

**Digitale
Geldanlage
entschlüsseln
2025**

**Die Zukunft der
Geldanlage ist heute**



INHALT

04

VORWORT



06

METHODIK



08

TEIL 1

Der DIGI-Score: welche Anleger besonders digital sind



24

TEIL 2

Vorsorge – die Kluft zwischen Anspruch und Wirklichkeit



38

TEIL 3

Vielfalt der Einflussquellen

50

TEIL 4

Kundenmobilisierung



66

FAZIT



VORWORT

Die Investitionen von Privatanlegern werden seit vielen Jahren von verschiedenen demografischen und verhaltensbezogenen Trends beeinflusst, die mit den Fortschritten in der digitalen Technologie einhergehen.

Nach dem Erfolg unserer ersten Decoding Digital-Studie im Jahr 2024 hat Amundi eine neue Studie mit erweitertem Umfang in Auftrag gegeben, die die Anzahl der beteiligten Länder verdoppelt und die Stichprobengröße verdreifacht, um tiefer in Asien, Afrika und Lateinamerika einzutauchen.

Die diesjährige Ausgabe zeigt, dass die digitale Akzeptanz geografische, demografische und Vermögensgrenzen überschreitet. Sie hebt auch hervor, dass ein hybrides professionelles Beratungsmodell eine wichtige Rolle bei der Erstellung eines strukturierten Finanzplans spielt, der den Menschen das Gefühl gibt, besser gerüstet zu sein, um ihre finanziellen Ziele zu erreichen.

Vorbei sind die Zeiten, in denen digitales Investieren auf digitale Anbieter beschränkt ist. Über die Hälfte der Privatanleger investiert inzwischen sowohl digital als auch „traditionell“, und fast drei Viertel nutzen digitale Beratungs- und Bildungsangebote.

Durch Gespräche mit unseren Kunden und Partnern ist mir klar geworden, dass es nicht mehr darum geht, ob digitale Kundenerfahrungen geschaffen werden sollen, sondern vielmehr darum, wie hybride Modelle aufgebaut werden können, um ein kontinuierliches Wachstum zu gewährleisten.

In der Studie untersuchen wir die Ziele und Investitionsmotive von Menschen auf der ganzen Welt und beschäftigen uns mit den sich verändernden Wegen, auf denen Anleger informiert und

beeinflusst werden. Wir nutzen die Ergebnisse auch, um uns mit dem wichtigen Thema der Kundenbindung und der Reduzierung von Inaktivität zu befassen. Obwohl jedes Land seine eigenen Spar- und Rentensysteme hat, was zu unterschiedlichen Gewohnheiten und Verhaltensweisen führt, bietet diese Studie eine Fülle von Informationen und Ideen für diejenigen, die die sich ändernden Erwartungen und Verhaltensweisen von Anlegern in einer zunehmend digitalen Welt verstehen wollen.

Fannie Wurtz

*Head of the Distribution & Wealth Division,
ETF & Indexing business lines and Chair Asia*



METHODIK

Die Ergebnisse dieses Berichts beruhen auf einer Befragung von 11.355 Privatanlegern aus 25 Ländern auf vier Kontinenten. Um eine ausgewogene und belastbare Datenmenge zu gewährleisten und Unterschiede zwischen demografischen Gruppen besser beurteilen zu können, haben wir Quoten für Alter und Geschlecht festgelegt.

Die Umfrage wurde zwischen Dezember 2024 und Januar 2025 online in der jeweiligen Landessprache der Befragten durchgeführt.

Befragt wurden Anleger mit einer altersabhängigen Mindestanlagesumme.³

Als Marktführer im Bereich Sparen und Investitionen haben wir H/Advisors Cicero mit der Konzeption und Durchführung der Marktforschung für diesen Bericht, der Analyse der Forschungsergebnisse und der Mitarbeit am Bericht beauftragt.

H/Advisors Cicero ist ein führendes Beratungsunternehmen, das Kunden im Finanz- und Dienstleistungssektor betreut. Es bietet integrierte Beratung in den Bereichen öffentliche Politik und Kommunikation, globale Vordenkerprogramme und unabhängige Marktforschung. [Cicero-group.com](https://www.cicero-group.com)

	STICHPROBE	MÄNNER	FRAUEN	21-30 Jahre	31-40 Jahre	41-50 Jahre	51-60 Jahre
Österreich	479	54%	46%	34%	31%	24%	11%
Belgien	476	57%	43%	32%	32%	20%	16%
Brasilien	459	51%	49%	34%	34%	22%	11%
China	472	50%	50%	33%	33%	28%	7%
Dänemark	477	69%	31%	32%	33%	26%	9%
Finnland	481	56%	44%	32%	35%	21%	12%
Frankreich	471	51%	49%	32%	32%	20%	16%
Deutschland	481	55%	45%	31%	34%	18%	17%
Hongkong	474	49%	51%	36%	34%	21%	9%
Indien	457	55%	45%	33%	34%	27%	6%
Italien	475	48%	52%	33%	34%	15%	18%
Japan	478	50%	49%	33%	33%	18%	16%
Korea	493	48%	52%	32%	33%	18%	17%
Malaysia	471	54%	45%	33%	34%	26%	7%
Niederlande	480	55%	44%	35%	34%	20%	12%
Polen	362	51%	49%	33%	35%	23%	9%
Singapur	475	58%	42%	32%	33%	28%	7%
Südafrika	375	50%	50%	40%	31%	19%	9%
Spanien	476	50%	50%	34%	32%	19%	15%
Schweden	471	43%	57%	34%	33%	20%	14%
Schweiz	350	54%	46%	35%	33%	19%	13%
Taiwan	342	51%	49%	30%	34%	24%	12%
Thailand	449	61%	38%	33%	33%	27%	6%
VAE	460	54%	45%	34%	33%	28%	5%
Großbritannien	471	51%	48%	34%	34%	23%	10%

