



Immer und überall online
Keine Generation ist in der Theorie so gut informiert wie die Millennials. Sie wissen, was wo im Internet zu finden ist. Welche Plattform wofür am besten ist. Sie sind dermaßen vernetzt, dass es einem Geflecht gleichkommt. Und dennoch, wer jetzt fürchtet, das Ende der Versicherungsberater oder der Financial Planner sei angebrochen, weil die Millennials ohnehin alles besser wüssten, darf sich wieder entspannen: „Es ist schon bemerkenswert. Trotz der hohen Internetaffinität dieser Zielgruppe ist und bleibt der *persönliche* Berater für diese Zielgruppe sehr wichtig – egal, ob das im Abschluss oder im Schadensfall ist“, bemerkt Michael Gadinger, Marketing und Produktentwicklung sowie Produktmanager Lebensversicherungen der Wiener Städti-

schen. „Wir sehen in dieser Zielgruppe vor allem sogenannte ROPOs; dieser Begriff steht für ‚research online and purchase offline‘. Diese ROPOs informieren sich über Finanzprodukte im Vorfeld übers Internet, greifen dann aber doch – besonders bei komplexen Finanzprodukten – sehr gern auf den Berater zurück“, so Gadinger.

Veranlagung für Generation Y

Was die persönliche Finanzberatung, wie sie Österreichs Marktführer Swiss Life Select anbietet, anbelangt, so ist sich die Expertenrunde einig: Es besteht eine Riesenchance für Berater, wenn sie mit einer hohen fachlichen Kompetenz ausgestattet sind *und* digital – auf den für die Gen Y relevanten Kanälen, wie WhatsApp, Snapchat, etc. – kommunizieren. Bei der Veranlagung in Immo-

lien scheint die Sache einfach, hat die Generation Y ja noch von der Generation X im Ohr, dass (Wohnungs-)Eigentum eine gute Sache ist. Unterschiede gibt es trotzdem, erklärt Matthias Gregoritsch, Sales Manager bei der C&P Immobilien AG: „Grundsätzlich muss man festhalten, dass die Generation Y die Freiheit liebt. Sie wollen sich nicht mehr so lange und fix binden. Viele unserer Kunden leben selber in einer Mitwohnung, wollen aber auf die Vorzüge eines Eigentums nicht verzichten. Sie kaufen eine Vorsorgewohnung und haben damit gleich mehrere Vorteile: sie bleiben zum einen absolut flexibel, weil sie ihre eigene Mietwohnung jederzeit kündigen können, auf der anderen Seite haben sie aber auch die Vorteile eines Sachwerts.“

Im Vergleich zur Elterngeneration geht die Generation Y weg vom selbstgenutzten Eigentum, denn sie will in der persönlichen Lebensplanung flexibel sein – ein Umstand, der „uns in die Hände spielt und dem Kunden Vorteile bringt: passives Einkommen gegenüber dem Mieter; und sie machen natürlich die Wertschöpfung der Immobilienmärkte mit“, meint Gregoritsch.

Ein Phänomen zeige sich laut Gregoritsch im Schnittfeld Anlagewohnungen-Millennials: Die Ypsilons, die sich eine Vorsorgewohnung (schon) leisten können, haben zumeist auch eine. Jene, die sie sich (noch) nicht leisten können, sind oft in einer solchen eingemietet.

Michael Gadinger streicht hier die Vorzüge einer Lebensversicherung hervor: „Da brauche ich kein Riesenkapital, um mit meiner Vorsorge zu beginnen. Kleinstbeträge reichen völlig, wenn ich etwa noch studiere oder Teilzeit arbeite. Lebensversicherungen sind kein starres Vehikel mehr – die können flexibel angepasst werden.“

Gebildet und weltfremd

Noch ein Phänomen, das aber nicht nur bei der Generation Y, sondern auch bei ihren Eltern vorkommt: Deren Erwartungshaltung an Renditen ist im

besten Falle weltfremd. „Eine Schroders-Umfrage zeigt: Die Millennials haben mit Abstand die höchste Gewinnerwartung, nämlich über zehn Prozent im Jahr. Im Schnitt erwartet die Elterngeneration aber auch noch acht Prozent im Jahr“, wundert sich Alexander Koschar, Business Development Manager, Senior Manager – Austria der Fondsgesellschaft Ethenea. „Und als Vergleich, von mehreren Fondshäusern durchgeführt: Die globalen Aktienmarktrenditen über zwölf Monate liegen bei nur rund drei Prozent. Man sieht hier eine große Divergenz.“

Die Frage nach den passenden Produkten sei eine schwierige. „Die Produkte müssen auf jeden Fall sehr auf das *Individuum* zugeschnitten sein. Wir versuchen, die Bedürfnisse der Jungen in unsere Fonds einfließen zu lassen, zum Beispiel Nachhaltigkeit. Aus meiner Erfahrung kann ich sagen: Das Produktangebot ist viel zu groß und unüberschaubar für den einzelnen Anleger“, meint Koschar und glaubt an die große Stunde der Vermögensberater.

Außerdem brachte die Schroders-Umfrage Licht ins Anlageverhalten: 41% der Millennials würden unter einem Jahr, 5% länger als fünf Jahre investieren.

Das Kreuz mit der Technik

Wie also dem Informationshungrigen begegnen? Stellt die Digitalisierung gar eine Gefahr für die Finanzdienstleistung dar?

„Grundsätzlich ist die Digitalisierung eine Veränderung – jede Veränderung ist Chance und Risiko zugleich. Was sich natürlich geändert hat, ist die *Geschwindigkeit* der Veränderung, und das ist das große Problem der Institute. Vor allem der Banken“, sagt Stefan Wonisch, Leiter von „die plattform“ der Capital Bank, und skizziert den Ist-Zustand: „Fast jede Bank in Österreich hat im Hintergrund ein veraltetes IT-System und versucht jetzt, Geld in die Hand zu nehmen und, darauf aufbauend, irgendwas Digitales, Schönes zu machen. Was meistens eher schlecht als