

# Millennials – Mythen und Wahrheiten

Über die Finanzgewohnheiten der Generation Y gibt es verschiedene Stereotype – diese stimmen nur bedingt

MICHAEL FERBER

Die Millennials gelten als Generation, die gesellschaftliche Haltungen und Trends durcheinanderwirbelt. Weltweit umfasst die Zahl der in den Jahren 1981 bis 1996 Geborenen 1,8 Mrd. Menschen (vgl. Grafik), und laut der Bank of America Merrill Lynch dürften Millennials bis zum Jahr 2025 rund drei Viertel des weltweiten Arbeitskräfte-Pools ausmachen. Zudem handelt es sich um eine «Erbengeneration»: Zusammen mit der Generation X – also den in den Jahren 1965 bis 1980 Geborenen – dürften Millennials grosse Summen erben. Laut der Investmentgesellschaft Capital Group soll es sich dabei alleine in den USA in den kommenden Jahrzehnten um ein Finanzvermögen von insgesamt 30 Bio. \$ handeln, Immobilien und andere Sachwerte nicht einmal eingerechnet. So ist es kein Wunder, dass die Finanzbranche die Generation Y, unter deren Namen die Millennials ebenfalls bekannt sind, auf ihr Verhalten in Finanzangelegenheiten untersucht. In Studien werden die Millennials dabei als Anleger mit speziellen Vorlieben und Verhaltensweisen beschrieben.

## Tech-verrückte Millennials

Dies birgt die Gefahr von Stereotypen. Schon alleine aufgrund der schier Zahl an Millennials lassen sich keine identischen Verhaltensmuster ausmachen. Zudem dürften die regionalen Unterschiede markant sein, auch wenn sage und schreibe 86% der Millennials in Schwellenländern leben.

Zweifellos lässt sich allerdings sagen, dass die Generation Y die erste Generation ist, die während der digitalen Revolution aufgewachsen ist. Dies schlägt sich

## Die Generation, die während der digitalen Revolution aufgewachsen ist, konsumiert anders.

in ihrem Konsumverhalten nieder. Laut der Studie der Capital Group verbringen Millennials 53 Stunden pro Woche und somit 75 Stunden täglich online, während es bei der Generation X 45,4 und bei den Babyboomern, also der Generation der in den Jahren 1946 bis 1964 Geborenen, 37,2 Stunden sind. Zur Erledigung ihrer Finanzangelegenheiten setzen die Millennials zunehmend auf das Smartphone. 72% von ihnen nutzen die mobile App eines Finanzinstituts, 66% verwenden diese mehrmals pro Woche. Einkäufe und die Zahlung von Rechnungen werden zunehmend über das Smartphone abgewickelt.

Trotzdem sei das Nutzerverhalten der Millennials für die traditionellen Finanzinstitute eine Herausforderung, sagt Christophe Braun, Investment Director bei der Capital Group. Schliesslich versuchen grosse Technologiekonzerne wie Google, Facebook, Amazon oder Alibaba, sich einen grossen Teil des traditionellen Geschäfts der Finanzinstitute zu sichern – und die Chancen dafür stünden nicht schlecht, da sich die Tech-Riesen sehr schnell auf die Bedürfnisse und das Konsumverhalten der Millennials einstellen. Beispielsweise reisten Millennials mehr als die Generationen vor ihnen, und die Tech-Unternehmen würden über ihre Smartphone-Apps immer auf diese Reisen mitgenommen. Zudem sei es sehr wichtig, eine starke Tech-Plattform anzubieten und digital auf die Wünsche der Millennials einzugehen. Vielen Mitgliedern der Generation Y sei es weniger wichtig, mit wem sie Banking machten; ihnen komme es vor allem darauf an, dass die angebotenen Dienstleistungen und Prozesse einfach und sicher seien und funktionierten.

Viele traditionelle Finanzinstitute hätten es hingegen verpasst, sich in der



Die Generation Y wird bald viel erben. Das macht sie für die Finanzbranche interessant.

ILLUSTRATION DANIEL STOLTE

digitalen Welt richtig zu positionieren. So täten sie sich beispielsweise mit dem Sammeln und der Analyse von Kundendaten schwer. Dies gebe den Tech-Konzernen einen massgeblichen Wettbewerbsvorteil darin, neue Konsumentenden frühzeitig zu identifizieren.

## Unrealistische Finanzziele?

Der Generation Y werde ausserdem oftmals unterstellt, dass viele ihrer Vertreter unrealistische finanzielle Ziele hätten, heisst es in einer Studie der Stiftung Finra Investor Education Foundation und der Finanzanalytiker-Organisation CFA Institute. So gelte die FIRE-Bewegung bei Millennials als verbreitet. Diese Abkürzung steht für «financial independence, retire early», das Ziel sind also das Erreichen finanzieller Unabhängigkeit und ein anschließender früher Ruhestand mit beispielsweise 40 Jahren – und das vor dem Hintergrund, dass die Lebenserwartung in den meisten Ländern steigt.

