

Finanzkompass Deutschland

Pressegespräch

24. Februar 2023

EY

Building a better
working world



Institut für
Generationenforschung

Eckdaten der Befragung

- ▶ Quantitative Befragung mit 1.240 Teilnehmenden
- ▶ Anschließende qualitative Befragung zur kommunikativen Validierung der Ergebnisse
- ▶ Befragung von Personen ab 16 Jahren mit Wohnsitz in Deutschland
- ▶ Befragungszeitraum: zweites Halbjahr 2022
- ▶ Art der Befragung war eine anonyme Online-Befragung
- ▶ Die Gesamtausgabe des Finanzkompasses mit allen Ergebnissen wird Ende 2023 veröffentlicht



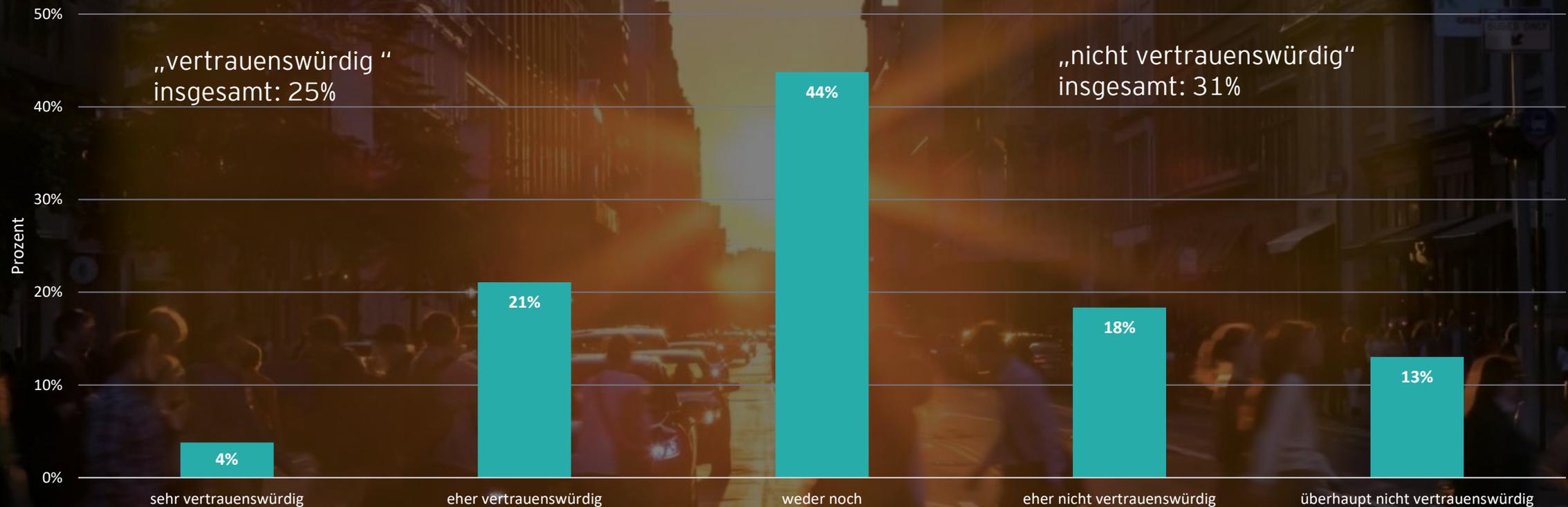
Wie blicken Männer und Frauen auf die Finanzbranche?

„Mir fehlen die Leute, in die ich Vertrauen habe, was Geldangelegenheiten betrifft, weil ich schon öfters mit Versicherungen, die ich für die Altersvorsorge abgeschlossen hab, übers Ohr gehauen worden bin.“

Generation X, weiblich

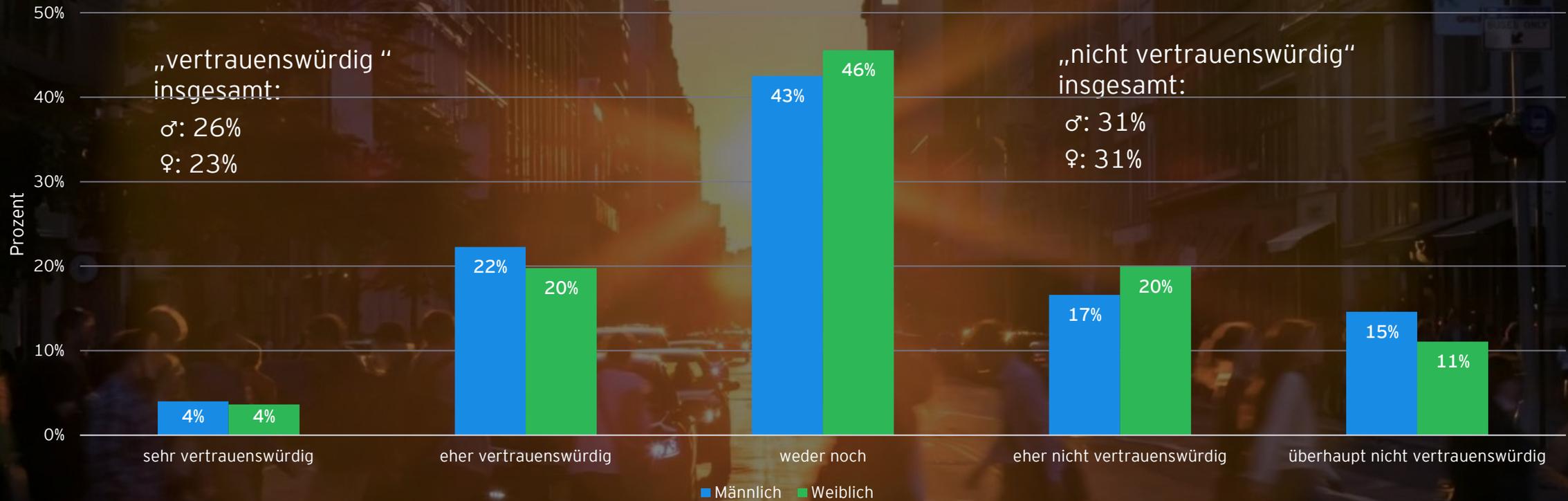
Die Meinung der Gesamtbevölkerung im Überblick: 31 Prozent haben wenig oder kein Vertrauen in die Finanzbranche

Wie vertrauenswürdig schätzen Sie insgesamt die Banken- und Versicherungsbranche ein?



