Pressemitteilung

Stuttgart / Frankfurt, 30. Oktober 2026

Studie zu Lebenszielen: Wie die Lebensmitte zum Wendepunkt für finanzielle Stärke und bewusste Orientierung wird

- **Finanzielle Unabhängigkeit bleibt ein wichtiges Lebensziel: Für fast ein Drittel der Deutschen gehört sie zu den drei größten unerfüllten Lebensträumen – noch vor großen Reisen (18 %) und Wohneigentum (17 %).**
- **Die Zuversicht sinkt ab Mitte 30 rapide: Während mehr als die Hälfte der Generation Z zuversichtlich ist, finanzielle Unabhängigkeit erreichen zu können, fällt dieser Anteil bei den Millennials auf 37 % und bei der Generation X auf lediglich 21 %.**
- **Inflation und Einkommen sind die größten Hürden: 37 % der Deutschen sehen steigende Lebenshaltungskosten und die Inflation als Hindernisse bei der Verwirklichung ihrer Ziele; ein Drittel führt ein unzureichendes Einkommen an.**
- **Finanzplanung bleibt die Ausnahme: Nur 10 % verfügen über einen soliden Finanzplan zur Zielerreichung und lediglich 6 % lassen sich von einer Bank oder Finanzberatung unterstützen.**

Die Deutschen starten mit großen Zielen und Zuversicht in ihre finanzielle Zukunft ins Erwachsenenleben. Besonders ausgeprägt ist dieses Vertrauen bei jungen Erwachsenen. Mit den unterschiedlichen Lebensphasen und den Anforderungen des Alltags verändert sich diese Zuversicht jedoch im Laufe der Zeit. Das zeigt eine repräsentative YouGov-Studie im Auftrag von Crédit Agricole Deutschland, die neugegründete Universalbank von Crédit Agricole für deutsche Privatkunden. So sind in der Generation Z noch 56 Prozent zuversichtlich, im Laufe ihres Lebens finanzielle Unabhängigkeit zu erreichen. Schon bei den Millennials stürzt dieser Wert jedoch auf 37 Prozent ab – und bei der Generation X sind es nur noch 21 Prozent.

Finanzielle Unabhängigkeit, Wohneigentum und Reisen sind die häufigsten Träume

Wovon die Menschen in Deutschland träumen, ist dabei über die Generationen hinweg erstaunlich stabil: In der Gesamtstichprobe nennen 30 Prozent finanzielle Unabhängigkeit als einen ihrer drei größten noch unerfüllten Lebensträume – in der Generation Z sind es 29 Prozent, bei den Millennials sind es 38 Prozent, in der Generation X 32 Prozent und bei den Babyboomern 25 Prozent. Ähnlich sieht das Bild bei den ebenfalls häufig genannten Zielen wie einer großen Reise (18 Prozent aller Befragten) und Wohneigentum (17 Prozent aller Befragten) aus.

Der Blick auf die Lebensphasen offenbart jedoch einen deutlichen Bruch zwischen Jugend und Reife, wenn es um den Glauben daran geht, ob die Ziele wirklich erfüllbar sind: So sind in der Generation Z 57 Prozent „eher zuversichtlich" oder sogar „sehr zuversichtlich", sich einmal Wohneigentum leisten oder finanzielle Unabhängigkeit erreichen zu können. Schon bei den Millennials sinkt der Glaube an das eigene Haus jedoch auf 35 Prozent. Bei der Generation X glauben nur noch 27 Prozent daran, und

bei den Babyboomern verbleiben 23 Prozent. Ähnlich verhält es sich mit der finanziellen Unabhängigkeit: Nur 37 Prozent der Millennials, 21 Prozent der Befragten aus der Generation X und 24 Prozent der Babyboomer sind optimistisch, dieses Ziel zu erreichen.

Passend dazu verstummt mit den Jahren auch das Wünschen mehr und mehr: Sagen bei der Generation Z lediglich fünf Prozent, sie hätten keine monetären Träume mehr, sind es bei der Generation X bereits elf Prozent und bei den Babyboomern fast ein Drittel (27 Prozent).

Inflation, Steuern und Gehalt: Was den Lebenszielen im Weg steht

Die Ursachen für das schwindende Vertrauen in die eigenen Pläne sind greifbar: 37 Prozent der Deutschen nennen steigende Lebenshaltungskosten und die Inflation als zentrale Barriere. Ein Drittel verweist auf ein zu niedriges Einkommen.

Vor allem die Erwerbsgenerationen spüren diese Last: 40 Prozent der Millennials und 39 Prozent der Generation X nennen steigende Lebenshaltungskosten beziehungsweise Inflation als Hindernis für die Erfüllung ihrer Träume. 23 Prozent der Millennials nennen hohe Steuern und Abgaben.

Ausgaben kürzen statt planen: Die Mehrheit steuert mit Verzicht gegen

Um gegenzusteuern, wählen viele Menschen den Weg des Verzichts: Mehr als ein Drittel schränkt die laufenden Ausgaben ein. Fast 30 Prozent parken ihr Geld unverändert auf Tages- oder Festgeldkonten. Dass die Deutschen sparen können, belegt das kürzlich veröffentlichte europäische Spar-Barometer von Crédit Agricole: Demnach weist Deutschland im Vier-Länder-Vergleich die höchste Spar-Vitalität auf.

Den Schritt nach vorn wagen jedoch die wenigsten: Nur zehn Prozent der Bürger besitzen einen festen Finanzplan für ihre Ziele, und lediglich sechs Prozent lassen sich von einer Bank oder einer Finanzberatung begleiten.

