

Pressemitteilung der SCHUFA Holding AG

Jugendliche bemängeln fehlende Finanzbildung während Pandemie

Der Wunsch nach mehr Finanzbildung – besonders an allgemeinbildenden Schulen – ist groß // Deutlicher Rückgang der Wissensvermittlung während der Pandemie // Jugendliche und junge Erwachsene zeigen mehrheitlich konservative Einstellungen zum Umgang mit Geld // Fast die Hälfte nutzt Buy Now Pay Later-Angebote

Wiesbaden, 28. Juni 2022 – Jugendliche und junge Erwachsene wünschen sich mehr Finanzbildung an Deutschlands Schulen. Besonders an den allgemeinbildenden Schulen ist die Nachfrage groß. 93 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben an, dass die Themen Geld und Finanzen bereits in der Schule ausführlich vermittelt werden sollten. Das ist ein Ergebnis des W²Jugend-Finanzmonitors, einer Umfrage im Auftrag der SCHUFA-Bildungsinitiative WirtschaftsWerkstatt.

Lediglich ein Viertel der Jugendlichen und jungen Erwachsenen gibt an, das Finanzwissen aus dem Schulunterricht zu haben – das entspricht einem Rückgang um 13 Prozentpunkte im Vergleich zur Zeit vor der Covid-19-Pandemie (2018, 2019: 38 Prozent). Bei Auszubildenden sieht es besser aus: 51 Prozent der Befragten geben an, dass sie ihr Wissen zu Geldthemen in der Berufsschule erworben haben.

Jugendliche attestieren sich selbst Lücken beim Finanzwissen

Der Wunsch nach mehr Finanzwissen geht einher mit einer eher durchschnittlichen Selbsteinschätzung der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zum eigenen Kenntnisstand. Auf einer Schulnoten-Skala von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) bewerten sie ihr Wissen zu Finanzthemen im Durchschnitt nur mit einer 3,3. Am besten informiert fühlen sich die Befragten noch zum Abschluss eines Mobilfunkvertrags sowie zur Eröffnung eines Girokontos, dies bewerten sie mit 2,6 bzw. 2,8 und damit gerade noch als gut. Als befriedigend schätzen die Jugendlichen ihr Wissen zu Mietverträgen und verschiedenen Formen der Geldanlage ein, etwa Tagesgeldkonten, Sparbücher, Aktien oder Investmentfonds. Eine Durchschnittsnote von 4 oder schlechter geben sich die Jugendlichen und jungen Erwachsenen hinsichtlich ihres Wissens und ihrer Fähigkeiten bei der Aufnahme eines Kredits (4,1), dem Abschluss eines Vertrags zur Altersvorsorge (4,3) und für den Bereich Immobilienkredite (4,6).

Auffällig: Männliche Jugendliche bewerten ihren eigenen Informationsstand bei Finanzthemen durchschnittlich deutlich besser (2,9) als weibliche Jugendliche (3,6). Ein ähnliches Bild zeigt sich in der Elterngeneration. Männer bewerten ihr Wissen durchschnittlich mit der Note 2,8, Frauen hingegen mit der Note 3,3.

„Das Wissen über den Umgang mit Geld ist ein ganz wichtiger Faktor, um unabhängig und abgesichert durchs Leben zu gehen. Die gute Nachricht ist: Die Jugendlichen interessieren sich für die Themen Geld und Finanzen. Jetzt müssen sie einen besseren Zugang zu Finanzbildung bekommen“, sagt Ole Schröder, Vorstand der SCHUFA Holding AG. „Das ist auch eine Frage der Chancengerechtigkeit. Wer von zu Hause keine Starthilfe für das Wissen rund um Finanzen und Geld erhält, ist auf gute Bildungsangebote in der Schule oder in der Freizeit umso mehr angewiesen.“

Junge Erwachsene zeigen eher konservative Einstellungen zu Geld

In ihren Einstellungen zum Umgang mit Geld unterscheiden sich die Jugendlichen kaum von der Elterngeneration, wie der Jugend-Finanzmonitor zeigt. Nahezu alle Jugendlichen (99 Prozent) stimmen voll und ganz sowie eher zu, dass ein finanzielles Polster wichtig sei, um auf einen Notfall vorbereitet zu sein. 94 Prozent der jungen Erwachsenen achten darauf, dass ihr Konto nicht ins Minus rutscht und finden regelmäßiges Sparen wichtig.

Acht von zehn Jugendlichen und jungen Erwachsenen geben zudem an, einen guten Überblick über die eigenen Einnahmen und Ausgaben zu haben (86 Prozent), mit ihrem Geld jeden Monat sehr gut auszukommen (86 Prozent) sowie dass man sich nur etwas Neues leisten könne, wenn man das Geld dafür gespart hat (85 Prozent). Ratenkredite hält nur gut ein Drittel der Jugendlichen für eine gute Möglichkeit, um größere Anschaffungen zu finanzieren.

Demgegenüber steht jedoch der Trend, dass Jugendliche und junge Erwachsene zunehmend neue Kreditformen nutzen. Nahezu die Hälfte (44 Prozent) aller Befragten hat bereits sogenannte „Buy Now Pay Later“-Angebote (BNPL) genutzt, bei denen im Internet gekaufte Ware erst später bezahlt werden muss. 40 Prozent der Befragten gaben hierbei an, schon mal die Bezahlfrist vergessen und eine Mahnung erhalten zu haben. 18 Prozent dieser Gruppe geben an, dass fehlendes Geld der Grund war, warum sie die Rechnung nicht bezahlt haben.

