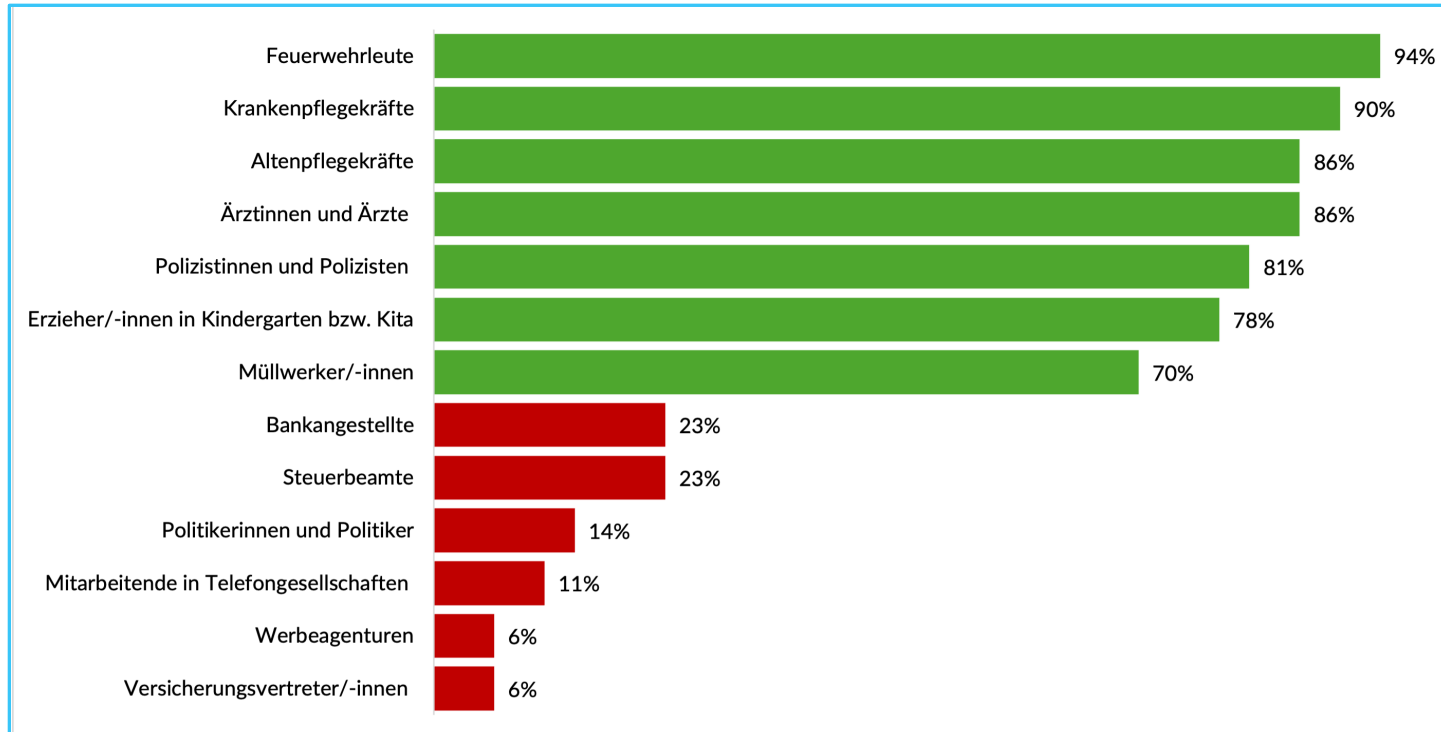




MILLENNIALS & GEN Z

Herausfordernde Zielgruppen für die Finanzbranche

ANSEHEN NACH BERUFSGRUPPEN



Quelle: Statista, Online-Befragung Mai 2024

VORURTEILE

- Finanz- und Versicherungsprofis sind nur auf ihren eigenen Profit aus.
- Sie sind nicht vertrauenswürdig und verkaufen unnötige Leistungen.
- Man wird sie nicht mehr los.
- Das kann man auch selbst.
- Sie sind teuer.