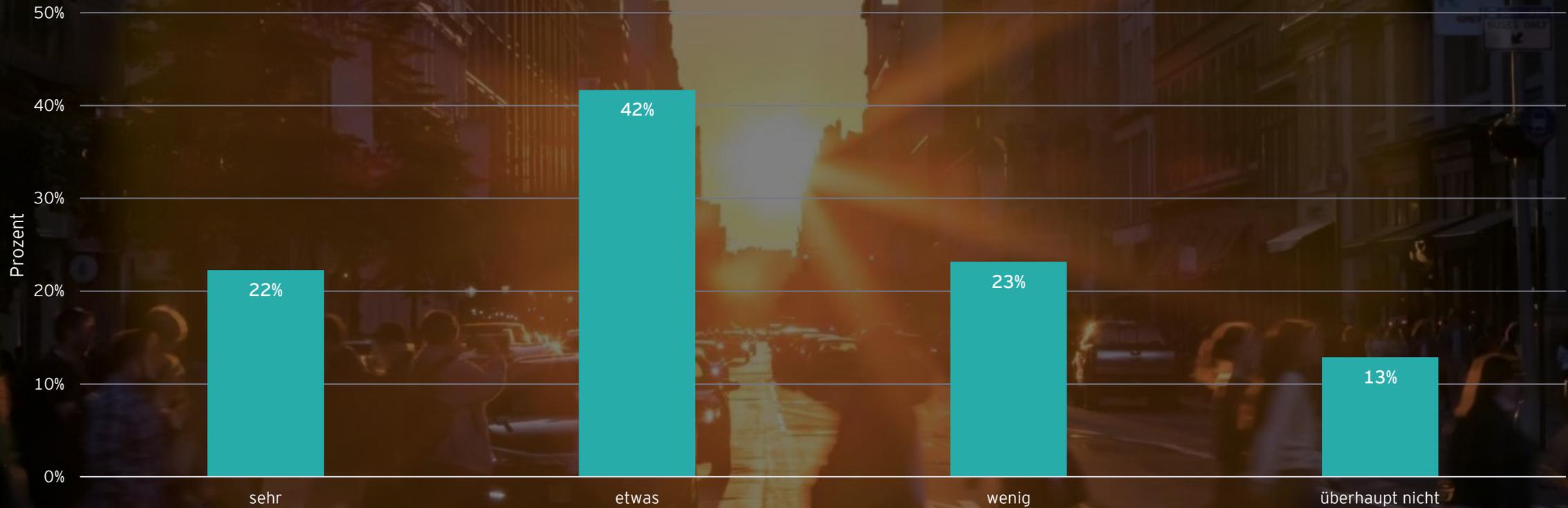
Männer haben etwas mehr Vertrauen als Frauen

Wie vertrauenswürdig schätzen Sie insgesamt die Banken- und Versicherungsbranche ein?



22 Prozent der Bundesbürger beschäftigen sich intensiv mit Finanznachrichten

Wie sehr interessieren Sie sich für die Nachrichten und Neuigkeiten in der Finanz- und Versicherungsbranche?

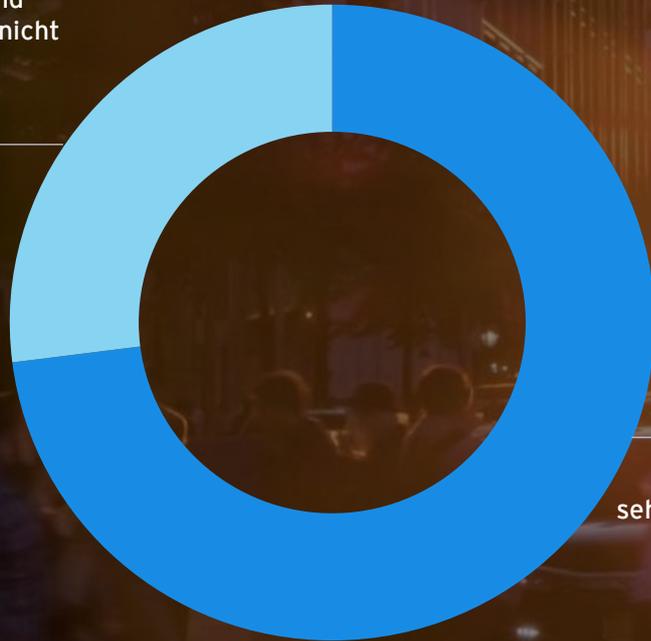


Interesse an Nachrichten aus der Finanz- und Versicherungsbranche bei Männern deutlich höher als bei Frauen

Wie sehr interessieren Sie sich für die Nachrichten und Neuigkeiten in der Finanz- und Versicherungsbranche?

Männlich

wenig und
überhaupt nicht
27%



sehr und etwas
73%

Weiblich

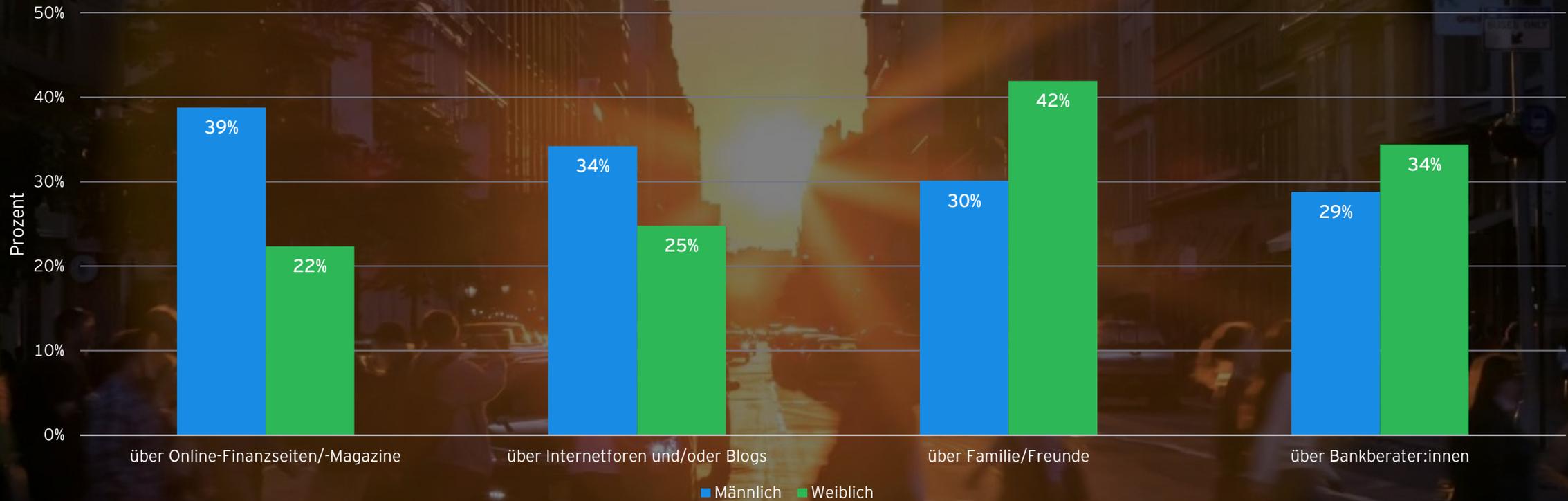
wenig und
überhaupt nicht
45%



sehr und etwas
55%

Informationen über Finanzprodukte: Frauen fragen Freunde, Männer nutzen das Internet

Wie informieren Sie sich über Finanzprodukte?