Junge Erwachsene wollen häufiger mit dem Smartphone zahlen

Im Zahlungsverhalten setzt sich der Trend der vergangenen Jahre fort: 83 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen möchten mehr Möglichkeiten zum kontaktlosen Bezahlen mit EC- und Kreditkarte – ein Anstieg von mehr als 30 Prozentpunkten im Vergleich zu den Jugend-Finanzmonitor-Ergebnissen im Jahr 2019. Das bargeldlose Bezahlen hat durch die Covid-19-Pandemie einen erheblichen Schub bekommen.

Ebenso gestiegen ist der Anteil derer, die sich mehr Möglichkeiten wünschen, mit dem Smartphone zu bezahlen (53 Prozent). Der Anteil Jugendlicher, die lieber bar als mit EC- oder Kreditkarte bezahlen, ist geringfügig zurückgegangen, um drei Prozentpunkte auf nun 37 Prozent. Leicht gestiegen ist der Anteil der Nutzerinnen und Nutzer, die mit ihren Banking-Apps auf dem Smartphone Bankangelegenheiten erledigen, die über das Ablesen des Kontostandes hinausgehen. Derzeit geben 69 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen an, eine Banking-App zu nutzen.

Aber: Bargeld bleibt. Drei Viertel der Jugendlichen (74 Prozent) sind gegen die schrittweise Abschaffung des Bargelds.

Der W²-Jugend-Finanzmonitor: Indikator für Konsumverhalten und Finanzkompetenz der jungen Generation

Zum fünften Mal in Folge ist der W²-Jugend-Finanzmonitor der WirtschaftsWerkstatt erschienen. Im Mai 2022 befragte das Meinungsforschungsinstitut Forsa im Auftrag der SCHUFA in einer repräsentativen Stichprobe mehr als 1.000 Jugendliche und junge Erwachsene zwischen 16 und 25 Jahren zu ihrem persönlichen Finanz- und Konsumverhalten. Ergänzt wurde das Panel der Studie um 500 Erwachsene zwischen 40 und 55 Jahren – damit ermöglicht der Jugend-Finanzmonitor den Vergleich mit der Elterngeneration. Der Fokus der Studie liegt auf den Themen finanzielle Situation, Finanz- und Konsumverhalten sowie auf Finanzkompetenz von Jugendlichen.

Pressestelle:

SCHUFA Holding AG
Robert von Heusinger
Sabine Bernstein
Anna-Lena Rawe

Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden

Tel.: +49 611 - 92 78-888
Fax: +49 611 - 92 78-887
E-Mail: presse@schufa.de

Die SCHUFA – Wir schaffen Vertrauen

Die Schutzgemeinschaft für allgemeine Kreditsicherung - SCHUFA - ermöglicht Menschen, unkompliziert, sicher und günstig ihre finanziellen Wünsche zu erfüllen. Wir arbeiten dafür, dass Menschen bequem und schnell Geschäfte tätigen können und Unternehmen ihnen Vertrauen schenken – ohne sie persönlich zu kennen. Wir reduzieren für Anbieter von Krediten, Waren und Dienstleistungen die Risiken eines Zahlungsausfalls, was mehr Geschäfte zu guten Konditionen möglich macht. So unterstützen wir Wachstum und Wohlstand in Deutschland.

Die SCHUFA ist ein wichtiger Teil unserer Wirtschaft. Mit modernster Technologie analysieren und bewerten wir über 300.000 Anfragen täglich. So schaffen wir es, die Wünsche von Verbraucherinnen und Verbrauchern mit den Sicherheitsbedürfnissen von Anbietern zusammenzubringen.

Wir erstellen Bonitäts-Scores und bieten Lösungen an, mit denen sich Menschen und Unternehmen vor Identitätsdiebstahl und Betrug schützen können. Wir leisten einen wichtigen Beitrag zur Geldwäscheprävention und helfen den daraus resultierenden volkswirtschaftlichen Schaden zu begrenzen.

Die SCHUFA beschäftigt an insgesamt sieben Standorten rund 900 Mitarbeiter und erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2021 rund 249 Millionen Euro Umsatz.

Das SCHUFA Engagement

Die SCHUFA hat ihr gesellschaftliches Engagement in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut und trägt damit zu einer transparenten Finanzkultur und Überschuldungsvorsorge in Deutschland bei. Als Informationsdienstleister für Wirtschaft und Verbraucher stehen vor allem die Themen Aufklärung und Datenschutz im Mittelpunkt vieler Projekte. Die wichtigsten Projekte im Überblick: Der jährliche erscheinende [SCHUFA Kredit-Kompass](#) beleuchtet die Konsumkompetenz und das Kreditverhalten der deutschen Bürger. Der SCHUFA-Verbraucherbeirat diskutiert aktuelle Verbrauchertemen und entwickelt daraus Handlungsempfehlungen für die SCHUFA. Der SCHUFA Ombudsmann kümmert sich als neutrale Schlichtungsstelle um die Belange der Verbraucher. Mit der Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt - Nimm deine Finanzen in die Hand“ und „SCHUFA macht Schule“ engagiert sich die SCHUFA für die Ausbildung von Finanzkompetenz bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.