DIE LAST DER PRODUKTE



Kritik an Lebensversicherern

Die Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) hat den Vertrieb von Lebens- und Rentenversicherungen unter die Lupe genommen. Sie kritisiert hohe Kosten und hohe Stornoquoten. Einige Produkte seien so konstruiert, dass die Mehrheit der Versicherten mit ihnen Verluste machen werde.

Vermeiden Sie unnötig hohe Kosten bei Finanzprodukten

Berater und Vermittler sprechen oft ungern über die Kosten von Finanzprodukten. Stattdessen verweisen sie auf Produktinformationsblätter. Die Kosten sind aber wichtig für Ihren Anlageerfolg, denn sie schmälern die Renditechancen. Wir zeigen Ihnen, wo Sie die Kosten Ihrer Verträge finden.

Fondsgebundene Rentenversicherungen im Vergleich

Finger weg von Policen mit Beitragsgarantie

15.11.2023 - Fondsgebundene Rentenversicherungen mit Beitragsgarantie sollen Sicherheit mit Rendite verbinden. Unser Vergleich zeigt: Vor allem die Versicherer verdienen.

Fondsgebundene Rentenversicherungen im Vergleich

Vier Rentenversicherungen mit Fonds sind gut

23.08.2023 - Wer mit ETF für die Rente sparen will, kann zu Fondspolicen greifen. Bei fondsgebundenen Rentenversicherungen im Vergleich zeigt sich aber: Die Kosten sind meist hoch.

WER SIND MILLENNIALS UND GEN Z?

Die Klischees:

- **Digital Natives**, im Internet zu Hause, aber ein unangekündigter Telefonanruf versetzt sie in Panik
- Für sie zählen nur Freiheit, Selbstbestimmtheit, **Work-/Life-Balance** – und Komfort, nicht nur im Homeoffice im Campingbus

WER SIND MILLENNIALS UND GEN Z?

Die Fakten:

- Allein **15,9 Millionen** Millennials in Deutschland
- 2021 machten Millennials **50 % aller Gründungen** aus
- Überdurchschnittlich gut ausgebildet, anspruchsvoll, umweltbewusst – und **kritisch: Millennials kaufen nicht, was sie nicht auf Anhieb verstehen**
- Können sich auf das **Zukunftsversprechen**, an das die Baby Boomer glaubten, nicht mehr verlassen
- Beiden stehen **schwierige Zeiten** bevor, sollten sich die Prognosen zu Wirtschaftsentwicklung und künftiger schlechterer Renditen am Kapitalmarkt bewahrheiten

WER SIND MILLENNIALS UND GEN Z?

Die Fakten:

- Nur **45,8 %** der Millennials bilden nach einer Studie der Nürnberger Versicherung regelmäßig Rücklagen für später
- **Altersarmut** und **eine fehlende Absicherung im Notfall** gehören neben Terrorismus und Krieg zu den am häufigsten genannten Ängsten:
 - Terrorismus 58,8 %
 - **Altersarmut 50,4 %**
 - Krieg 48,4 %
 - **Rücklagen oder eine Absicherung fehlen im Notfall 40,5 %**
 - Klimawandel 38,8 %

AUFMERKSAMKEIT BEIDER GRUPPEN IST HART UMKÄMPFT

- Die Finanzbranche kann es sich nicht leisten, Millennials und Gen Z als Zielgruppe zu vernachlässigen
- Erwartungen und Erfahrungen unterscheiden sich grundlegend von denen ihrer Elterngeneration
- Sie sehen dies bei Finanz- und Versicherungsberater oft nicht genügend widerspiegelt
- Auf digitale Anbieter zu setzen, liegt ihnen deshalb oft näher

DIE BAUSTEINE ZUR LÖSUNG

- **Bessere Angebote**, die den veränderten Kundenerwartungen angepasst sind
- **Volle Transparenz**, um Vorurteile auszuräumen und angeschlagenes Vertrauen wiederherzustellen
- **Flexibilität**, die den dynamischeren Lebensläufen der neuen Kundengenerationen gerecht wird – nicht nur in der Umsetzung, auch im **Denken**
- **Digitale Sichtbarkeit**, um noch vor dem ersten Kontakt mit dem Beziehungsaufbau zu beginnen
- **Authentizität und Integrität** – mit der Konsequenz, von unvorteilhaften Produkten abzuraten