



Dr. Michael Kemmer, Hauptgeschäftsführer und Mitglied des Vorstands, Bundesverband deutscher Banken, Berlin

Jugendstudie 2015 „Wirtschaftsverständnis, Finanzkultur und Digitalisierung“

Berlin, 22. Juli 2015

Es gilt das gesprochene Wort!

Meine Damen und Herren,

herzlich willkommen zu dieser Pressekonferenz beim Bankenverband. Wie Sie ja wissen, dreht sich bei den Banken gerade vieles um das Thema Digitalisierung. Daher passt es gut, dass wir heute auch eine Online-Pressekonferenz anbieten. Ich darf also nicht nur Sie, sondern auch alle zugeschalteten Medienvertreter herzlich begrüßen.

Eine Anmerkung vorneweg: Die Jugendstudie, die wir Ihnen heute vorstellen, ist seit 2003 unsere inzwischen fünfte Studie dieser Art. Sie ist selbstverständlich wieder repräsentativ für die in Deutschland lebenden 14- bis 24-Jährigen. Die Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Nürnberg hat dafür Anfang Juni 651 Jugendliche und junge Erwachsene in unserem Auftrag telefonisch befragt.

Meine Damen und Herren,

es wird Sie nicht überraschen, dass wir den Aspekt Digitalisierung auch in unserer Jugendstudie näher beleuchtet haben und wenn ich Ihnen jetzt beschreibe, wie die Jugend „tickt“, dann lassen Sie mich eines schon vorwegnehmen: Es ist eine sehr internetaffine, „digitalisierte“ Jugend. Doch dazu später mehr. Zunächst möchte ich kurz auf die Lebenssituation der jungen Leute heute eingehen. Von wem reden wir eigentlich, wenn wir von „der“ Jugend sprechen.

- **1. Lebenssituation der Jugend 2015**

Bei den 14- bis 24-jährigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen handelt es sich zunächst einmal um eine **zufriedene Generation! 93 %** geben an, mit ihrem Leben zufrieden zu sein, nur 6 % sind nach eigenen Angaben unzufrieden. Aber die jungen Menschen sind nicht nur zufrieden, sie sind

auch sehr **optimistisch**. Mit fast 9 von 10 Befragten blickt die übergroße Mehrheit zuversichtlich in die Zukunft. (Chart 1)

Optimismus herrscht ebenso in beruflicher Hinsicht: 63 % sehen für sich „gute“ und weitere 27 % sogar „sehr gute“ berufliche Chancen. Das ist vor dem Hintergrund der demografischen Entwicklung mit dem schon teilweise heute beobachtbaren Arbeitskräftemangel eine sicher nicht ganz unberechtigte Erwartung.

Auch die wirtschaftliche Lage – sowohl die des Elternhauses als auch die eigene – wird von den jungen Befragten überwiegend als gut beurteilt: 7 von 10 bewerten die wirtschaftliche Lage des Elternhauses und 6 von 10 die **eigene wirtschaftliche Lage** als „gut“. Ein Viertel stuft die **finanzielle Situation der Eltern** als „teils gut, teils schlecht“ ein; mit Blick auf die eigene Finanzlage sagt das ein Drittel. (Chart 2)

Das können wir auch mit konkreten Beträgen unterlegen: Im Gesamtdurchschnitt haben die Befragten gut **600 € im Monat zur Verfügung**. Das variiert natürlich stark **nach Alter und Lebenssituation**. Bei den 14- bis 17-Jährigen sind es durchschnittlich rund 120 €, bei den 18- bis 20-Jährigen bereits 460 € und bei den 21- bis 24-Jährigen 1.160 €. (Chart 3)

Woher kommt das Geld? **Im Wesentlichen von Eltern und Verwandten (44 %); drei Viertel (76 %) der Befragten wohnen auch noch zu Hause bei den Eltern. Ein Drittel bezieht bereits Einkommen** aus einer Berufstätigkeit oder Lehre (32%), 14% aus einem Job oder Nebenverdienst. Rund die Hälfte der jungen Befragten (51 %) geht übrigens noch zur Schule. (Chart 4)