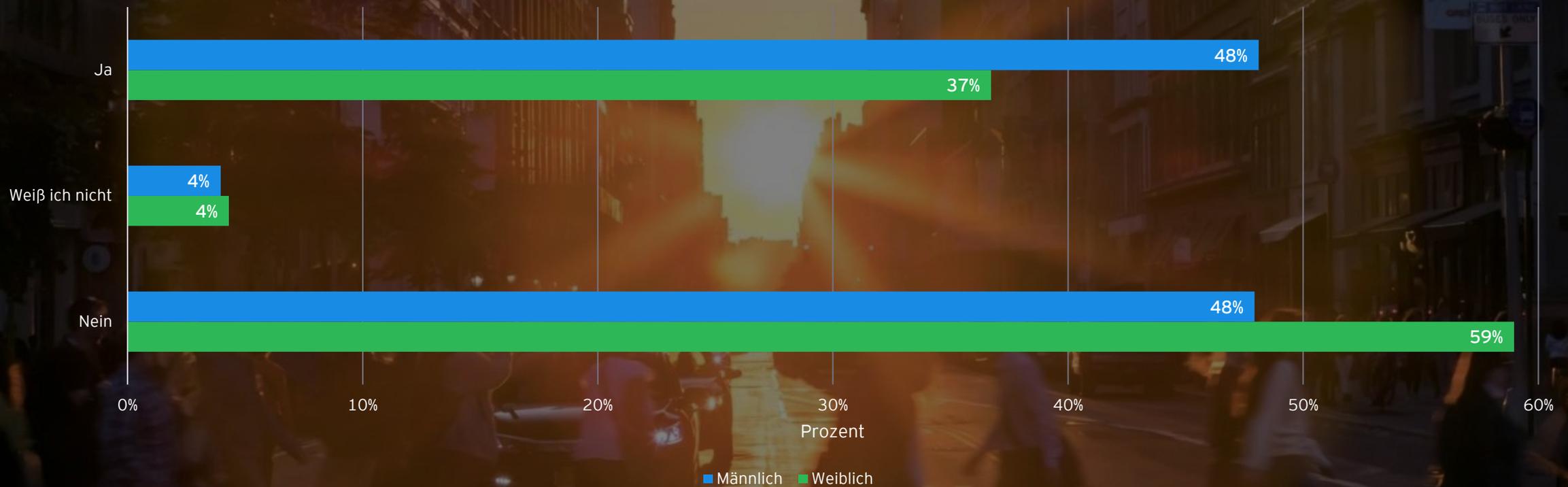
Männer und Frauen als Kunden und Anleger

„Die Leute interessieren sich seit Corona viel mehr für Finanzen. Ja, und ich glaube, die jüngere Generation wird fitter und beschäftigt sich früher mit dem Thema. Deswegen ist da ein anderes Bewusstsein da, zum Beispiel für Altersarmut, und schon jetzt ein frühzeitiges Denken an die Rente. Ich glaube auch, dass das Bewusstsein jetzt mehr verankert ist, dass man früher anfangen muss, vorzusorgen.“

Generation Z, männlich, mit finanzwirtschaftlichem Bildung- oder Berufshintergrund

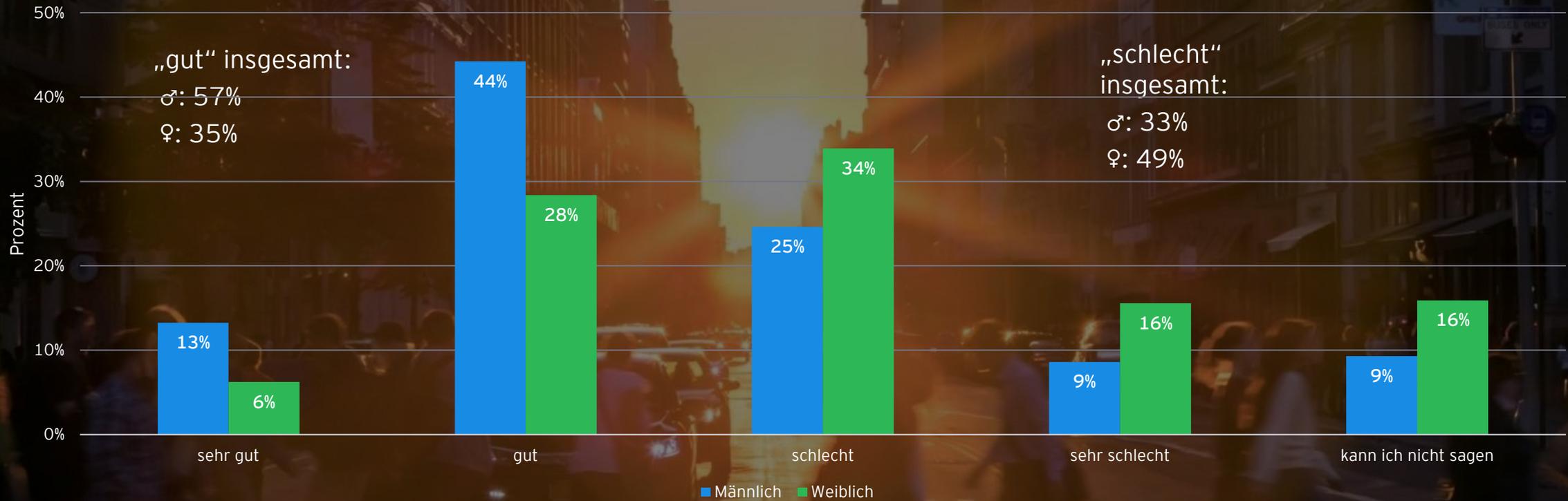
Deutlich mehr Männer als Frauen verfügen über eine private Altersvorsorge

Besitzen Sie eine private Altersvorsorge?



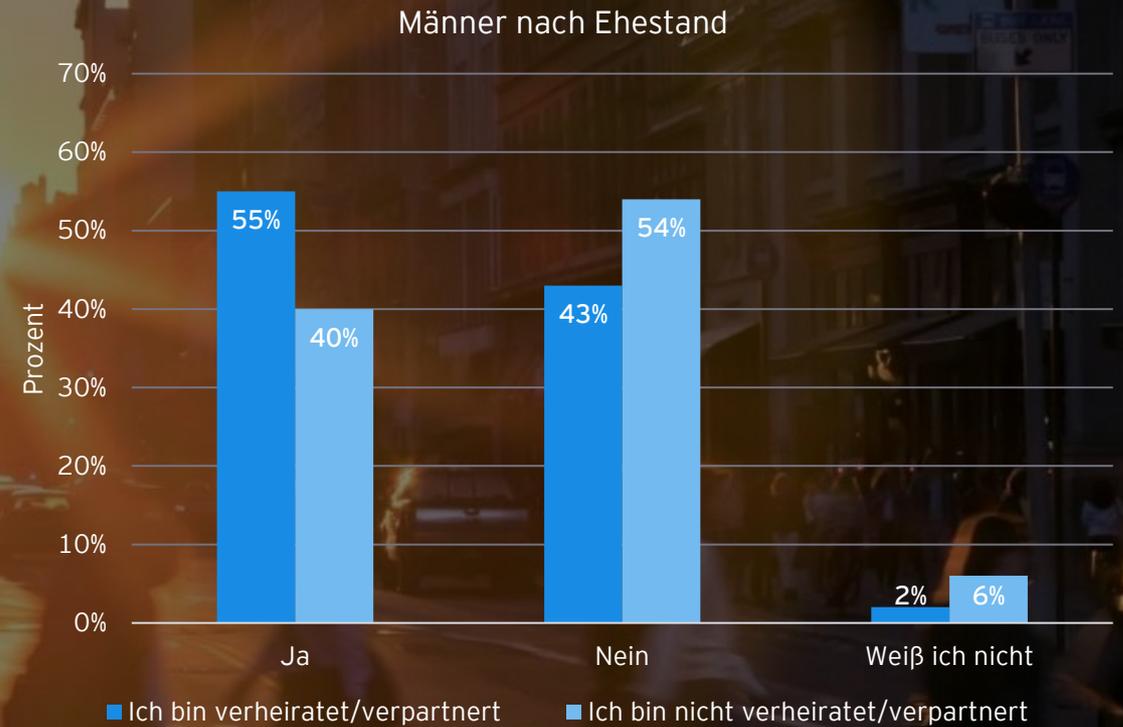
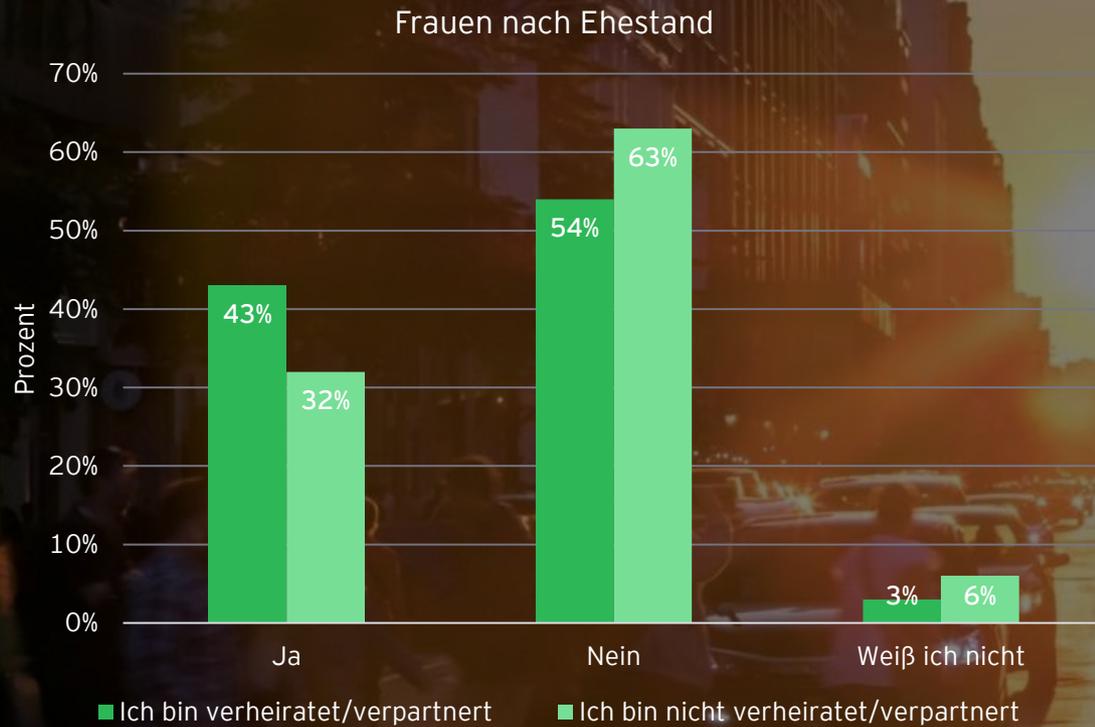
Informiertheit über die private Altersvorsorge nach Geschlechterunterschieden