Alter
21-30
2.001 €
oder gleichwertig

Alter
31-40
3.501 €
oder gleichwertig

Alter
41+
5.001 €
oder gleichwertig

³Ausnahmen sind Südafrika, Malaysia, Indien und Brasilien, wo die Untergrenze bei 501 € bzw. einem äquivalenten Betrag für die 21- bis 30-Jährigen, 1.001 € bzw. einem äquivalenten Betrag für die 31- bis 40-Jährigen und 2.001 € bzw. einem äquivalenten Betrag für die über 41-Jährigen lag.

TEIL 1

DER DIGI-SCORE: WELCHE ANLEGER BE- SONDERS DIGITAL SIND

Mit dem neuen Digital Investor Global Index (DIGI) können wir messen, wie weit die Digitalisierung der Vermögensanlage in verschiedenen Märkten fortgeschritten ist und in welche Richtung sich ein Markt bewegt. Der DIGI-Score macht deutlich, dass sich digitale Plattformen inzwischen weitgehend durchgesetzt haben und zum Mittel der Wahl als Investmentmethode und als Quelle für Beratung geworden sind.

Unser Index basiert auf vier Schlüsselfaktoren:



DIGITALE NUTZUNG

Prozentsatz der Privatanleger, die zumindest einen Teil ihrer Anlagen über digitale Plattformen verwalten.



DIGITALER ANTEIL

Prozentsatz aller Privatanlegerportfolios, der über digitale Plattformen verwaltet wird.



DIGITALE BERATUNG

Prozentsatz der Privatanleger, die online nach Informationen, Beratung oder Orientierung suchen.



DIGITALES NETZWERK- MARKETING

Prozentsatz der Privatanleger, die eine Investment-App oder Online-Plattform an Verwandte oder Freunde weiterempfohlen haben.

Digitale Nutzung

Einer der Eckpfeiler des DIGI-Score ist die Nutzung digitaler Anlageplattformen durch Privatanleger. Unser Index zeigt, dass die digitale Nutzung international weit fortgeschritten ist, allerdings mit Unterschieden zwischen einzelnen Ländern.

Weltweit verwalten 77% der befragten Anleger zumindest einen Teil ihres Portfolios über digitale Plattformen oder Apps; in Europa sind es mit 78% etwas mehr, in Asien mit 74% etwas weniger. Die meisten Befragten (56%) waren „Hybrid“-Anleger, die sowohl online als auch offline investieren. Jeder fünfte Anleger (21%) investiert rein digital, jeder vierte (23%) dagegen ausschließlich „offline“.

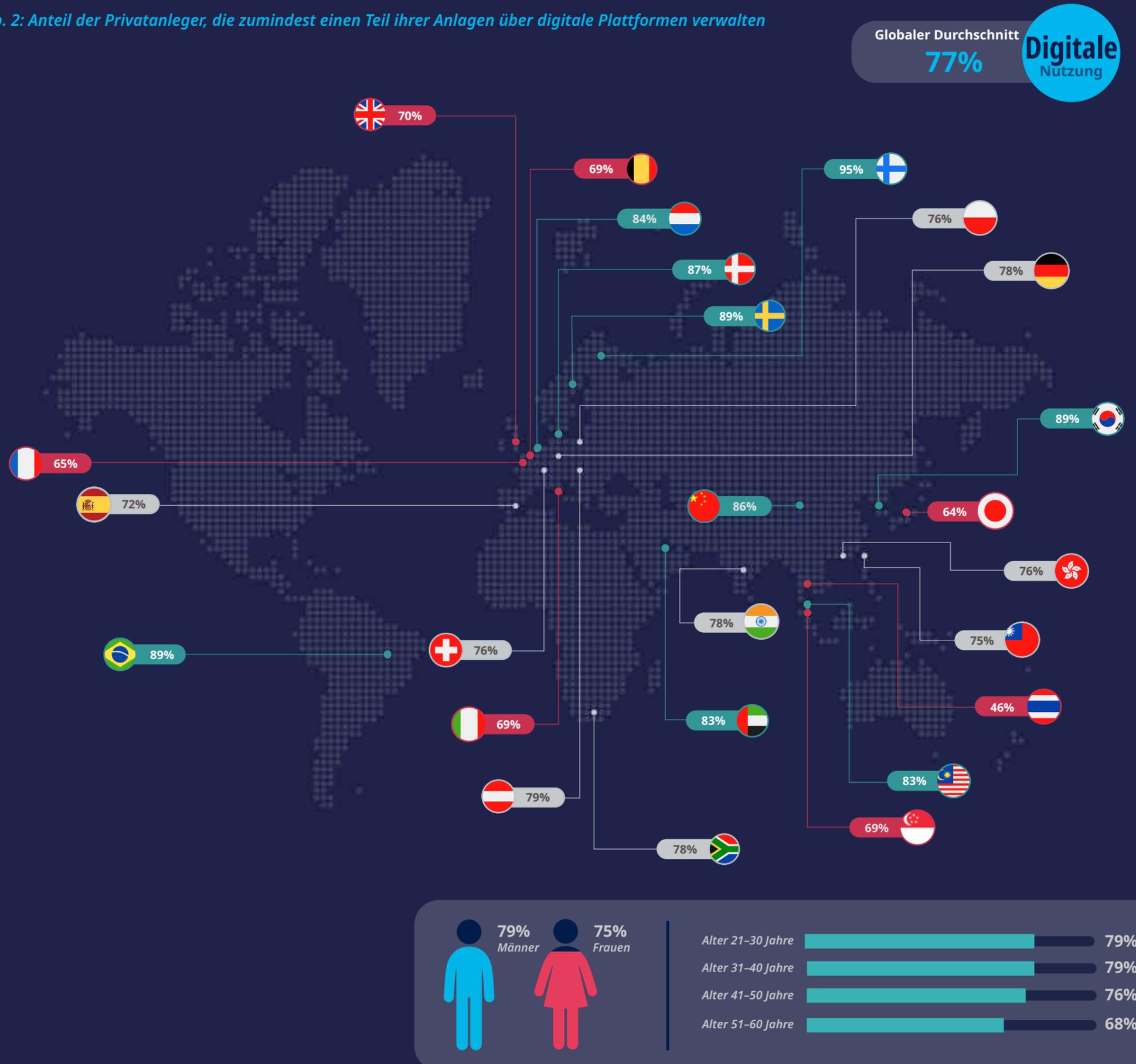
Bei der Betrachtung einzelner Länder fallen jedoch größere Unterschiede auf: In Finnland (95%), Brasilien (89%), Schweden (89%) und Südkorea (89%) ist digitale Anlageverwaltung deutlich verbreiteter, in Thailand (46%), Japan (64%) und Frankreich (65%) ist die Akzeptanz digitaler Plattformen weitaus geringer.