Soweit die Kurzbeschreibung der Generation, mit der wir es hier zu tun haben. Bei allen Problemen, die junge Menschen heute natürlich auch haben, und die ich keinesfalls ignorieren oder kleinreden möchte, muss man doch sagen: Sie sind ganz überwiegend zufrieden und optimistisch und – zumindest im Durchschnitt – materiell gut ausgestattet.

• 2. Internetnutzung und Digitalisierung

Und sie sind äußerst internetaffin – was auf dem ersten Blick wenig erstaunt. Überrascht war ich aber davon, dass von den 14- bis 17-Jährigen, die wir befragt haben, fast alle – nämlich 98 % - ein Smartphone oder einen Tablet-PC haben. In dieser jüngeren Altersgruppe sind dies interessanterweise mehr als bei den 18- bis 24-Jährigen. (Chart 5)

Wahrscheinlich haben Sie es gelesen und/oder journalistisch begleitet: Kürzlich hat eine Studie im Auftrag des Bundesfamilienministeriums herausgefunden, dass bereits Drei- bis Achtjährige im Internet surfen.

Unsere Ergebnisse schließen hier für eine etwas ältere Altersgruppe fast nahtlos an: Die heutige Jugend, die mit dem Internet groß geworden ist, nutzt dieses in ihrer **übergroßen Mehrheit (Jugendliche 90 %; junge Erwachsene 94 bzw. 77 %) täglich** (Chart 6). Es ist für sie heute ein selbstverständlicher und nicht mehr wegzudenkender Teil ihres Lebens geworden.

Das Internet und die damit einhergehenden digitalen Nutzungsmöglichkeiten stehen für zeitliche Flexibilität, Mobilität und Globalität insgesamt – und all das ist zu einem **Identifikationsmerkmal, mitunter auch Statussymbol (hier denke man an Bedeutung des Smartphone) der jungen Generation geworden**. Wer eigene Kinder im Alter unserer Befragten hat, wird das bestätigen können.

Digitalisierung ist bei jungen Leuten ein absolutes Positiv-Thema. **Nahezu drei Viertel der 14- bis 24-Jährigen (73 %) sehen in Internet und Digitalisierung Vorteile für die Gesellschaft, für sich persönlich sogar 85 %**. (Chart 7)

Man könnte meinen, dass diese „digitalisierte“ Jugend eine freigiebige Nutzung des Internets pflegt, ich denke dabei an Facebook, WhatsApp und Instagram, das Austauschen von Fotos und

Infos.

Wenn man den Aussagen der Jugendlichen und jungen Erwachsene glaubt, sind sie in ihrer Mehrheit allerdings keineswegs unkritische oder sorglose Internetnutzer. **Im Gegenteil: 9 von 10 der Befragten** geben an, dass ihnen die **Sicherheit ihrer persönlichen Daten im Netz „sehr wichtig“** (63 %) oder zumindest „wichtig“ (28 %) sei. (Chart 8)

Dabei sind sie sich des Risikos eines Missbrauchs ihrer persönlichen Daten im Netz durchaus bewusst. 6 von 10 jungen Leuten (63 %) gaben an, ein „ungutes Gefühl“ zu haben, wenn sie persönliche Daten wie Name, Adresse oder Telefonnummer im Internet – beispielsweise bei einer Bestellung – angeben müssen. Jeder Zehnte vermeidet aus Angst vor einem Datenmissbrauch gar die Angabe solcher Daten (Chart 9). Das zeigt: Auch junge Leute sind mit Blick auf das Thema Datensicherheit durchaus sensibel.