Die in den USA durchgeführte Studie der Finra-Stiftung und des CFA Institute kam indessen zum Ergebnis, dass nur wenige Vertreter der Generation Y solche Ziele verfolgen. Laut der Studie gehen die meisten US-Millennials davon aus, mit 65 in Rente zu gehen. Angesichts der Trends in der Altersvorsorge und der demografischen Entwicklung sei dies jedoch möglicherweise nicht realistisch, heisst es in der Studie. Vor allem Millennials, die nicht an der Börse investieren, haben laut der Studie sehr bescheidene finanzielle Ziele. So gaben 40% dieser Gruppe als finanzielles Ziel an, genug Ersparnisse zu haben, um sich nicht mehr von einer Gehaltszahlung zur nächsten «durchhangeln» zu müssen. Als

Grund, weshalb sie kein Geld investieren, gab rund die Hälfte der nicht an der Börse aktiven Millennials einen Mangel an Vermögen an.

Laut der Studie der Capital Group setzen Millennials indessen bei ihren Ausgaben durchaus andere Prioritäten als die Generationen vor ihnen. Reisen gilt dabei als wichtiger als der Kauf eines Hauses oder eines Autos, was aber auch mit dem geringeren Alter der Millennials zusammenhängen kann.

## Fokus auf Nachhaltigkeit

Laut der Studie der Finra Investor Education Foundation und des CFA Institute lautet eine weitere Annahme zum Anlageverhalten von Millennials, dass diese der Finanzbranche und deren Beratern skeptisch gegenüberstehen. Schliesslich hat die Generation Y die Börsenverluste in der Finanz- und Schuldenkrise sowie den Dotcom-Crash der Jahre 2000 bis 2003 miterlebt. Laut der Studie sind aber 72% der US-Millennials, die mit einem Finanzexperten zusammenarbeiten, sehr oder sogar äusserst zufrieden mit dessen Arbeit. Nur 15% derjenigen, die nicht mit einem Berater zusammenarbeiten, nannten mangelndes Vertrauen als Grund dafür.

Trotz solchen Umfrageergebnissen dürfte es für die traditionellen Finanzinstitute kein «Selbstläufer» werden, Millennials, die das Vermögen ihrer Eltern geerbt haben, als Kunden zu halten. Die Generation Y gilt als stark an Anlagen interessiert, die nachhaltige Kriterien berücksichtigen. Damit sind die Bereiche Ethik, Soziales, gute Unternehmensführung und Umwelt umfasst. Das World Economic Forum (WEF)

etwa zitiert aus einer Studie der Publikation «Harvard Business Review», laut der 67% der befragten Millennials angaben, Anlageentscheide seien für sie ein Weg, um soziale, politische und grüne Werte auszudrücken. Bei den Befragten der Generation X waren es nur 44%, bei den Babyboomern 36%. In der Umfrage «Global Shapers Annual Survey 2017» des WEF unter 31 000 Millennials aus 180 Ländern gaben 48,8% der Befragten an, der Klimawandel und die Zerstörung der Natur seien für sie das grösste globale Problem.

Laut Falko Paetzold, Initiator und Managing Director am Center for Sustainable Finance and Private Wealth an der Universität Zürich, haben verschiedene wissenschaftliche Studien ergeben, dass sich vor allem junge Mitglieder wohlhabender Familien für das Thema nachhaltiges Investieren interessieren. Ein Problem dabei sei allerdings, dass diese jungen Menschen in den Ban-

## Viele Kundenberater in Finanzinstituten sprechen nicht dieselbe Sprache wie die jungen wohlhabenden Kunden.

ken oft nicht die Beratung bekämen, die sie sich wünschten. Die Kundenberater in den Finanzhäusern seien oft nicht entsprechend ausgebildet, um deren Bedürfnisse zu erfüllen. Allerdings seien viele Banken derzeit daran, dies zu ändern.

Peter Wüthrich, Anlageberatungschef beim Zürcher Multi-Family-Office Valueworks, sieht dies ähnlich. Grundsätzlich lasse sich sagen, dass viele Kundenberater in Finanzinstituten nicht dieselbe Sprache sprächen wie junge wohlhabende Kunden. Viele Kundenberater wüssten oftmals nicht ausreichend Bescheid über die Anlageprodukte ihrer eigenen Finanzhäuser, sagt Wüthrich, der selbst lange als Kundenberater in einer Bank gearbeitet hat. Wenn Millennials erben, träfen mit ihnen und dem Kundenberater ihrer Eltern manchmal Welten aufeinander. Vor allem junge Frauen fühlten sich von den Beratern oft nicht ernst genommen.

