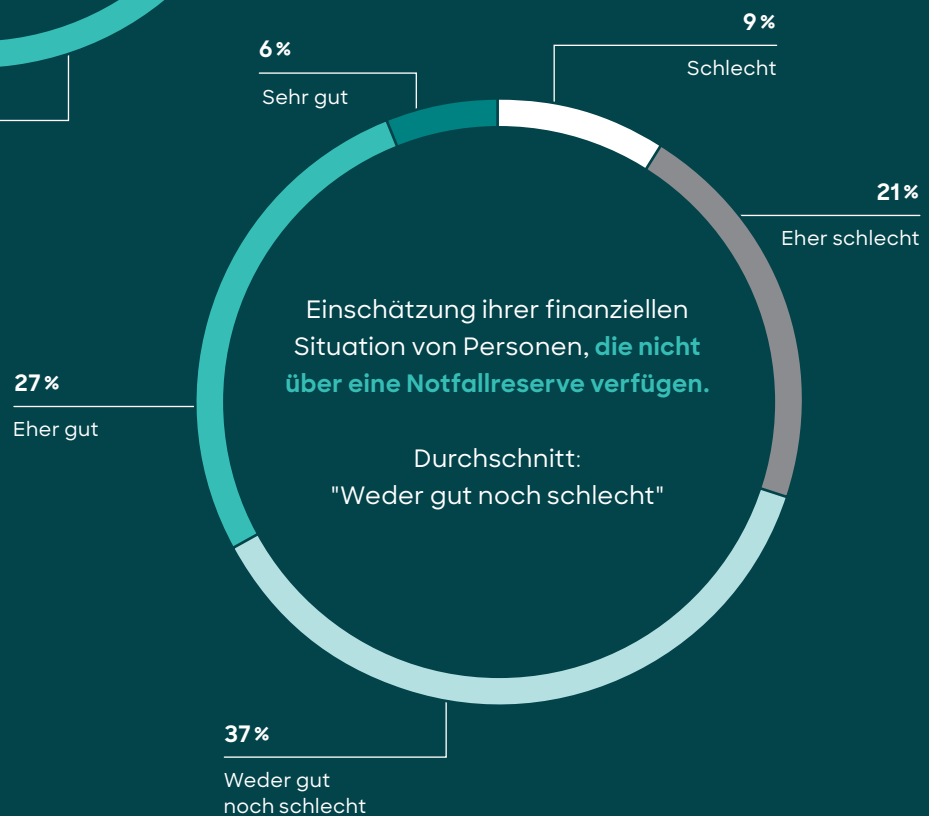
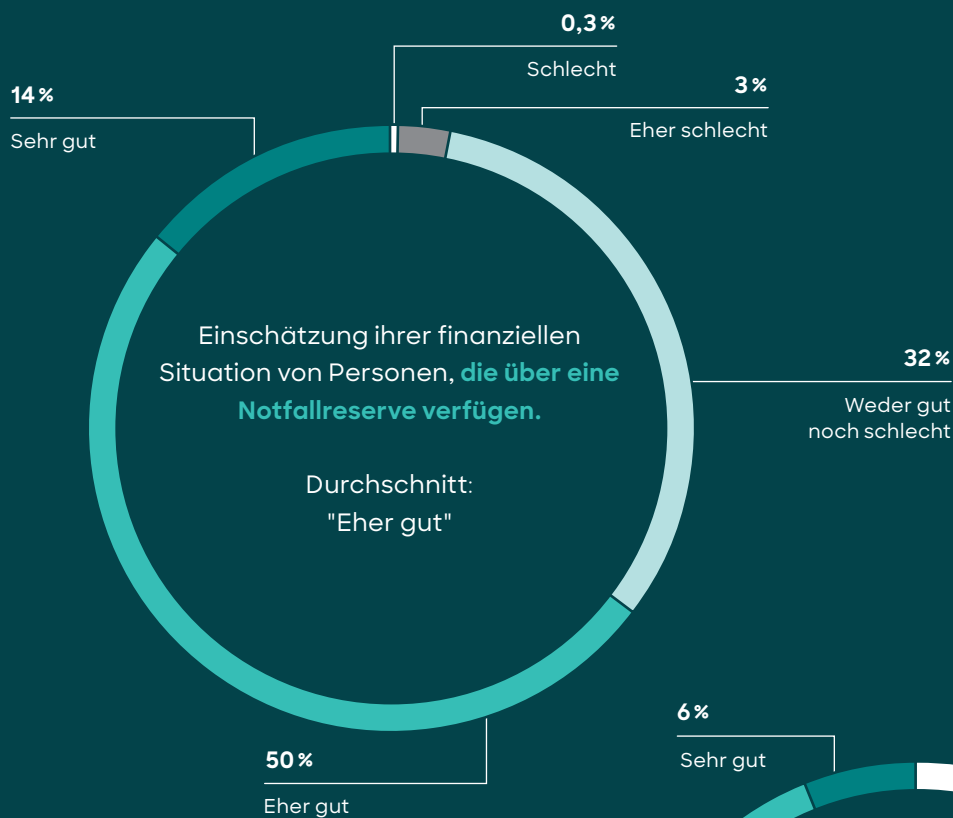
Der eigentliche Mehrwert entsteht dort, wo Finanzinstitute Orientierung bieten, bevor Produkte verkauft werden. Ein besonders großer Hebel liegt im Aufbau einer belastbaren Notfallreserve. Kundinnen und Kunden mit stabilen Rücklagen sind häufig nicht nur signifikant zufriedener mit ihrer finanziellen Situation, sondern auch eher in der Lage, weiterführende Anlageentscheidungen zu treffen und langfristige Vermögensstrategien konsequent umzusetzen. ► **R**