Das Internet dient den jungen Leuten vor allem zum sozialen Austausch (89 % nutzen es, um Kontakte zu pflegen bzw. zu knüpfen – 92 % nutzen es, um E-Mails zu schreiben und zu lesen). 83 % informieren sich im Internet, indem sie etwa Zeitung lesen oder Informationsportale besuchen. **Immerhin mehr als ein Drittel (35 %) betreibt bereits Online-Banking.** (Chart 10)

Drei Viertel der Befragten nutzen das Internet zum Einkaufen. Die Datenschutzerklärung liest allerdings nicht einmal ein Viertel der Befragten (Chart 11). Ich wage aber einmal die Behauptung, dass dies bei Erwachsenen nicht viel anders aussieht.

Besonders spannend für uns Banken ist die Frage: Wie bezahlen die Jugendlichen ihre Online-Einkäufe? Das Ergebnis: 22 % nutzen meistens Paypal, jeweils 14 % überweisen das Geld lieber bzw. bezahlen auf Rechnung. 10 % der Befragten nutzen die Lastschrift.

Diese Aufteilung wird sich in Zukunft sicher stark verändern. Sie wissen vermutlich, dass die privaten Banken gemeinsam mit anderen Teilen der Kreditwirtschaft noch in diesem Jahr mit paydirekt ein neues Online-Bezahlverfahren einführen. Die Banken setzen dabei auf ein schnelles, einfaches und sicheres Bezahlverfahren, das von Beginn an Millionen von Bankkunden zur Verfügung stehen wird. Convenience steht dabei an erster Stelle, ohne aber Abstriche bei Sicherheit und Datenschutz zu machen.

• 3. Jugend und Wirtschaft

Die Zahlen zum Online-Shopping zeigen: **Junge Konsumenten sind heute nicht nur in der „analogen“, sondern auch der „digitalen“ Wirtschaft aktiv.** Wie aber steht es mit dem Interesse der Jugendlichen an der Wirtschaft generell, und wie ist es um die ökonomischen Kenntnisse der heutigen Jugend bestellt?

Die gute Nachricht: Das Interesse an Wirtschaft hat wieder deutlich zugenommen. Rund ein Drittel (34 %) der Jugendlichen und jungen Erwachsenen zeigt ein starkes oder sehr starkes Interesse an wirtschaftlichen Themen (Chart 12). Das ist ein deutlicher Anstieg gegenüber 2012, als sich nur 22 % der Befragten für Wirtschaftsthemen interessierten. Damals hatten die komplexen und für viele nur schwer verständlichen Negativthemen im Zusammenhang mit der Finanzmarktkrise möglicherweise nachteilig auf das Wirtschaftsinteresse der jungen Generation durchgeschlagen.

Konkrete Informationen darüber, „wie Wirtschaft funktioniert“, wünschen sich zwei Drittel (67 %) der Befragten – und sie erwarten sie vor allem von den **Schulen** (57 %) und den **Medien** (56 %). Nur jeweils 20 % gehen davon aus, dass die Eltern oder die Banken ihnen dieses Wissen vermitteln. (Chart 13)

Dementsprechend wünscht sich auch die große Mehrheit (81 %) mehr „Wirtschaft in der Schule“ (Chart 14) **und ein eigenes Schulfach Wirtschaft (73 %) (Chart 15).** Ganz zu Recht, wie ich finde.

Denn nur wer die alltäglichen wirtschaftlichen Vorgänge um sich herum versteht, kann sein Leben eigenverantwortlich gestalten und als mündiger Verbraucher sinnvolle Konsum- und Anlageentscheidungen treffen. Dass diese mitunter sehr komplex sein können, muss ich nicht weiter betonen.

