

Junge Menschen im Finanzmarkt

Endlich erwachsen

Ich erinnere mich noch sehr gut daran, als ich mein erstes Girokonto eröffnet habe. Mit 12 Jahren hatte ich mich an meine Mutter gewandt und sie darum gebeten, mit mir deswegen zur Bank zu gehen. Als ich die Girokarte in der Hand hielt, machte mich das schon ein wenig stolz: Endlich erwachsen. Bei den meisten anderen Finanzprodukten war es anders, meine BU, Altersvorsorge oder Krankenversicherung waren mehr lästig, als Herzensangelegenheiten – die gehören halt irgendwie dazu.

In unserem Finanzmarktpanel sehen wir, dass vor allem beim Besitz eines **Girokontos** eine deutliche Korrelation zum Alter besteht. Während lediglich acht Prozent aller bis 15-Jährigen 2019 ein eigenes Girokonto besitzen, steigt der Anteil in der Altersgruppe 16-19 Jahre auf 25 Prozent und bei den 20 bis 24-Jährigen hat bereits jeder Zweite ein eigenes Girokonto.

Ein wesentlich stärkerer Zusammenhang besteht allerdings zur Lebenssituation. Führt ein junger Erwachsener einen eigenen Haushalt, so hat er selbst im Alter von 20 bis 24 Jahren fast immer ein eigenes Konto (92%).

Bei denjenigen, die noch bei den Eltern wohnen, ist es nur gut jeder Dritte (35%). Entsprechend hat auch die Berufstätigkeit einen erheblichen Einfluss auf den Besitz eines Girokontos.

Bei Ratenkrediten zeigt sich ein ähnliches Bild. Unser Finanzmarktpanel zeigt uns, dass in Deutschland 12 Prozent mindestens einen **Ratenkredit** laufen haben. In der Altersgruppe 20-24 Jahre sind es rund vier Prozent, wobei junge Berufstätige mit einem Anteil von zehn Prozent erwartungsgemäß vor Auszubildenden (2%) liegen.

Im **Versicherungsmarkt** liefert die Analyse unseres Finanzmarktpanels Antworten zur **Privaten Haftpflichtversicherung**. Auch hier ist offenbar primär das Arbeits- und Ausbildungsverhältnis einhergehend mit der Lebenssituation (eigener Haushalt) treibend für den Produktabschluss. So haben junge Menschen, die noch zu Hause leben, erwartungsgemäß kaum eine eigene Haftpflichtversicherung. Bei den 20 bis 24-Jährigen die bereits einen eigenen Haushalt führen, liegt der Anteil bereits bei 48 Prozent. Und jene, die sich als „Mitentscheider im Haushalt“ bezeichnen, sind zu 28 Prozent haftpflichtversichert. 



Hieraus lassen sich zwei Erkenntnisse ableiten:

- 1) So positiv meine Erfahrung mit dem ersten Girokonto war, sie entspricht nicht der gelebten Realität. Hauptfaktor für den Abschluss von Finanzprodukten ist nicht das Alter, sondern die Lebens- und vor allem Arbeitssituation des (potenziellen) Kunden. **Produkte, die einen Bonus oder Kostenfreiheit bis zu einem bestimmten Alter bieten, gehen damit an der Kundenperspektive vorbei. Passender wäre eine Selektion nach Arbeits- oder Ausbildungsstatus.**

- 2) **Aktuell gibt es kein Finanzprodukt auf dem Markt, das exklusiv die Bedürfnisse junger Menschen abdeckt.** Über alle Sparten hinweg steigt der Anteil der Nutzer mit dem Alter, ein Rückgang ist zumeist erst mit dem Eintritt in die Rente zu erkennen. **Hier schlummert ein riesiges Potential.** Vorstellbar wäre eine Versicherung, die speziell Risiken junger Zielgruppen abdeckt, Sparprodukte, welche die Kosten aus dem Studium vorfinanzieren oder ein Kredit, bei dem die Ratenzahlung erst mit der Beendigung der Ausbildung startet. Vor allem in der Bankenbranche gibt es hier vielfältige Möglichkeiten.

Wer nun direkt das Argument der Rentabilität und Finanzstärke der Zielgruppe aufführt, mag damit in gewissen Teilen Recht haben. Allerdings bin ich bis heute Kunde meiner ersten Bank und verbinde diese bis zum heutigen Tag mit dem Übertritt ins Erwachsenen werden. Und das bleibt.



Steckbrief Finanzmarktpanel

Panelgröße	20.000 Haushalte mit rund 45.000 Personen
Methode	Panelerhebung (nach dem ADM-Mastersample), quartalsweise Befragung offline und online
Inhalt	Analyse des Banken-, Versicherungs-, und Bausparmarktes (Privatkundensektor) zum Bestand, Neugeschäft und zur Kündigung
Lieferumfang	Basisreports, individuelle Reports und Tabellen Optional: Präsentation
Kosten	je nach Lieferumfang
Frequenz	halbjährliche Datenlieferung

AUTOR UND KONTAKT



MARTIN WINKLER

Ipsos Finanzmarktpanel
martin.winkler@ipsos.com
Fon +49 911 32153 3276