Auf den europäischen Märkten lieferte die Befragung ähnliche Ergebnisse wie im Vorjahr: Skandinavien liegt vor Frankreich und Italien.⁴

Das Alter gilt oft als maßgeblicher Indikator für die Nutzung digitaler Plattformen, die Ergebnisse unserer Befragung zeigen jedoch, dass alle Altersgruppen Digitalangebote nutzen. So lag der Anteil der Befragten in der Altersgruppe 50+, die über digitale Plattformen investieren, bei 68%. Und da der Anteil in der Altersgruppe der 41- bis 50-Jährigen mit 76% sogar noch höher ist, kann man davon ausgehen, dass sich diese Lücke in den kommenden Jahren schließen wird.

Noch weniger als das Alter sagt das Geschlecht über das Digitalverhalten der Befragten aus, auch wenn Männer (79%) digitale Plattformen etwas häufiger nutzen als Frauen (75%). Unsere Ergebnisse lassen erkennen, dass geschlechtsspezifische Unterschiede größtenteils auf Kryptowährungen zurückzuführen sind, in die 28% der Anleger, aber nur 18% der Anlegerinnen investieren. Allerdings investieren Männer (32%) auch häufiger als Frauen über eine Online-Brokerage-/Anlageplattform als Frauen (27%).

Abb. 2: Anteil der Privatanleger, die zumindest einen Teil ihrer Anlagen über digitale Plattformen verwalten



⁴ a) Die Zahl der erfassten Länder ist von 11 im Jahr 2023 auf 25 im Jahr 2024 gestiegen. b) Das Digital-/Online-Angebot auf der Website einer Privatkundenbank wurde im Jahr 2024 als Option „digitale Plattform“ hinzugefügt – mit erheblichen Auswirkungen auf die digitale Nutzung.