Als sich der Bankenverband vor fast 30 Jahren dem Thema ökonomische Bildung zuwandte, stand er mit seiner Forderung nach ‚mehr Wirtschaft in der Schule‘ nahezu alleine da. **Das hat sich erfreulicherweise geändert und auch die Politik hat in den letzten Jahren mehr und mehr erkannt, wie wichtig es ist, jungen Menschen schon frühzeitig ökonomische Sachverhalte zu vermitteln.**

Zudem haben die zahllosen Aktivitäten privater Initiativen, Unternehmen und Verbände über viele Jahre doch zu einem atmosphärischen Wandel in Politik, Gesellschaft und Schulen geführt. Und in der Folge hat sich auch etwas getan: In den Schulen spielen wirtschaftliche Inhalte eine größere Rolle und die Bedeutung der ökonomischen Bildung insgesamt hat zugenommen. Es gibt auch positive politische Entscheidungen, wie das Beispiel Baden-Württemberg zeigt. Dort soll es ab dem nächsten Schuljahr ein Schulfach Wirtschaft geben.

Die bundesweite Einführung eines verpflichtenden Fachs dieser Art, für die wir uns seit Jahren einsetzen, ist jedoch weiterhin nicht in Sicht. Dabei weist das **Wirtschaftswissen der jungen Leute noch immer bedenkliche Lücken** auf, auch wenn sich die Wirtschaftskennnisse seit unserer letzten Jugendstudie 2012 deutlich verbessert haben.

So zeigt ein auf sieben Wissensfragen basierender Index, dass **vier von zehn jungen Befragten (39 %) schlechte (28 %) oder sehr schlechte (11 %) Kenntnisse** in diesem Bereich haben. (Chart 16)

Lassen Sie mich hier drei Beispiele herausgreifen: Weniger als die Hälfte der Befragten (47 %) wusste, dass die Europäische Zentralbank für die Sicherung der Preisstabilität in der Euro-Zone verantwortlich ist. Rund acht von zehn Befragten wissen zwar, was eine Aktie ist, allerdings konnte nur vier von zehn den Begriff „Rendite“ richtig erklären. (Chart 17) „Von dem, was an der Börse geschieht“, geben sechs von zehn Jugendlichen und junge Erwachsenen unumwunden zu, haben sie keine Ahnung. (Chart 18)

Sie sehen also: Es besteht hier weiterhin **konkreter Handlungsbedarf** und ich hoffe, dass der von mir vorhin erwähnte atmosphärische Wandel dazu führt, dass wir bald auch von einem wirklichen Paradigmenwechsel sprechen können.

Es gibt zwar zurecht Diskussionen um eine Ökonomisierung (zu) vieler Lebensbereiche beziehungsweise der ganzen Gesellschaft. Aber unabhängig davon, wie man diese Entwicklung persönlich bewertet – wir müssen die jungen Leute mit dem **notwendigen Rüstzeug ausstatten**. Wir haben ja alle noch die Aussage der Schülerin Naina in Erinnerung: „Ich bin fast 18 und habe keine Ahnung von Steuern, Miete oder Versicherungen“. Sie hat mit ihrem Tweet eine beachtliche Diskussion über die Lerninhalte an deutschen Schulen ausgelöst.

Hier geht es gerade auch um Finanzinformationen, die uns als Banken natürlich besonders wichtig sind. Die **jungen Menschen müssen gewappnet sein, um als „mündiger Verbraucher“ und Bankkunden ihre finanziellen Entscheidungen zu treffen**. Das umfasst zunächst die Wahl eines passenden Kontos, später dann vielleicht erste Spar-, Bauspar- oder Riester-Verträge. Im Laufe des Lebens kommen weitere wichtige Fragen der Vermögensbildung, der Geldanlage, der Finanzierung und der Altersvorsorge hinzu.

- **4. Finanzkultur und Finanzverhalten**

Vor diesem Hintergrund haben wir uns in unserer Umfrage auch mit der Finanzkultur bzw. dem Finanzverhalten der jungen Generation befasst. Ein wichtiges Ergebnis: Jugendliche kümmern sich gern um ihr Geld; sie tun dies aber eher spontan und unregelmäßig.