Wie gut fühlen Sie sich über die Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge informiert?



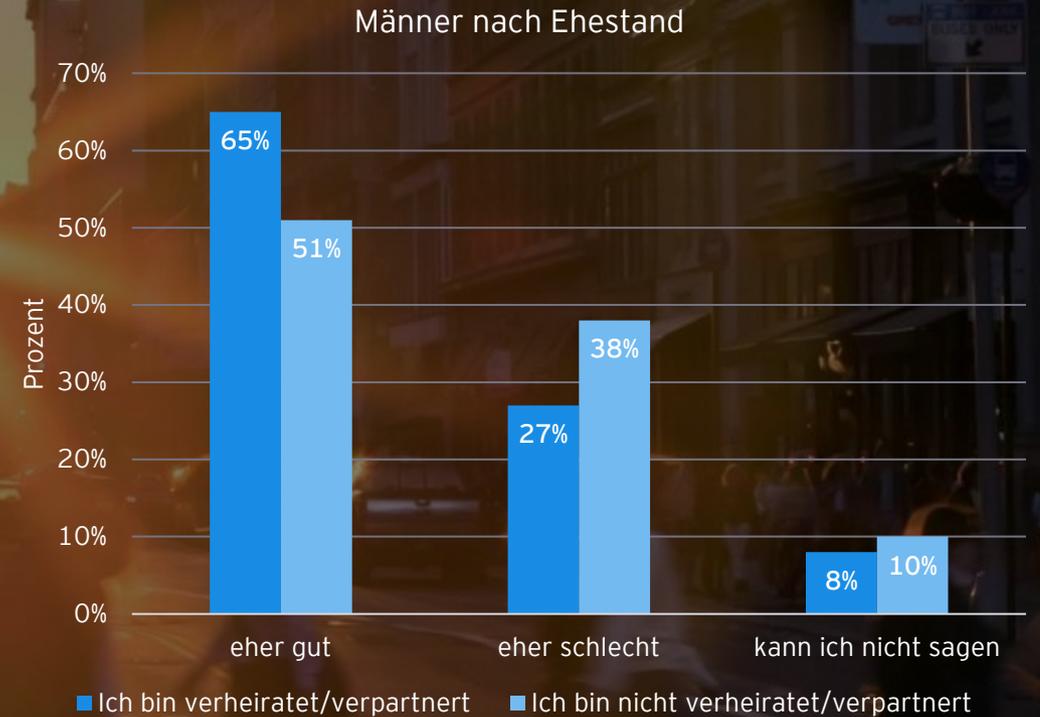
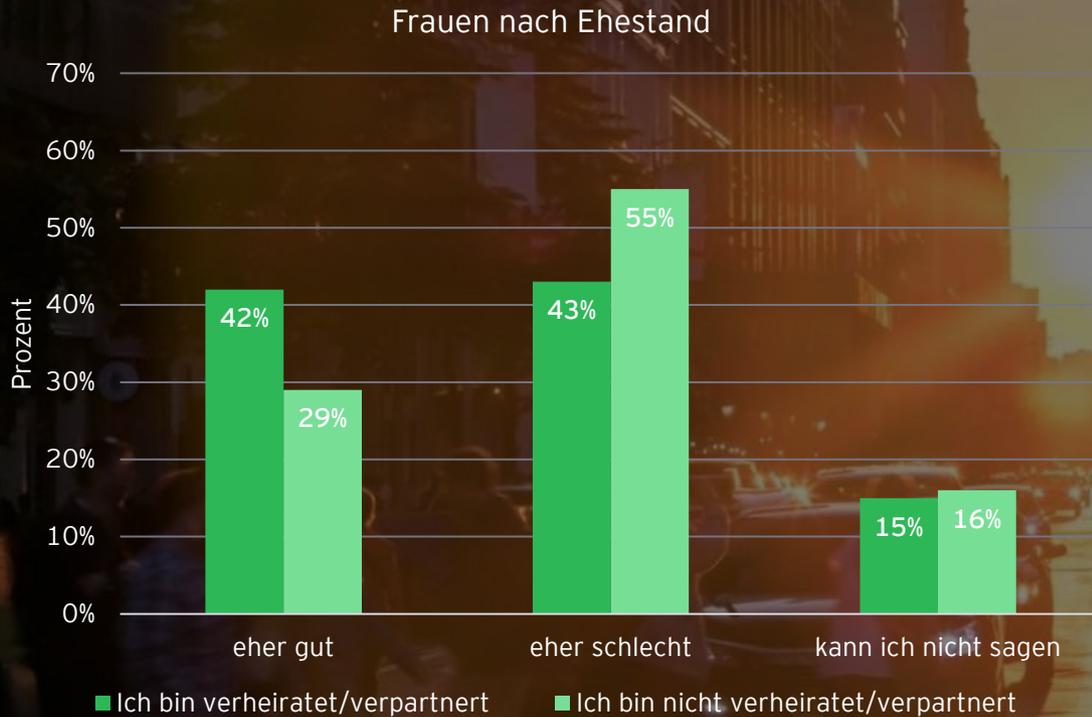
Frauen im Nachteil bei der privaten Altersvorsorge

Besitzen Sie eine private Altersvorsorge?