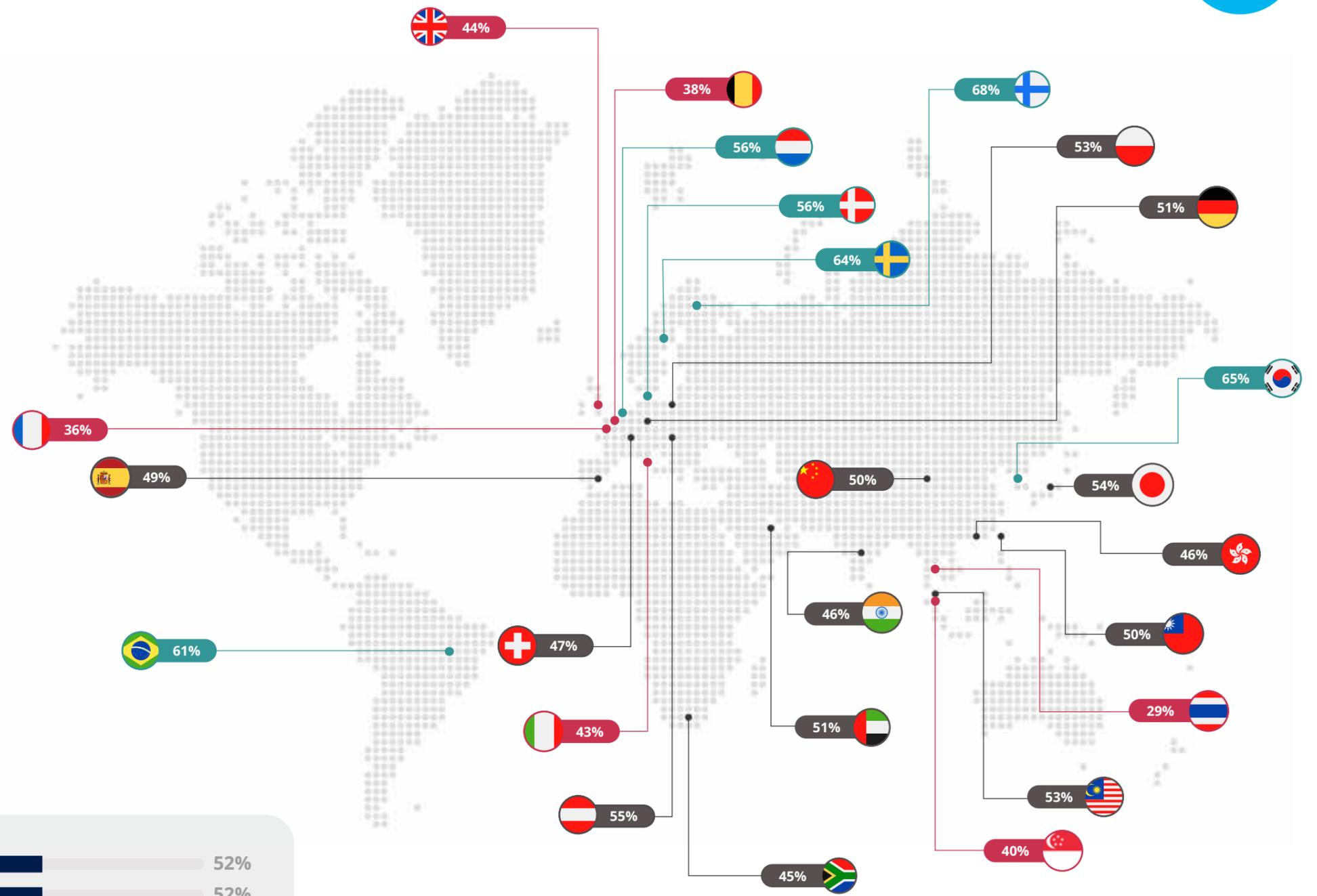
Digitaler Anteil

Im globalen Durchschnitt investieren die Anleger in unserer Studie die Hälfte ihres Geldes über digitale Plattformen, was darauf schließen lässt, dass sie sich mit dieser Anlageform wohlfühlen und Digitalangeboten vertrauen.⁵ Wie bei den anderen Komponenten des DIGI-Score sehen wir nur geringe Unterschiede zwischen den europäischen und den asiatischen Durchschnittswerten, jedoch größere Unterschiede zwischen einzelnen Ländern. Thailändische Anleger beispielsweise investieren durchschnittlich nur 29% ihres Portfolios digital, und auch in Frankreich (36%), Belgien (38%) und Singapur (40%) liegt der Wert deutlich unter dem weltweiten Durchschnitt. In diesen Ländern sind auch digitale Plattformen am wenigsten verbreitet: Privatanleger nutzen seltener digitale Apps und Plattformen, und wenn, dann verwalten sie nur einen kleineren Teil ihres Portfolios digital.

Am anderen Ende der Skala liegen Finnland (68%), Südkorea (65%), Schweden (64%) und Brasilien (61%), wo digitale Plattformen und digitale Portfolioverwaltung deutlich verbreiteter sind.

Abb. 3: Durchschnittlicher Portfolioanteil, der über digitale Plattformen/Apps verwaltet wird

Globaler Durchschnitt **50%** Digitaler Anteil



Jüngere Anleger verwalten einen größeren Teil ihres Portfolios über digitale Plattformen: Die 21- bis 30-jährigen investieren im Durchschnitt 52% ihres Vermögens digital, die 51- bis 60-jährigen dagegen nur 43%. Unsere Befragung hat zudem einen Zusammenhang zwischen wesentlichen Verhaltensmerkmalen und dem digital verwalteten Anteil von Anlegerportfolios aufgedeckt.



Anleger, die ihre Anlageinformationen von Experten aus dem Internet, Fernsehen, Radio, sozialen Medien, Blogs oder Podcasts beziehen, verwalten rund 58% ihres Anlageportfolios digital.



ETF-Anleger nutzen nicht nur häufiger digitale Plattformen (88% gegenüber einem Durchschnitt von 77%), sondern investieren auch einen größeren Anteil ihres Portfolios auf diesen Plattformen (58%).



Anleger, die in Kryptowährungen investieren, verwalten durchschnittlich 70% ihres gesamten Portfolios über digitale Plattformen.