Das sollte Menschen in der Lebensmitte, die an ihrer Perspektive zweifeln, Mut machen, sagt Amir Djourabtchi, CEO von Crédit Agricole Deutschland: *„Die Lebensmitte bringt viele finanzielle Verpflichtungen mit sich, bietet aber zugleich große Chancen. Gerade Millennials und die Generation X verfügen über die Erfahrung, das Einkommen und die Zeit, ihre finanzielle Freiheit weiter auszubauen.“* Berufstätige stünden in dieser Phase auf dem Höhepunkt ihrer Erfahrung, verfügten über regelmäßige Einkommen und hätten zudem noch ausreichend Zeit bis zum Ruhestand. *„Entscheidend ist, das eigene Geld strukturiert für sich arbeiten zu lassen*“, so Djourabtchi weiter. *„Finanzplanung sollte einfach, verständlich und motivierend sein.“*

Hier setzt Crédit Agricole Deutschland an: Die als Universalbank für deutsche Privatkunden startende Bank verbindet digitale Angebote für das tägliche Banking und die Geldanlage mit persönlicher Beratung durch Expertenteams an 20 Standorten in den wichtigsten Städten Deutschlands, gestützt auf die Finanzkraft, das Fachwissen und die Kompetenzen von Crédit Agricole, einer der führenden Bankengruppen Europas.

Zur Studie: Die Daten dieser Befragung basieren auf Online-Interviews mit Mitgliedern des YouGov Panels. Im Auftrag von Crédit Agricole befragte YouGov vom 21. bis 23. Oktober 2026 insgesamt 2.072 Personen. Die Ergebnisse wurden nach Alter, Geschlecht und Region quotiert und gewichtet. Sie sind repräsentativ für die deutsche Wohnbevölkerung ab 18 Jahren. Definition der unterschiedlichen Altersgruppen: Generation Z: 18 bis 29 Jahre, Millennials: 30 bis 45 Jahre, Generation X: 46 bis 61 Jahre, Babyboomer: 62 Jahre und älter. Bei Fragen nach Zielen, Hindernissen und Strategien waren bis zu drei Mehrfachnennungen möglich; Zustimmungs- und Zuversichtswerte beziehen sich auf die aggregierten Antwortkategorien „sehr zuversichtlich“ und „eher zuversichtlich“.

Über die Crédit Agricole-Gruppe

Crédit Agricole, die neuntgrößte Bank der Welt (The Banker 2026), ist der führende Finanzier der französischen Wirtschaft und eine der führenden Banken in Europa. Mit einer Präsenz in 46 Ländern ist sie Marktführer im Privatkundengeschäft in Europa, der führende europäische Vermögensverwalter, der führende Bankversicherer in Europa und der drittgrößte europäische Akteur im Bereich Projektfinanzierung. Aufbauend auf ihren starken genossenschaftlichen und auf Gegenseitigkeit basierenden Wurzeln, ihren 160.000 Mitarbeiterinnen und

Mitarbeitern sowie den 27.165 Verwaltungsratsmitgliedern ihrer lokalen und regionalen Banken ist die Crédit Agricole Gruppe eine verantwortungsbewusste und reaktionsfähige Bank in den Diensten von 55 Millionen Kundinnen und Kunden sowie 12,3 Millionen Mitgliedern.
Dank ihres kundenorientierten Universalbankenmodells – das auf der engen Zusammenarbeit zwischen den Retailbanken und den zur Gruppe gehörenden Geschäftsbereichen basiert – begleitet die Crédit Agricole Gruppe die Projekte ihrer Kunden in Frankreich und weltweit: alltägliche Bankgeschäfte, Immobilienfinanzierungen, Konsumentenkredite, Sparprodukte, Versicherungen, Vermögensverwaltung, Immobiliengeschäft, Leasing und Factoring sowie Corporate und Investmentbanking. Darüber hinaus zeichnet sich Crédit Agricole durch eine dynamische und innovative Strategie im Bereich der Corporate Social Responsibility (CSR) aus, die geprägt ist von einer unternehmerischen Verantwortung im Sinne der Gesellschaft. Diese beruht auf einem pragmatischen Ansatz, der sich durch die gesamte Gruppe zieht und jede Mitarbeiterin und jeden Mitarbeiter einbindet.

Über Crédit Agricole Deutschland

Crédit Agricole Deutschland ist die Universalbank der Crédit Agricole Gruppe für deutsche Privatkunden. Die Bank verbindet eine digitale Kundenerfahrung mit persönlicher Beratung, lokaler Präsenz und der Expertise einer der größten Bankengruppen weltweit. Aufbauend auf mehr als 70 Jahren Marktpräsenz in Deutschland betreut die Crédit Agricole Gruppe hier bereits rund eine Million Kunden. Crédit Agricole Deutschland verfügt über rund 700 Mitarbeitende und bietet Lösungen für Sparen, Vermögensaufbau und das tägliche Bankgeschäft. Kundinnen und Kunden können zudem auf Expertenteams an 20 Standorten in den wichtigsten Städten Deutschlands zurückgreifen.

Pressekontakt Crédit Agricole Deutschland

Silke Maaß – presse@credit-agricole.de
PR Agentur – fischerAppelt – sarah.malik@fischerappelt.de

Pressekontakt Crédit Agricole Gruppe

Alexandre Barat – alexandre.barat@credit-agricole-sa.fr
Mathilde Durand – mathilde.durand@credit-agricole-sa.fr