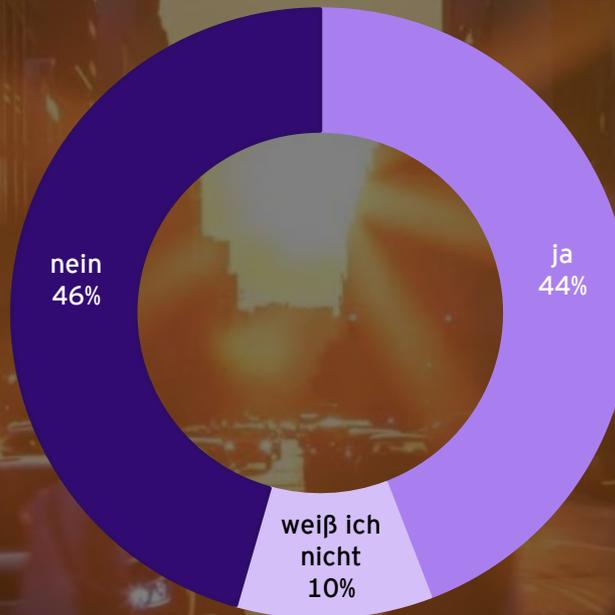
Frauen sind schlechter über die private Altersvorsorge informiert

Wie gut fühlen Sie sich über die Möglichkeiten der privaten Altersvorsorge informiert?



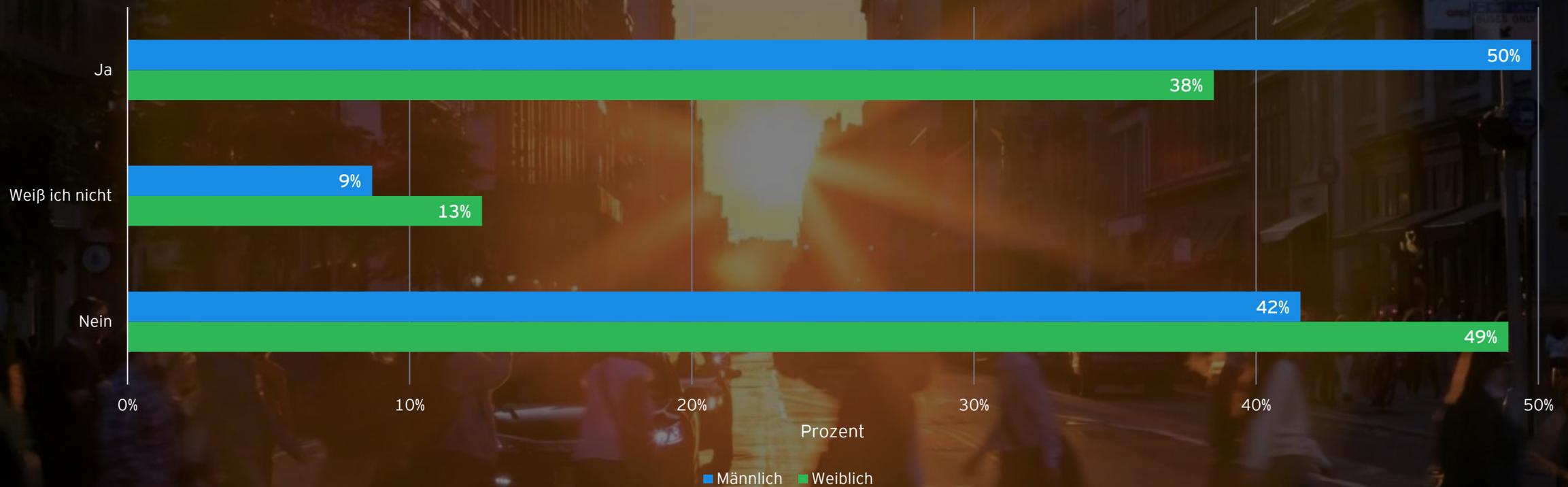
56 Prozent der Bundesbürger bezweifeln, dass ihre Altersvorsorge ausreichen wird

Glauben Sie, dass Ihre Altersvorsorge (staatlich und privat) in Zukunft ausreichen wird?



Vor allem Frauen fürchten, nicht genügend fürs Alter vorzusorgen

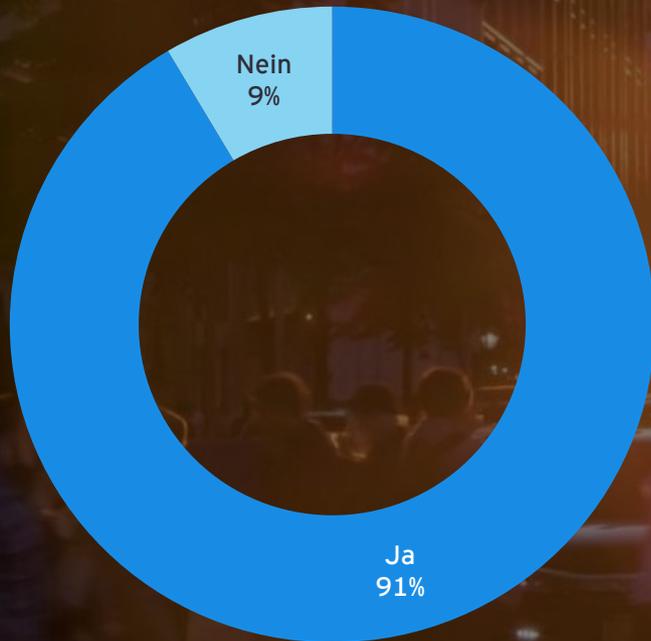
Glauben Sie, dass Ihre Altersvorsorge (staatlich und privat) in Zukunft ausreichen wird?



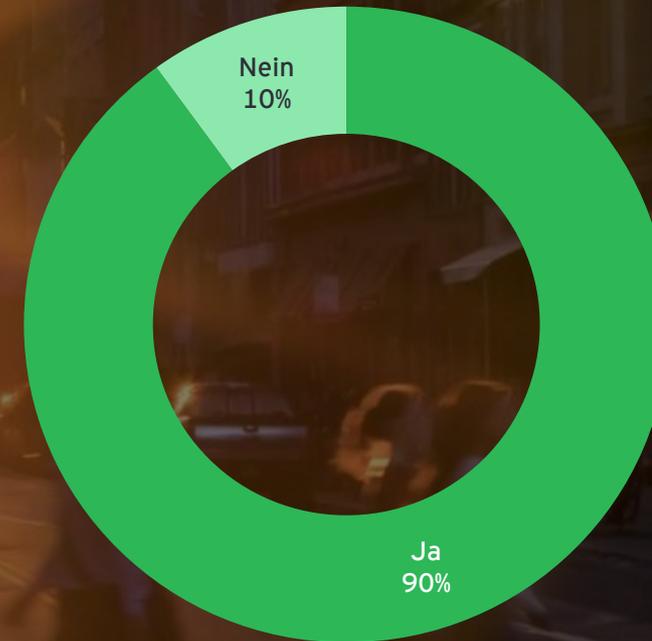
Neun von zehn Personen nutzen Online-Banking - Frauen fast genau so oft wie Männer

Nutzen Sie Online-Banking?