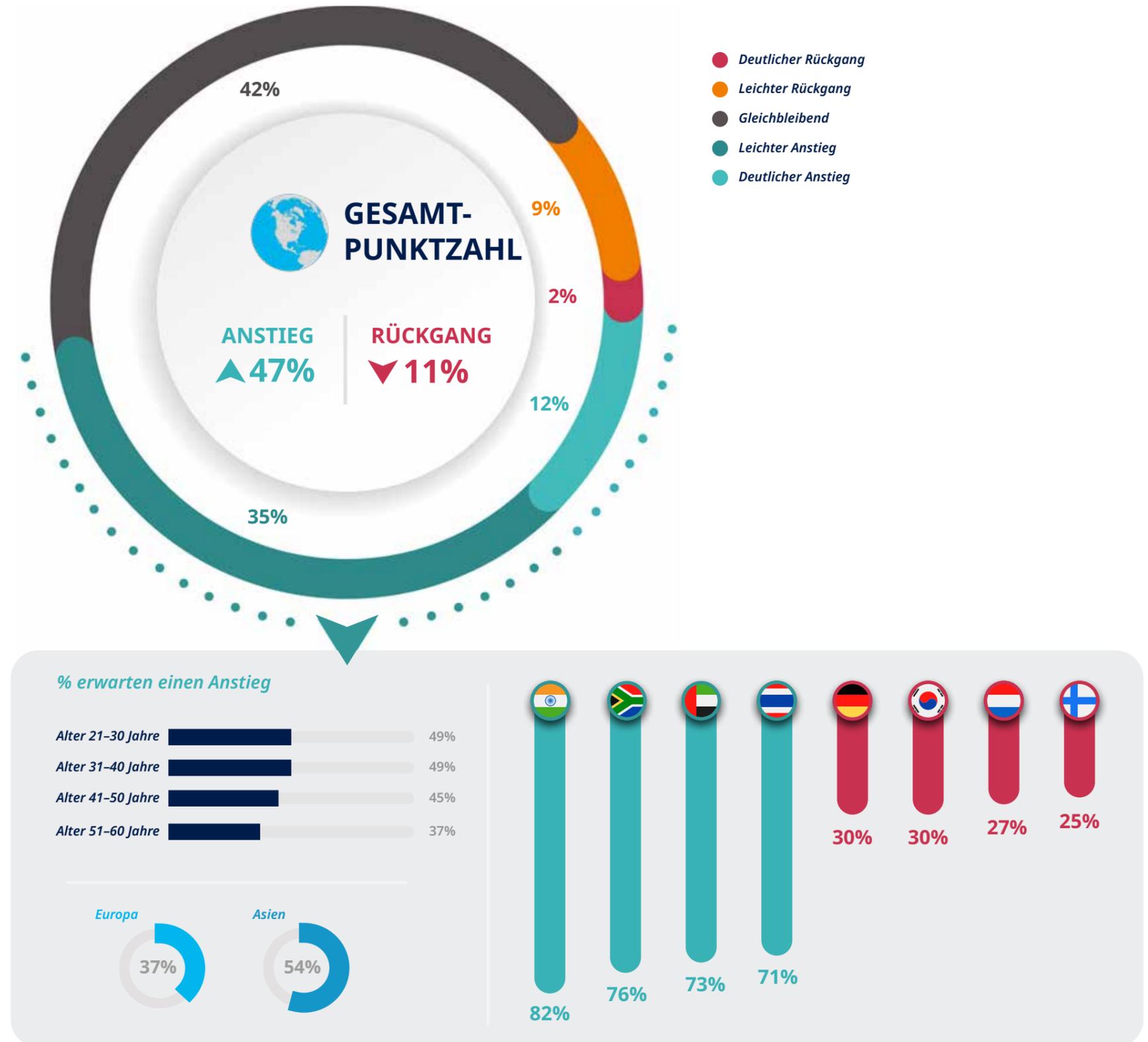
Anleger, die Robo-Berater nutzen, verwalten 59% ihres Portfolios digital.



Anleger, die noch nie eine professionelle Finanzberatung in Anspruch genommen haben, halten durchschnittlich 68% ihres Portfolios auf digitalen Plattformen; unter Anlegern, die sich professionell beraten lassen, ist die Quote mit 42% deutlich niedriger.

Die Frage ist: Was bringt die Zukunft? Unsere Studie deutet darauf hin, dass digitale Kanäle am Privatanlegermarkt weiterhin an Bedeutung gewinnen werden. Von allen Digitalanlegern weltweit geht knapp die Hälfte (47%) davon aus, in den kommenden fünf Jahren mehr ohne professionelle Beratung zu investieren als bisher. Wie aus Abbildung 4 hervorgeht, zeigen sich auch hier erhebliche Unterschiede zwischen den einzelnen Ländern, wobei außereuropäische Anleger deutlich häufiger auf professionelle Beratung verzichten wollen.

Abb. 4: Anteil der Digitalanleger, die in Zukunft mehr über Plattformen (ohne professionelle Beratung) investieren wollen



Digitale Beratung

Eine weitere Komponente des DIGI-Score ist digitale Orientierung, also inwieweit Anleger digitale Kanäle nutzen, um sich zu informieren oder Beratung in Anspruch zu nehmen. Zu den digitalen Quellen gehören unter anderem:



die Websites von Banken und Investment-Managern

soziale Medien

Experten (online, im Fernsehen oder im Radio)

digitale Beratungsservices von Plattformen und Apps



Robo-Beratung (automatisierte digitale Finanzberatung)