Trotzdem sei es nicht ganz legitim zu behaupten, dass Millennials in Geldangelegenheiten völlig anders tickten als ihre Eltern, sagt Wüthrich. In jüngeren Jahren seien viele Menschen eben idealistisch, und das sei auch bei den Generationen vor den Millennials so gewesen.

## Märkte und Meinungen Credit Suisse und UBS in der Zwickmühle

MICHAEL SCHÄFER

In Unternehmen kommt man sich gegenseitig immer wieder in die Quere. Wo Kapital knapp ist, müssen Prioritäten gesetzt werden, was für manche gute Idee das Aus bedeutet. Wo zwei allzu ähnliche Produkte oder Dienstleistungen angeboten werden, droht die gegenseitige Kanibalisierung, so dass am Schluss keines der beiden Angebote zu einem Kassenschlager wird. Aber auch wenn Aktivitäten im gegenseitigen Widerspruch stehen, kann das intern zu Interessenkonflikten führen und extern zu Kritik.

In solch einer Situation befinden sich mit anderen Mitbewerbern auch die Credit Suisse und die UBS. Auf der einen Seite bieten sie ihren Kunden eine immer grössere Palette an nachhaltigen Anlagen an. Bei diesen Produkten achten die Anbieter meist auf eine hohe Umweltverträglichkeit. Teilweise schliesen sie sogar die Titel von Firmen aus, die ihr Geld mit der Förderung von Kohle – die als einer der grössten «Klimakiller» gilt – oder der Energiegewinnung daraus verdienen. Auf der anderen Seite finanzieren die Schweizer Grossbanken genau solche Aktivitäten.

Für die Aktionäre mag das auf kurze Sicht von Vorteil sein, denn mit beiden Geschäften können die Banken Geld verdienen. Allerdings ruft die Unterstützung der Kohleindustrie zahlreiche Kritiker wie dieser Tage Greenpeace auf den Plan, die von den Banken mehr Konsequenz in Sachen Klimaschutz fordern. Nun könnte man zur Verteidigung der Branche anbringen, dass sie nicht zu den grossen Abnehmern von Kohle zählt oder von Energie, die aus dieser stammt. Ihre Mitglieder haben auch keinen Einfluss auf das Verhalten der Nachfrager.

Allerdings fordert man von ihnen, an der dringend notwendigen Transition hin zu einer CO<sub>2</sub>-armen Welt mitzuwirken. Statt sich nämlich auf griffige Rahmenbedingungen zu einigen, die für eine möglichst schnell schwindende Nachfrage nach Kohle und anderen fossilen Brennstoffen sorgen, haben die Politiker 2015 in Paris beschlossen, dass die Finanzflüsse mit den Klimazielen in Einklang zu bringen sind.

Die Hoffnung dahinter ist, die Finanzierung von klimaschädlichen Aktivitäten werde sich spürbar verteuern und jene von zukunftssträchtigen sich entsprechend verlustigen. Wenn schon zunehmend von Pensionskassen erwartet wird, die CO<sub>2</sub>-Intensität ihrer Geldanlagen zu reduzieren, sollte das umso mehr für die Finanzierung von Unternehmen gelten, deren Geschäft auf fossilen Brennstoffen fusst.

Nun könnte man etlichen Instituten zugutehalten, dass sie ihre Richtlinien für solche Finanzierungen verschärft haben. Zu diesen Häusern zählen auch die beiden Schweizer Banken. Die UBS verzichtet inzwischen unter anderem auf die Finanzierung von Firmen, die Bergbau mit der besonders umweltschädlichen Gipfelabsprengung (Mountaintop-Removal) betreiben.

Die Kritiker werden aber nicht lockerlassen. Zwar kommt es der lokalen Flora, Fauna und Wasserqualität zugute, wenn tatsächlich weniger Mountaintop-Removal betrieben wird. Für die Erdwärmung ist es jedoch entscheidend, ob Kohle verbrannt wird, und nicht, wie sie gefördert wurde. Und auch wenn die energiehungrige Menschheit mangels Alternativen noch eine Weile auf Kohle angewiesen ist, dürfte es für manchen Kunden schwer verständlich sein, wie ein Anbieter von nachhaltigen Anlagen gleichzeitig Kohleförderung finanzieren kann, auch wenn er in diesem Geschäft striktere Regeln anlegt als andere.

Banken wie die Credit Suisse und die UBS stecken damit in der Zwickmühle. Je mehr sie das Geschäft mit nachhaltigen Anlagen forcieren und sich als Wegbereiter einer besseren Welt positionieren, umso zahlreicher und lauter dürften die Stimmen werden, die sich an dem genannten Konflikt stossen.

## Grösse der Generationen im Vergleich