Männlich



Weiblich



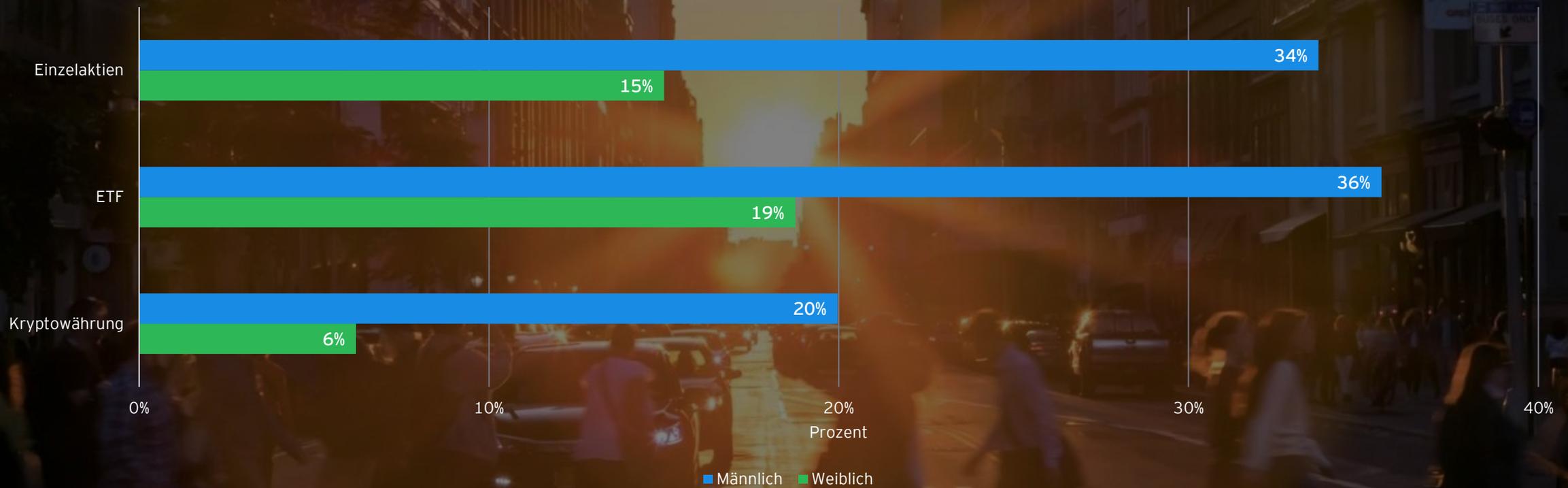
Jeder vierte Bundesbürger besitzt Aktien

Welche der folgenden Finanzprodukte besitzen Sie?



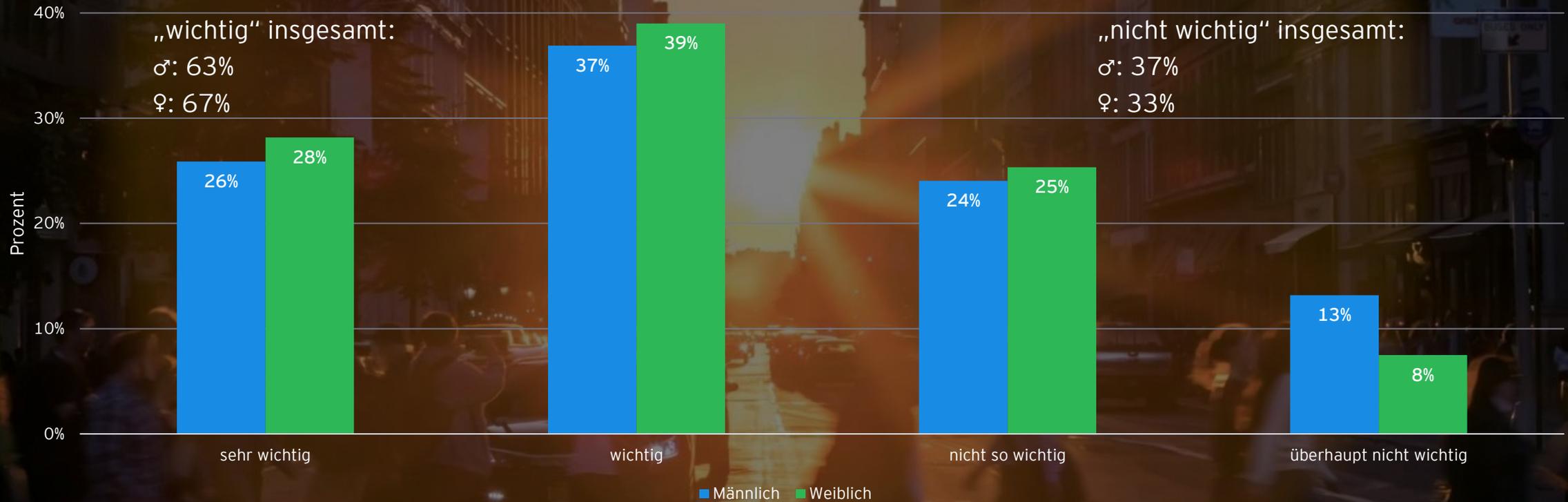
Frauen sind zurückhaltend bei risikobehafteten Finanzprodukten

Welche der folgenden Finanzprodukte besitzen Sie?



Frauen legen mehr Wert auf persönliche Beratung

Wie wichtig ist Ihnen eine persönliche Beratung bei Finanzprodukten?



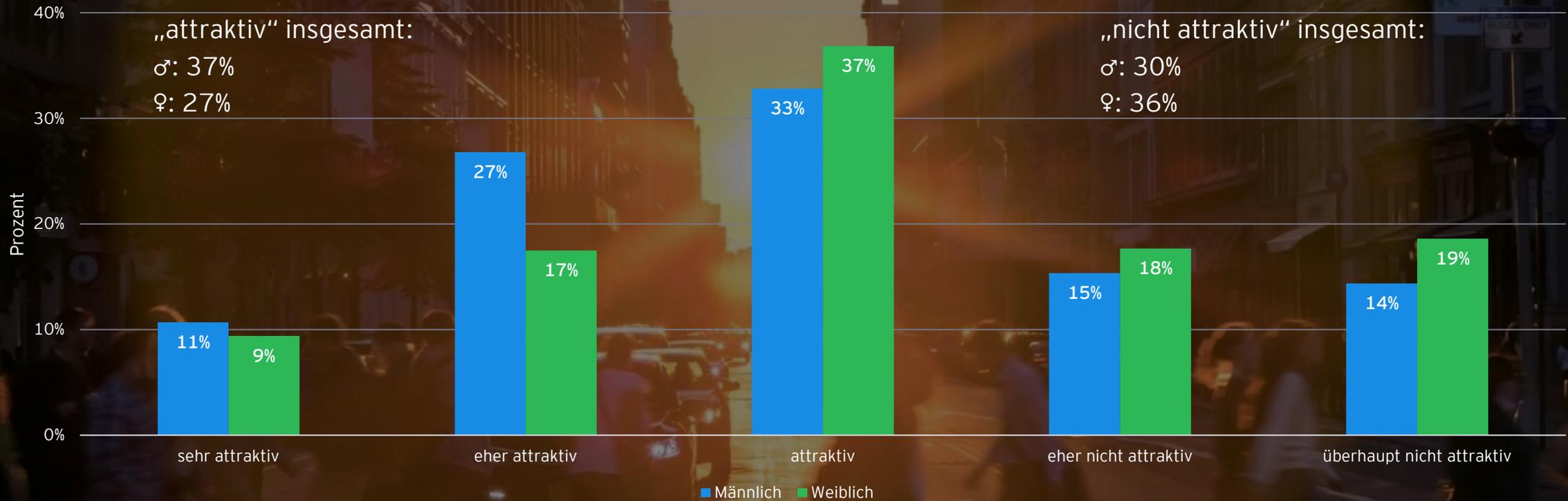
Attraktivität von Jobs in der Finanzbranche

