

Pressemitteilung

27. März 2026

Commerzbank-Anlagestudie 2026: Deutschland spart weiterhin viel, aber investiert zu wenig

- Zweite repräsentative Erhebung der Commerzbank mit mehr als 3.200 Befragten zu Spar- und Anlageverhalten in Deutschland
- 72 % der Deutschen sparen – aber nur 40 % der Sparenden investieren in Wertpapiere
- Generation Z hebt sich ab und investiert häufiger in Wertpapiere als andere Generationen
- Privat- und Unternehmerkundenvorstand Thomas Schaufler: „Die Menschen in Deutschland verfügen über ein enormes Vermögen, doch ein großer Teil davon arbeitet nicht für seine Besitzerinnen und Besitzer.“

Die Menschen in Deutschland können einer repräsentativen Studie der Commerzbank zufolge weiterhin regelmäßig sparen. Fast drei Viertel der Menschen legen jeden Monat Geld zur Seite. Dabei setzen die meisten nach wie vor auf gering verzinste Bankprodukte, auch wenn die Beliebtheit von Wertpapieren in den vergangenen beiden Jahren von 35 auf 40 % gestiegen ist. Heraus sticht die Generation Z: Die heute 19- bis 29-Jährigen investieren häufiger in Wertpapiere als andere Generationen.

Für ihre zweite Anlagestudie „So investiert Deutschland“ ließ die Commerzbank bundesweit mehr als 3.200 Menschen vom Markt- und Sozialforschungsinstitut Ipsos zu ihrem Spar- und Anlageverhalten befragen. Folgende Altersgruppen wurden zur vergleichenden Betrachtung herangezogen: Babyboomer (Jahrgänge 1946 bis 1964), Generation X (1965 bis 1980), Millennials (1981 bis 1996) sowie die Generation Z (1997 bis 2007). Berücksichtigt wurden außerdem wieder verschiedene Einkommensgruppen, Familienstand, Geschlecht sowie unterschiedliche Bildungs- und Wohnsituationen.

Zwei Jahre nach der ersten Commerzbank-Anlagestudie zeigt sich, dass den Konjunktursorgen zum Trotz weiterhin jeder Zweite in Deutschland mit seiner finanziellen Situation zufrieden ist. Der Anteil an Sparenden ist leicht von 70 auf 72 % gestiegen – auch wenn nach wie vor fast ein Drittel der Menschen nicht spart. Der Grund: Am Monatsende bleibt kein Geld übrig. Wer genug Geld zum Sparen besitzt, favorisiert immer noch gering verzinste Tages- und Festgeldkonten oder das klassische Sparbuch. Renditestärkere Anlageformen wie Wertpapiere spielen eine nachgelagerte Rolle.

Privat- und Unternehmerkundenvorstand Thomas Schaufler: „Die Menschen in Deutschland verfügen über ein enormes Vermögen, doch ein großer Teil davon arbeitet nicht für seine Besitzerinnen und Besitzer. Nicht nur mit Blick auf die Altersvorsorge ist es wichtiger denn je, liquide Mittel gezielt zu investieren und die Chancen der Kapitalmärkte zu nutzen.“

ETFs gewinnen generationsübergreifend an Beliebtheit

Im Vergleich zur Studie von vor zwei Jahren gibt es an einigen Stellen Bewegung: Rund 40 % der Sparerinnen und Sparer entscheiden sich für den Kauf von Wertpapieren oder einen Wertpapiersparplan. 2024 waren es bundesweit nur 35 %. Aktien bleiben mit 58 Prozent weiterhin das meistgenutzte Anlageprodukt, jedoch hat die Beliebtheit von Exchange-traded Funds (ETFs) in den vergangenen zwei Jahren deutlich zugenommen: Sie ist von 40 auf 50 % gestiegen.

Verantwortlich:

Commerzbank Aktiengesellschaft
Group Communications

60261 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9353-10055

newsroom@commerzbank.com
www.commerzbank.de/konzern

Die Befragten der Babyboomer-Generation investieren mit 33 % am wenigsten in Wertpapiere, die Generationen X mit 38 % und Millennials mit 44 % schon mehr. An der Spitze findet sich die Generation Z mit 48 %. Das sind knapp 10 % mehr als der Bundesdurchschnitt. Trendthema unter den jungen Anlegerinnen und Anlegern sind mit 55 % ETFs und Exchange-traded Commodities (ETCs), gefolgt von Aktien mit 50 % und Kryptowährung mit 32 %.

