

Erwerb von Finanzwissen: Mehrheit der Deutschen setzt auf Eigenverantwortung

- **Rund die Hälfte der Befragten sieht Bundesregierung in der Pflicht, über das Thema Geld zu informieren**

Nürnberg, 12. September 2019

Selbst ist der Mann oder die Frau: Wenn es darum geht, sich zum Thema Finanzen zu bilden, sieht die absolute Mehrheit der Deutschen zuerst jeden einzelnen Bürger in der Verantwortung. Eigenverantwortliches Handeln halten 72 Prozent der Bundesbürger hier für geboten. 68 Prozent sind der Ansicht, dass es auch Aufgabe der Eltern sei, in Geldfragen Wissen an ihre Kinder weiterzugeben. 61 Prozent sind der Meinung, die Schulen müssten auf diesem Gebiet aktiv werden. Das sind Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Studie „Liquidität 50Plus“, für die das Marktforschungsinstitut Forsa 1.001 Bundesbürger befragt hat.

Wissen in Finanzfragen zu vermitteln, ist für rund die Hälfte der Befragten auch eine Aufgabe der Bundesregierung. Einen ähnlichen Wert erreichen Banken. Auch sie sollen nach Meinung der Bundesbürger zu Themen wie Börse, Geldanlage und Versicherungen informieren. „Geringes Wissen in Finanzfragen ist sowohl für den Einzelnen als auch für unsere Volkswirtschaft gefährlich“, sagt Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG. „Die von der TeamBank gegründete unabhängige Stiftung ‚Deutschland im Plus‘ setzt sich daher in Deutschland und Österreich aktiv für die Vermittlung finanzieller Allgemeinbildung ein.“

Jüngere setzen auf die Lehrer

Ein Unterschied zeigt sich beim Wissenserwerb zwischen den einzelnen Generationen. Für die Generation 50Plus ist in erster Linie jeder Bürger selbst verantwortlich, sich das notwendige Finanzwissen anzueignen. 73 Prozent der Befragten in dieser Altersgruppe vertreten diese Meinung. Bei den unter 30-Jährigen fällt der Anspruch an den Einzelnen etwas schwächer aus: Lediglich 66 Prozent und damit sechs Prozentpunkte weniger als bei den Älteren sprechen sich dafür aus, dass sich jeder Deutsche individuell in Finanzfragen bilden sollte. Die Befragten zwischen 18 und 29 Jahre schreiben hingegen Schulen eine vergleichsweise hohe Verantwortung zu: 71 Prozent wollen, dass Lehrer Schüler in Geldfragen unterrichten, nur 54 Prozent der Älteren erachten das als eine gute Idee.

Geeignete Angebote zum Aufbau von Finanzwissen sind für den Großteil der Befragten Informationen von Verbraucherorganisationen wie Verbraucherzentralen oder Stiftung Warentest. 86 Prozent halten diese für „eher“ oder „sehr geeignet“. Auf

Pressekontakt

Andrea Brinkmann
T +49 (0) 911 / 53 90-38 04
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de

dem zweiten Rang folgt mit 83 Prozent die Wissensvermittlung durch Fachleute in Schulen, gefolgt von Weiterbildung in Unternehmen zum Beispiel zum Thema Altersvorsorge mit 79 Prozent. Unterschiede zwischen den Generationen zeigen sich vor allem bei den zur Wissensbeschaffung genutzten Medien. Jüngere halten Wirtschaftszeitungen für geeigneter als Fernsehen – mitnichten setzen sie vor allem auf digitale Medien. Die Älteren finden dagegen Ratgebersendungen im TV hilfreicher als Printmedien.

Eine Infografik zur Studie steht unter <https://www.teambank.de/medien/presse/> zur Verfügung.

Hintergrundinformationen:

Die Studie „Liquidität 50Plus“ untersucht Liquidität und Konsumverhalten der Generation 50Plus im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung. Im Frühjahr 2019 befragte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der TeamBank AG 1.001 Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren. Die Interviews der repräsentativen Bevölkerungsbefragung wurden mit der Methode des Computer Assisted Telephone Interview (CATI) durchgeführt. Zusammen mit der Befragung wurde das TeamBank-Liquiditätsbarometer ermittelt, welches die Stimmung zur finanziellen Situation der Bundesbürger erfasst.

Kurzprofil:

Die TeamBank AG ist mit der Produktfamilie easyCredit der Experte für Liquiditätsmanagement in der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Durch die Bereitstellung und Vernetzung innovativer Produkte und Services erhalten die Kunden einfach, überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität. Wichtige Elemente des digitalen Ökosystems sind zum Beispiel der Ratenkredit easyCredit und das medienbruchfreie Bezahlverfahren ratenkauf by easyCredit.

Kurzprofil Stiftung "Deutschland im Plus":

Die Stiftung "Deutschland im Plus" engagiert sich für die private Überschuldungsprävention in Deutschland. Zu ihren Aufgaben zählen Bildungsmaßnahmen für Schüler, Bereitstellung von Informationen, Forschungsförderung sowie konkrete Beratung für Hilfesuchende. Mehr Informationen unter: www.deutschland-im-plus.de

Pressekontakt

Andrea Brinkmann
T +49 (0) 911 / 53 90-38 04
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de