„Die Finanzbranche an sich ist nicht unbedingt eine Branche, in der ich arbeiten möchte, weil ich glaube, dass ich mich darin nicht wohl fühlen würde.“

Generation Y, männlich

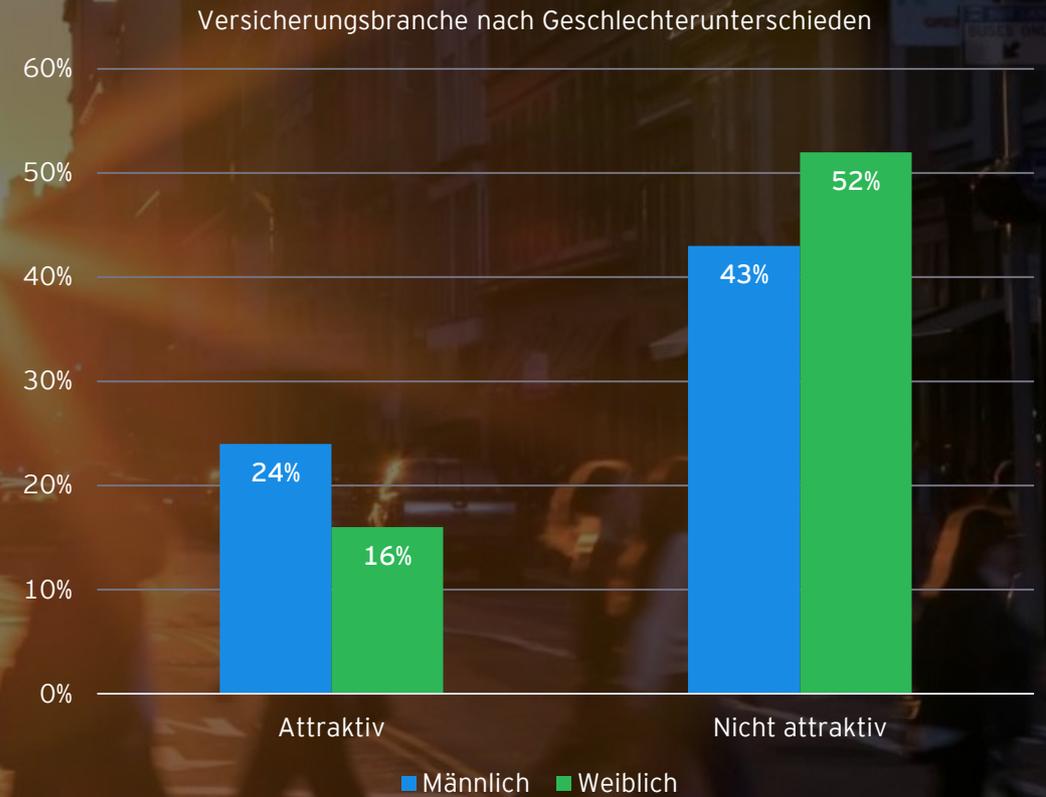
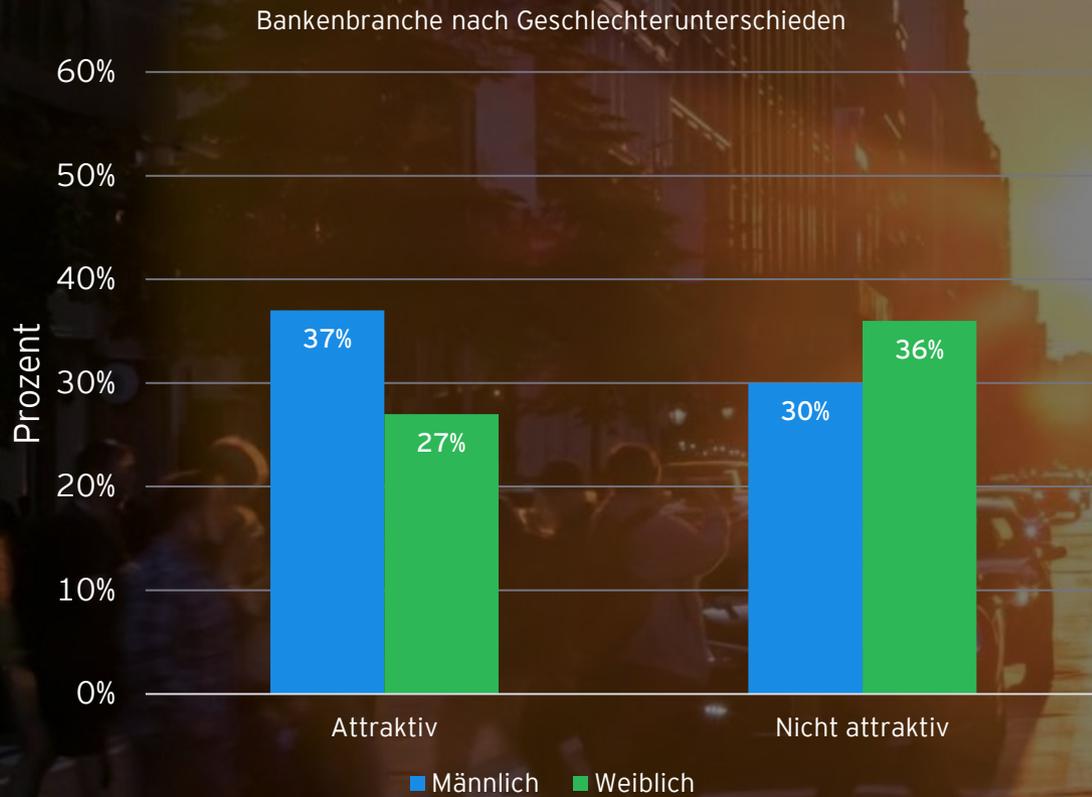
Männer schätzen Finanzbranche eher als attraktiverer Arbeitgeber ein als Frauen

Wie attraktiv ist Ihrer Meinung nach ein Job in der Finanzbranche?



