



Acht Anlegertypen statt alter Schubladen

Michael Fiedler

Alter und Vermögen reichen nach Einschätzung von Roland Berger nicht mehr aus, um Anleger sinnvoll zu segmentieren. Stattdessen identifiziert die Unternehmensberatung acht unterschiedliche Kundentypen, die sich vor allem durch Finanzwissen, Risikoverständnis, digitale Affinität und Beratungsbedarf unterscheiden.

Der klassische Blick auf Kunden greift zu kurz

Lange Zeit orientierte sich die Beratung im Retail-Banking vor allem an zwei Kriterien: Alter und Vermögen. Wer jung war, erhielt andere Angebote als ältere Kunden. Vermögende Anleger wurden intensiver betreut als Kunden mit kleineren Anlagebeträgen. Nach Einschätzung von Roland Berger stößt dieses Modell jedoch zunehmend an seine Grenzen. Wie [experten.de](https://www.experten.de) bereits berichtet hat, unterscheiden sich Anleger heute weniger nach ihrem Alter als nach ihrem Finanzwissen, ihrer digitalen Affinität, ihrem Informationsverhalten und ihrer Bereitschaft, Risiken einzugehen. Die Unternehmensberatung schlägt deshalb eine neue Form der Kundensegmentierung vor.

Acht Anlegertypen mit unterschiedlichen Bedürfnissen

Auf Grundlage einer Befragung von 1.000 Retail-Kunden identifiziert Roland Berger acht unterschiedliche Anlegerprofile. Dazu zählen digitale Vermögensaufbauer, Next-Gen-Kunden, traditionelle Familienhaushalte,

erfahrene Anleger, sicherheitsorientierte Anleger, einkommensschwache Single-Haushalte, nachhaltige Anleger sowie konsum- und renditeorientierte Anleger. Gemeinsam ist diesen Gruppen, dass sie sich nicht allein über Einkommen oder Vermögen definieren. Entscheidend sind vielmehr Fragen wie:

- Wie ausgeprägt ist das Finanzwissen?
- Welche Informationsquellen werden genutzt?
- Wie hoch ist die Risikobereitschaft?
- Welche Rolle spielt persönliche Beratung?
- Wie selbstverständlich werden digitale Angebote genutzt?

Aus Sicht der Studienautoren entstehen daraus sehr unterschiedliche Anforderungen an Banken und Berater.

Nicht jeder Kunde braucht dieselbe Beratung

Die Untersuchung zeigt beispielsweise, dass erfahrene Anleger häufig über ein breites Finanzwissen verfügen, langfristige Beraterbeziehungen schätzen und persönliche Gespräche auch künftig bevorzugen. Digitale

Vermögensaufbauer dagegen verwalten ihre Anlagen weitgehend selbst, nutzen digitale Plattformen intensiv und erwarten leistungsfähige technische Lösungen. Persönliche Beratung spielt für sie vor allem bei strategischen Entscheidungen eine Rolle. Sicherheitsorientierte Anleger wiederum investieren überwiegend in Bargeld, Tagesgeld oder Immobilien. Für sie stehen Vertrauen, Übersichtlichkeit und persönliche Ansprechpartner deutlich stärker im Vordergrund als Renditechancen.

Beratung wird individueller

Für Roland Berger ergibt sich daraus ein grundlegender Wandel der Anlageberatung. Ziel könne es künftig nicht mehr sein, jedem Kunden dieselben Produkte anzubieten. Stattdessen müssten Beratung, digitale Werkzeuge und Kommunikationswege deutlich stärker an den individuellen Bedürfnissen ausgerichtet werden. Künstliche Intelligenz könne Banken dabei unterstützen, unterschiedliche Kundentypen besser zu erkennen und Beratung wirtschaftlich zu personalisieren. Gleichzeitig bleibe der persönliche Berater insbesondere bei komplexen Finanzentscheidungen ein wichtiger Bestandteil des Betreuungsmodells.

Orientierung wird wichtiger als Produktverkauf

Nach Einschätzung der Studienautoren verschiebt sich damit auch die Rolle der Banken. Wer sich künftig erfolgreich gegenüber Neobrokern und digitalen Plattformen behaupten wolle, müsse weniger Produkte verkaufen als vielmehr Orientierung geben. Die Qualität einer Beratung entscheide sich zunehmend daran, ob sie zum Wissensstand, zur Lebenssituation und zu den Zielen des jeweiligen Kunden passe. Standardisierte Zielgruppenmodelle verlieren damit an Bedeutung – individuelle Betreuung gewinnt an Gewicht.

Ausblick: Die acht Anlegertypen im Überblick

- Digitale Vermögensaufbauer – investieren aktiv, digital und eigenständig.
- Next-Gen-Kunden – jung, kapitalmarktaffin und offen für Beratung.
- Traditionelle Familienhaushalte – diszipliniert, langfristig und vertrauensorientiert.
- Erfahrene Anleger – finanzkundig, breit diversifiziert und beratungsaffin.
- Sicherheitsorientierte Anleger – setzen auf Stabilität statt Rendite.

- Einkommensschwache Single-Haushalte – benötigen vor allem Orientierung und einfachen Zugang.
- Nachhaltige Anleger – verbinden Vermögensaufbau mit ESG-Kriterien.
- Konsum- und renditeorientierte Anleger – digital, marktnah und risikobereit.

Die unterschiedlichen Kundentypen und ihre Bedeutung für Beratung, Digitalisierung und den Einsatz künstlicher Intelligenz beleuchtet der [expertenReport](#) in einer der kommenden Ausgaben ausführlicher.

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4950733/Acht-Anlegertypen-statt-alter-Schubladen/>