

12 Beratungs-Praxis-Tipps für das Jahr 2026 (04/12)

Versorgungslücke trifft Fondsliebe: Junge Kunden im Fokus



Klare Zahlen, klare Signale.

📊 Laut Union Investment Anlegerbarometer 2025 glauben **69 %** der 20- bis 29-Jährigen, dass private Altersvorsorge vor finanziellen Engpässen im Alter schützt. Und: **61 Prozent** sind sogar bereit, dafür beim Konsum zu verzichten.

👉 Das ist kein Zögern – das ist ein Signal.

Doch wie oft wird dieses Signal in der Beratung konsequent aufgegriffen?

Kapitalmarktaffinität? Absolut!

📊 Ebenfalls laut Anlegerbarometer 2025:

39 Prozent der jungen Erwachsenen sehen Aktienfonds als beste Form der Altersvorsorge.

Zum Vergleich: In der Altersgruppe 40plus sagen das nur 17 Prozent.

👉 Das zeigt: **Die Fondsliebe ist da – was oft fehlt, ist die passende Beratung dazu.**

Viele junge Kunden sind offen für Kapitalmarktthemen wie Fonds, ETFs oder Fondspolizen – wenn sie verständlich erklärt werden und Teil eines stabilen Vorsorgekonzepts sind.

Was bedeutet das für Ihre Beratung?

Junge Menschen sind bereit, Verantwortung zu übernehmen – aber sie brauchen jemanden der, aus „Vorsorge“ ein verständliches Konzept macht, statt Fachchinesisch Klartext spricht, Orientierung gibt – mit Struktur und Nähe zur Lebensrealität.

Fazit:

Wer glaubt, junge Menschen seien für das Thema Altersvorsorge (noch) nicht empfänglich,

der verpasst eine ganze Generation.

Nutzen Sie die hohe Kapitalmarktaffinität dieser Zielgruppe und zeigen Sie, wie sich Verantwortung heute schon lohnt.

Jetzt ist die Zeit für Beratung, die motiviert – nicht nur informiert.



Gastautor für diese Tipps-Serie ist Ralf Meyer –
Der Bankverkaufstrainer.

Er unterstützt Banken und Sparkassen dabei ihre Anlage- und Vorsorgeberater erfolgreicher zu machen
(www.DerBankverkaufstrainer-Altersvorsorge.de)

Was bringt Ihnen die Realisierung dieses Tipps?

Die heutige junge Zielgruppe ist besser informiert, aufgeschlossener und vor allem deutlich entschlossener, als viele Finanz- und Kundenberater glauben. Wer die jungen Kunden nicht aktiv anspricht, verschenkt wertvolles Geschäftspotenzial.