Die Banken- und Versicherungsbranche ist für Frauen wenig attraktiv

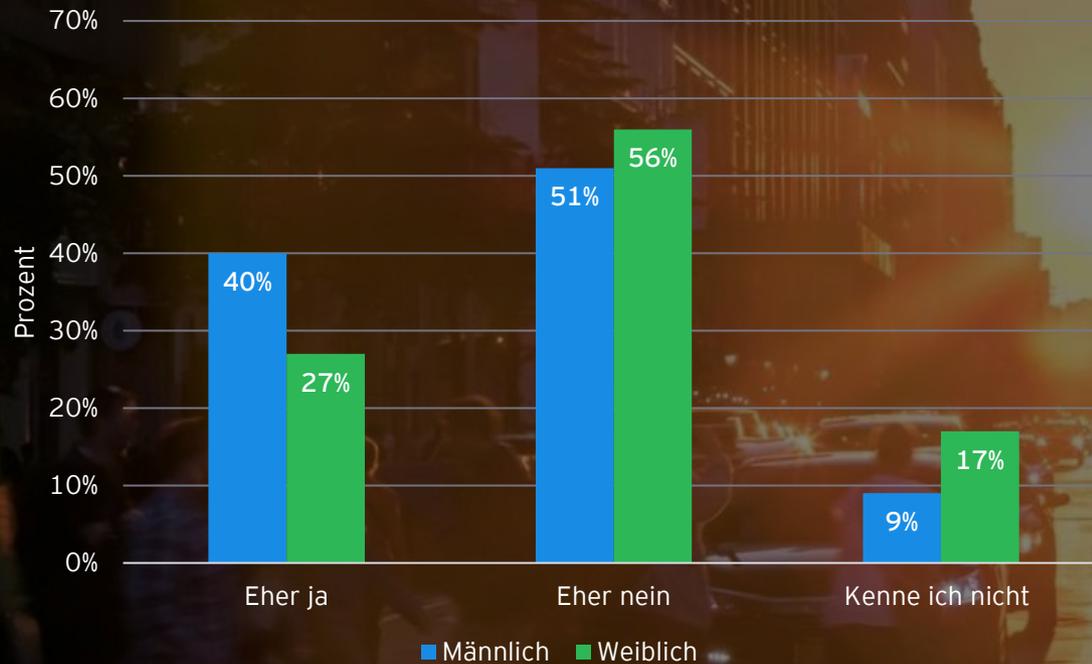
Wie attraktiv ist Ihrer Meinung nach ein Job in der Banken- bzw. Versicherungsbranche?



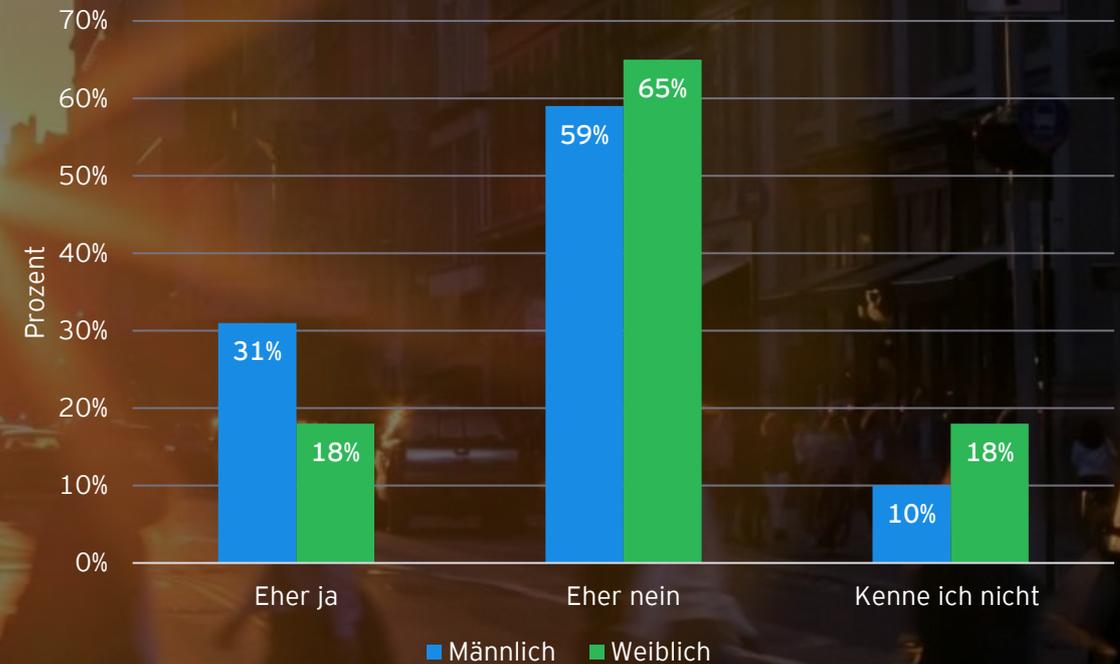
FinTechs und InsurTechs sprechen hauptsächlich Männer an

Können Sie sich vorstellen, bei einem FinTech (Start-up in der Finanzbranche) oder einem InsurTech (Start-up in der Versicherungsbranche) zu arbeiten?

FinTechs nach Geschlechterunterschieden



InsurTechs nach Geschlechterunterschieden



Ansprechpartner



Ralf Temporale

Leiter Strategy, Consumer & Operations,
Talent Partner, Finanzdienstleistungen

Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
Arnulfstrasse 59
80636 München

ralf.temporale@de.ey.com
Mobile: +49 160 939 22191



Dipl.-Psych. Rüdiger Maas, M.Sc.

Institut für Generationenforschung
Theaterstraße 8
86152 Augsburg

ruediger.maas@generation-thinking.de
Tel.: 0821 455 36899

EY | Building a better working world

Mit unserer Arbeit setzen wir uns für eine besser funktionierende Welt ein. Wir helfen unseren Kunden, Mitarbeitenden und der Gesellschaft, langfristige Werte zu schaffen und das Vertrauen in die Kapitalmärkte zu stärken.

In mehr als 150 Ländern unterstützen wir unsere Kunden, verantwortungsvoll zu wachsen und den digitalen Wandel zu gestalten. Dabei setzen wir auf Diversität im Team sowie Daten und modernste Technologien in unseren Dienstleistungen.

Ob Assurance, Tax & Law, Strategy and Transactions oder Consulting: Unsere Teams stellen bessere Fragen, um neue und bessere Antworten auf die komplexen Herausforderungen unserer Zeit geben zu können.

„EY“ und „wir“ beziehen sich in dieser Präsentation auf alle deutschen Mitgliedsunternehmen von Ernst & Young Global Limited (EYG). Jedes EYG-Mitgliedsunternehmen ist rechtlich selbstständig und unabhängig. Ernst & Young Global Limited ist eine Gesellschaft mit beschränkter Haftung nach englischem Recht und erbringt keine Leistungen für Mandanten. Informationen darüber, wie EY personenbezogene Daten sammelt und verwendet, sowie eine Beschreibung der Rechte, die Einzelpersonen gemäß der Datenschutzgesetzgebung haben, sind über ey.com/privacy verfügbar. Weitere Informationen zu unserer Organisation finden Sie unter ey.com.

In Deutschland finden Sie uns an 20 Standorten.

© 2023 Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft
All Rights Reserved.

ED None

Diese Präsentation ist lediglich als allgemeine, unverbindliche Information gedacht und kann daher nicht als Ersatz für eine detaillierte Recherche oder eine fachkundige Beratung oder Auskunft dienen. Es besteht kein Anspruch auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und/oder Aktualität. Jegliche Haftung seitens der Ernst & Young GmbH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und/oder anderer Mitgliedsunternehmen der globalen EY-Organisation wird ausgeschlossen.

ey.com/de

Das Institut für Generationenforschung

Das Institut für Generationenforschung ist eines der führenden deutschen Institute für Generationenforschung. Das private Institut beschäftigt Wissenschaftler:innen aus Psychologie, Soziologie, Philosophie, Ingenieur- und Wirtschaftswissenschaft, die national und international zu verschiedenen Alterskohorten, Generationen, sozialen Gruppen und Trends forschen.

Das Institut für Generationenforschung fördert durch seine Forschungsergebnisse das Verständnis zwischen den Generationen mit dem Ziel eines erfolgreichen Miteinanders und einer generationengerechten und nachhaltigen Zukunft.

Wirtschaft, Politik, Kultur und Wissenschaft greifen auf die Forschungen, Studien, Beratung, Keynotes und Workshops des Instituts für Generationenforschung zurück.