Finanz-Blogs

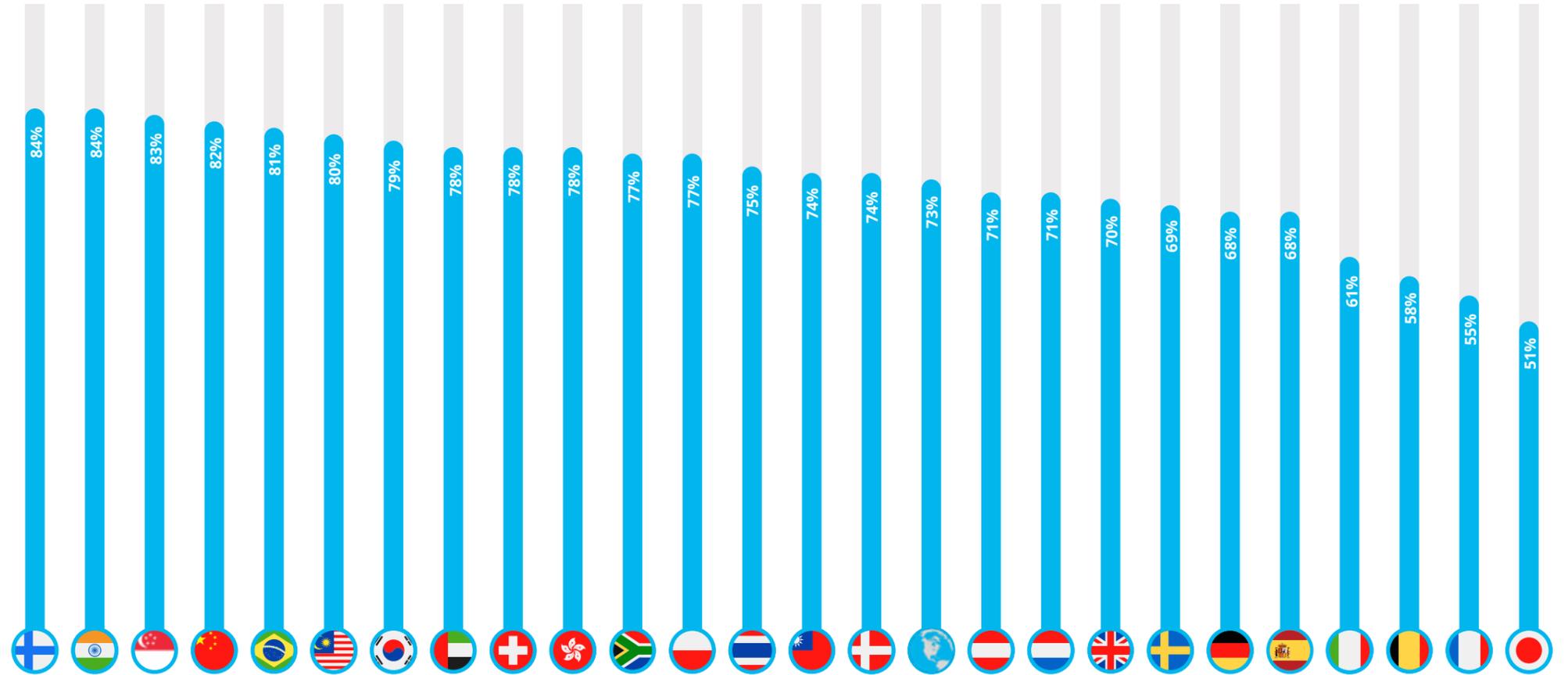
Podcasts

KI-Chatbots/ virtuelle Assistenten

Abb. 5: Anteil der Anleger, die Informationen, Orientierung oder Beratung aus digitalen Quellen beziehen

Globaler Durchschnitt
73%

Digitale
Beratung



Unsere Untersuchung zeigt, dass knapp drei von vier Privatanlegern weltweit (73%) Informationen oder Beratung über digitale Medien beziehen, wobei der Durchschnitt in Europa (69%) etwas niedriger und in Asien (76%) etwas höher ist.

Interessanterweise gehören die Websites von Investment-Managern zwar zu den am häufigsten genannten Quellen für Informationen, Orientierung oder Beratung (31%); zusammengenommen kommen Experten aus Fernsehen, Radio, Blogs, sozialen Medien und Podcasts mit 38% jedoch auf einen höheren Anteil.