Junge Generation informiert sich häufiger und vorwiegend digital

Rund 40 % der Wertpapierbesitzerinnen und -besitzer dieser Generation geben an, sich eine bis zwei Stunden pro Woche mit dem Thema Geldanlage zu beschäftigen. Bei den anderen Generationen sind es weniger als 30 Minuten. Ältere Generationen nutzen hauptsächlich klassische Informationsquellen, wie zum Beispiel ihren Bank- oder Finanzberater, Zeitungen oder das Fernsehen. Die Generation Z holt sich unter anderem auf Social Media, bei Familie und Freunden sowie der Bankberaterin oder dem Bankberater Anlagetipps.

Aus Sparerinnen und Sparern kompetente Anlegerinnen und Anleger machen

Zudem geben 64 % der Generation Z an, dass der technologische Fortschritt ihr Spar- und Anlageverhalten beeinflusst. Für diese Generation bedeutet Anlegen nicht mehr exklusives Wissen mit kompliziertem Zugang, sondern ist jederzeit verfügbar. Das hat die zweite Studie der Commerzbank erneut bekräftigt. Die Erhebung kommt außerdem zu dem wiederholten Resümee, dass der Kenntnisstand in Bezug auf Finanz- und Anlageprodukte immer noch besser sein kann. Hier unterscheidet sich die Generation Z positiv von den anderen Generationen. Auch das Geschlecht macht weiterhin einen Unterschied. Frauen sind weniger vertraut mit allen Produkten als männliche Befragte. Während 14 % der Frauen mehr als eine Stunde pro Woche für ihre Wertpapieranlage aufwenden, sind es bei Männern 36 %.

Die von der Bundesregierung geplante Einführung der Frühstartrente und des Altersvorsorgedepots kann dazu führen, sich stärker mit dem Thema Anlegen zu beschäftigen. Laut Studie halten knapp zwei Drittel der Deutschen die Frühstartrente für wichtig, und 6 von 10 Befragten würden eigene Zuzahlungen leisten, die meisten unter 50 Euro im Monat. „Die Generation Z hat beim Thema Geldanlage verstanden, dass Nichtstun keine Option ist“, sagte Thomas Schaufler. „Sie nimmt ihre finanzielle Zukunft in die Hand. Als Bank sehen wir uns hier weiter in der Verantwortung, die Bedeutung langfristiger privater Vorsorge zu betonen. Wir bleiben auch 2026 dran, aus Sparern kompetente Anleger zu machen.“

Mehr Informationen finden Sie auf unserer Konzernwebseite unter:

<https://www.commerzbank.de/konzern/was-uns-bewegt/commerzbank-als-unternehmen/2026-deutschland-spart-viel-und-investiert-zu-wenig.html>

Pressekontakt

Kathrin Ruhland +49 69 9353-45787

Christine Klich-Bender +49 69 9353-45692

Über die Commerzbank

Mit ihren beiden Geschäftssegmenten – Firmenkunden sowie Privat- und Unternehmerkunden – bietet die Commerzbank als Universalbank ein umfassendes Portfolio an Finanzdienstleistungen. Sie ist die führende Bank im Firmenkundengeschäft in Deutschland und für den deutschen Mittelstand sowie starke Partnerin von rund 24.000 Firmenkundenverbünden und begleitet mit einem Anteil von rund 30 % den deutschen Außenhandel. Mit einer Präsenz in mehr als 40 Ländern ist die Commerzbank überall dort vertreten, wo ihre Mittelstandskunden, Großunternehmen sowie institutionelle Kunden sie benötigen. Zudem begleitet die Commerzbank internationale Kunden mit einem Geschäftsbezug zu Deutschland, Österreich oder der Schweiz sowie Unternehmen aus ausgewählten Zukunftsbranchen. Mit einem angelegten Vermögen von mehr als 400 Mrd. Euro ist die Commerzbank zugleich eine der führenden Banken für Privat- und Unternehmerkunden in Deutschland. Unter der Marke Commerzbank bietet sie mit ihrem Omnikanalansatz ein umfangreiches Leistungs- und Serviceangebot: online und mobil, telefonisch und per Video im Beratungscenter sowie persönlich in ihren rund 400 Filialen. Unter der Marke comdirect bietet sie als digitale Hauptbank rund um die Uhr alle Kernleistungen und als Leistungsbroker Lösungen für das Sparen, Anlegen und Handeln mit Wertpapieren. Die polnische Tochtergesellschaft mBank S.A. ist eine innovative Digitalbank und betreut rund 5,9 Millionen Privat- und Firmenkunden überwiegend in Polen sowie in der Tschechischen Republik und der Slowakei.

Verantwortlich:

Commerzbank Aktiengesellschaft
Group Communications

60261 Frankfurt am Main
Telefon +49 69 9353-10055

newsroom@commerzbank.com
www.commerzbank.de/konzern