Ein zweiter zentraler Hebel liegt in der Unterstützung bei Spardisziplin und Zielklarheit. Viele Kunden sparen – aber nicht systematisch genug oder ohne klar formuliertes Ziel. Digitale Tools, automatisierte Routinen und (wo passend!) gamifizierte Elemente können dabei helfen, Verhaltensbarrieren zu senken und Sparen stärker in den Alltag zu integrieren.

Drittens sollten Banken Zielgespräche vermehrt in den Mittelpunkt stellen. Wer nur über Produkte spricht, bleibt austauschbar. Wer dagegen finanzielle Ziele konkretisiert, Prioritäten sichtbar macht und Wege dahin strukturiert, stiftet echten Beratungswert.

R Personen, die über eine Notfallreserve verfügen, sind signifikant zufriedener mit ihrer finanziellen Gesamtsituation

Frage: Wie würden Sie ihre aktuelle finanzielle Situation einschätzen?



Quelle: Roland Berger Umfrage

Ausblick

Idealerweise adressiert Beratung gezielt die unterschiedlichen Bedürfnisse, Wissenslücken und Präferenzen der Kundinnen und Kunden. Sie muss sich von reinen Produktverkäufen lösen und eine ganzheitliche Finanzplanung in den Mittelpunkt stellen, die kurzfristige Bedürfnisse ebenso wie langfristige Ziele berücksichtigt.

Durch KI und digitale Tools besteht erstmals die Möglichkeit, personalisierte Beratung massentauglich zu gestalten. Finanzinstitute können hiermit eine Brücke zwischen traditioneller Individualberatung sowie der Zahlungsbereitschaft und -möglichkeiten des durchschnittlichen Retail-Kunden schlagen, um höhere Kundenzufriedenheit und -bindung zu erzielen.

AUTOREN

Dr. Viktoria Danzer

Senior Partner

+49 89 9230-8292

viktoria.danzer@rolandberger.com

Dr. Thomas Richter

Partner

+49 21 14389-2166

thomas.richter@rolandberger.com

Dr. Matthias Tewes

Partner

+49 89 9230-8396

matthias.tewes@rolandberger.com

Diese Studie wurde unter Mitwirkung
von Annika Benecke-Kapraun verfasst.

Weiterführende Lektüre

➔ [FINANCIAL WELLBEING IN DEUTSCHLAND](#)

➔ [AI – THE NEW MARKET MAKER](#)



06.2026

[ROLANDBERGER.COM](https://www.rolandberger.com)

Die Angaben im Text sind unverbindlich und dienen lediglich zu Informationszwecken. Ohne spezifische professionelle Beratungsleistung sollten keine Handlungen aufgrund der bereitgestellten Informationen erfolgen. Haftungsansprüche gegen Roland Berger GmbH, die durch die Nutzung der in der Publikation enthaltenen Informationen entstanden sind, sind grundsätzlich ausgeschlossen.

© 2026 ROLAND BERGER GMBH. ALLE RECHTE VORBEHALTEN.

ROLAND BERGER ist die einzige führende Strategieberatung mit europäischen Wurzeln. Das Unternehmen vereint tiefe Industrie- und Branchenkenntnis mit umfassender Erfahrung in zentralen Managementfunktionen und Transformationsprojekten. 1967 gegründet und mit Hauptsitz in München, unterstützt Roland Berger Unternehmen weltweit bei der Gestaltung und Umsetzung komplexer Transformationen – von strategischer Neuausrichtung über Performance-Steigerung bis hin zur Entwicklung und Anwendung datenbasierter, KI-gestützter Lösungen. Roland Berger hat es sich zum Ziel gesetzt, Nachhaltigkeit in allen Projekten zu verankern. Im Jahr 2025 erzielte das Unternehmen einen Umsatz von über einer Milliarde Euro.

Herausgeber

Roland Berger GmbH

Sederanger 1
80538 München
Deutschland
+49 89 9230-0