Die Top-3-Quellen hinsichtlich Anlageinformationen, Beratung und Anleitung



Influencer
38%



Website ihres Investmentanbieters
31%



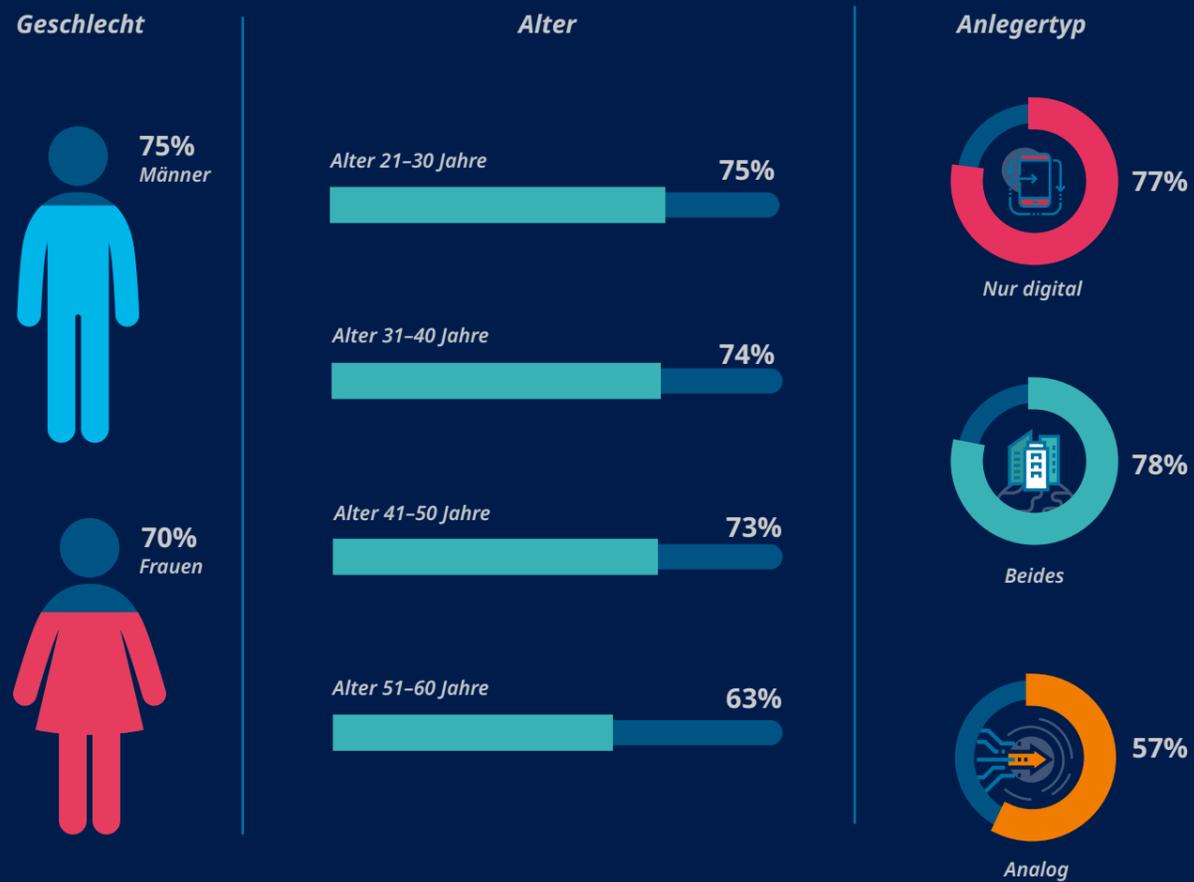
Website ihrer Bank
28%

Abgesehen von den länderspezifischen Unterschieden fallen noch zwei weitere wichtige Punkte auf:

1. Zwar nutzen Anleger im Alter von 51 bis 60 Jahren weniger häufig digitale Informations- und Beratungsquellen, dennoch ist ihr Anteil mit 63% immer noch relativ hoch und dürfte, wenn man das Verhalten der jüngeren Generationen betrachtet, im Laufe der Zeit steigen.
2. Rein „analoge“ Anleger suchen weitaus seltener über digitale Kanäle nach Informationen oder Anlageberatung und lassen sich daher wahrscheinlich auch nicht über diese erreichen.

In Teil 3 gehen wir genauer darauf ein, wie Anleger nach Informationen, Orientierung und Beratung suchen.

Nutzung digitaler Anlageinformationen, Beratung und Anleitung



Digitales Netzwerkmarketing

Die letzte Komponente des DIGI-Score ist digitales Netzwerkmarketing, also Weiterempfehlungen von Investment-Apps und -Plattformen an Familie und Freunde. Für digitale Plattformen und Apps, die wachsen wollen, sind diese Empfehlungen ein wichtiger Baustein in der Kundenakquise.

Unsere Studie zeigt, dass Empfehlungen das Verhalten von Privatanlegern nach wie vor beeinflussen.

Weltweit hat etwa die Hälfte aller Nutzer digitaler Plattformen und Apps (49%) ihren Anbieter einem Freund oder einem Familienmitglied weiterempfohlen, wobei geografische und demografische Faktoren eine wichtige Rolle spielen.

Unsere Befragung zeigt, dass Anleger aus den Vereinigten Arabischen Emiraten (72%), Südafrika (71%), Brasilien (69%) und Indien (69%) Digitallösungen besonders häufig Freunden oder Verwandten weiterempfehlen.

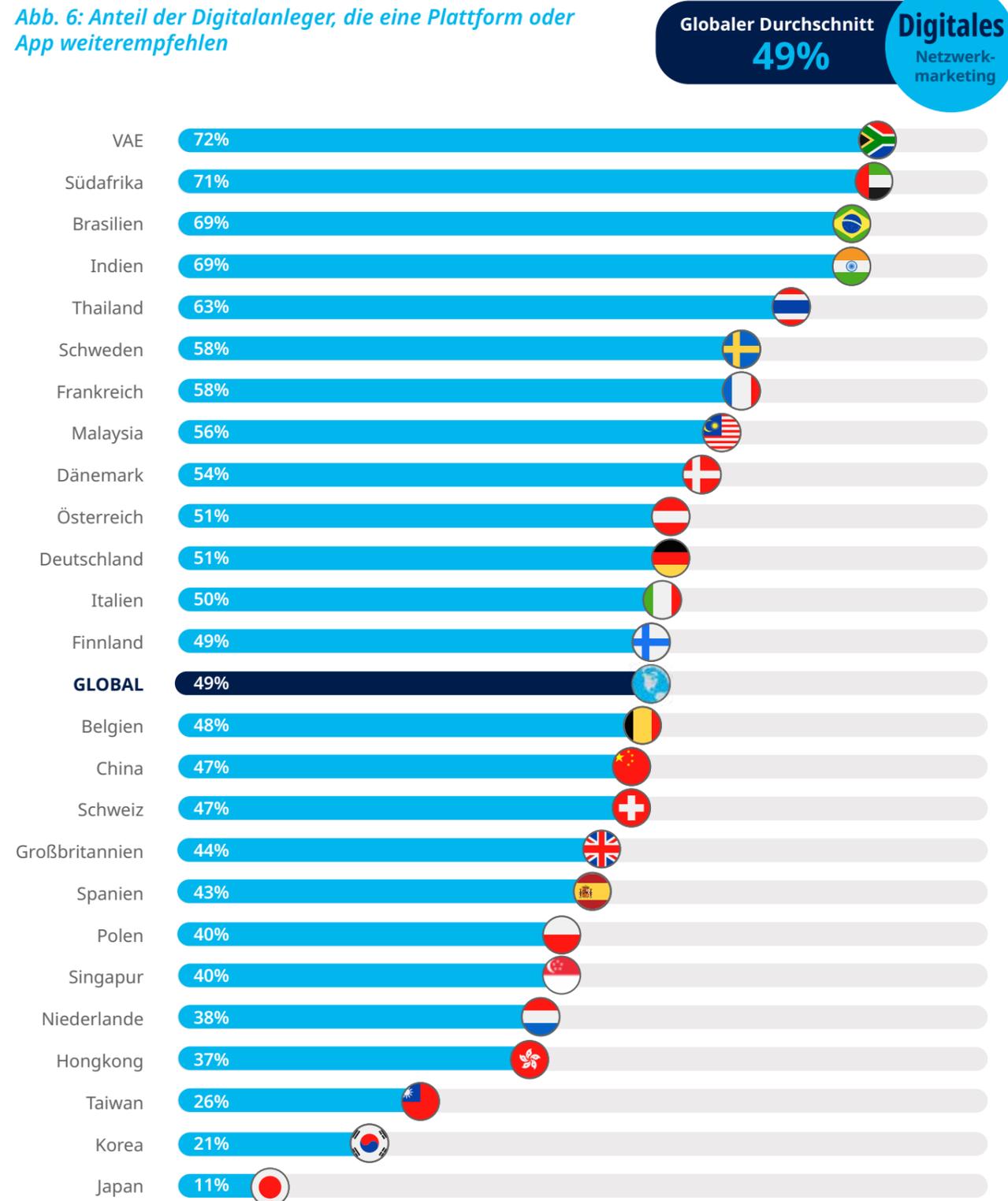
In Europa liegt Frankreich, das bei anderen DIGI-Komponenten eher unterdurchschnittlich abschneidet, im Netzwerk-Marketing zusammen mit Schweden ganz vorne (58%), in den Niederlanden (38%), Polen (40%) und Spanien (43%) ist der Anteil deutlich geringer.

Noch deutlicher sind die landesspezifischen Unterschiede in Asien: In Thailand (63%) und Malaysia (56%) ist die Wahrscheinlichkeit von Weiterempfehlungen überdurchschnittlich hoch, in Japan (11%), Südkorea (21%), Taiwan (26%) und Hongkong (37%) dagegen äußerst niedrig.

Unsere Ergebnisse zeigen auch, dass jüngere Anleger Digitalangebote häufiger weiterempfehlen.

In Teil 4 dieses Berichts gehen wir genauer darauf ein, wie Anbieter ihr Netzwerkmarketing ausbauen können.

Abb. 6: Anteil der Digitalanleger, die eine Plattform oder App weiterempfehlen



Aufschlüsselung nach Alter

55%

21-30 Jahre

49%

31-40 Jahre

44%

41-50 Jahre

33%

51-60 Jahre

TEIL 2

VORSORGE – DIE KLUFF ZWISCHEN ANSPRUCH UND WIRKLICHKEIT

Wir hoffen, dass Ihnen die Einblicke in die „Decoding Digital Investment Studie 2025“ gefallen haben.

Wenn Sie unsere Beiträge über die Lücke zwischen Rentenziel und Realität, über die Frage, wo Anleger ihre Finanzinformationen und -beratung erhalten, und über unsere Erkenntnisse zur Aktivierung inaktiver Anleger lesen möchten, kontaktieren Sie uns bitte unter client_insight@amundi.com

Vielen Dank,
Ihr Amundi Client Insights Team



Rechtliche Informationen

Dieses Material wird ausschließlich zu Informationszwecken bereitgestellt und stellt weder ein Angebot noch eine Aufforderung zum Verkauf oder Kauf von Finanzprodukten dar. Es ist nicht als Anlageberatung zu verstehen. Dieses Material wurde auf der Grundlage von Daten und Informationen erstellt, die aus Quellen stammen, von denen wir annehmen, dass sie korrekt und verlässlich sind; diese Daten und Informationen wurden nicht unabhängig überprüft. Alle in diesem Material enthaltenen Informationen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Amundi übernimmt weder eine direkte noch indirekte Haftung, die sich aus der Verwendung der in diesem Material enthaltenen Informationen ergeben könnte. Die in diesem Material enthaltenen Informationen dürfen ohne die vorherige schriftliche Genehmigung von Amundi nicht kopiert, vervielfältigt, verändert, übersetzt oder an Dritte in Ländern oder Gerichtsbarkeiten weitergegeben werden, in denen Amundi oder eines seiner Produkte einer Registrierungspflicht unterliegt oder in denen dies als ungesetzlich angesehen werden könnte. Es ist nicht dazu bestimmt, an Personen – ob qualifizierte Anleger oder nicht – aus Ländern oder Rechtsordnungen, deren Gesetze oder Vorschriften eine solche Weitergabe oder Nutzung verbieten würden, übermittelt oder von diesen genutzt zu werden. Insbesondere ist dieses Material nicht für Einwohner oder Bürger der Vereinigten Staaten von Amerika oder für „US Persons“ im Sinne der „Regulation S“ der Securities and Exchange Commission gemäß dem US Securities Act von 1933 bestimmt. Amundi ist eine französische Aktiengesellschaft (Société Anonyme) mit einem Grundkapital von 1.143.615,555 € – Finanzielle Kapitalgesellschaft – Kreditinstitut, das dem französischen Währungs- und Finanzgesetzbuch unterliegt – Hauptsitz: 91-93 boulevard Pasteur – 75015 Paris – Frankreich – Siren-Nummer: 437 574 452 RCS Paris. Die in diesem Dokument enthaltenen Informationen werden zum 01.03.2025 als korrekt betrachtet (Quelle: Amundi).