Zwei Drittel der jungen Leute (65 %) macht es nach eigenen Angaben **Spaß, sich um ihre Finanzen zu kümmern** (Chart 19). Aber nur ein gutes Drittel (37 %) tut das tatsächlich regelmäßig; mehr als die Hälfte nur „ab und zu“ oder nur „selten“ und fast jeder Zehnte sogar „nie“. (Chart 20)

Dabei sind die **Jugendlichen eifrige Sparer**, die regelmäßig und ihrem Budget entsprechend durchaus ansehnliche Beträge ansparen. Und das, obwohl in der aktuellen und historischen Niedrigzinsphase natürlich auch **viele daran zweifeln, ob sich Sparen wirklich noch lohnt**. Nur etwas mehr als ein Drittel der Befragten (36 %) glaubt, dass es sich zurzeit sehr lohne (Chart 21).

Ihrem tatsächlichen Sparverhalten tut dies aber keinen Abbruch: **Über die Hälfte der jungen Leute (53 %) spart regelmäßig**, ein weiteres Drittel (32 %) noch sporadisch „ab und zu“. Konkret bedeutet das, dass die 21- bis 24-Jährigen durchschnittlich 236 € im Monat zurücklegen; bei den 14- bis 17-Jährigen sind es durchschnittlich immerhin 36 € im Monat. (Chart 22)

Da dieses Geld ganz gewiss nicht vollständig im heimischen Sparschwein verschwindet, liegt auch bereits nahe, dass die meisten jungen Leute schon **frühzeitig Bankkunden** sind. Je älter die Befragten, desto häufiger verfügen sie über ein **Girokonto**. Mit der Volljährigkeit hat **fast jeder junge Erwachsene (90 bzw. 91%)** dann ein Konto. (Chart 23)

Klassische Sparbücher sind hingegen etwas weniger verbreitet, und hier verhält es sich auch umgekehrt: Mit zunehmendem Alter sinkt tendenziell der Anteil der Sparbuchbesitzer. Während von den 14- und 15-Jährigen 71 % über ein Sparbuch verfügen, sind es bei den 21- bis 24-Jährigen nur noch weniger als die Hälfte (45 %).

• 5. Jugend und Banken

Natürlich haben wir die Jugendlichen auch nach ihrer **Meinung zu Banken** befragt. Und da freue ich mich besonders darüber, dass die **Mehrheit der jungen Erwachsenen, nämlich 66%, Banken gegenüber positiv eingestellt ist** (Chart 24). **Weiterhin auf hohem Niveau liegt mit 86 % auch die Zufriedenheit der jungen Bankkunden mit den Leistungen ihrer eigenen Bank.** (Chart 25)

Besonders interessant war für uns hier die Frage, was den Jugendlichen im Verhältnis zu ihrer Bank wichtig ist. Die **Deutschen sind ja für ihr ausgeprägtes Sicherheitsbedürfnis und ihre große Risikoscheu bei der Geldanlage bekannt**. Wen wundert es da, dass auch die große Mehrheit (90 %) der jungen Befragten angibt, eine **sichere Geldanlage sei ihnen besonders wichtig** (Chart 26). Gerade für die jungen Leute, die sich noch in der Ausbildung, im Studium oder in den ersten Berufsjahren befinden, ist dies auch richtig und nachvollziehbar.

Klar ist aber auch: Der Großteil des Geldvermögens liegt auf niedrig oder gar nicht verzinsten Konten. Mit der Konsequenz: Die Deutschen verlieren bei dem derzeitigen Zinsniveau an realem Vermögen. Nur 6% des Geldvermögens der Deutschen ist dagegen in Aktien investiert. Die positive Börsenentwicklung ist deshalb an den meisten nahezu komplett vorbeigegangen. Mit Blick auf die **wachsende Notwendigkeit**, schon in jungen Jahren **mit dem Aufbau einer zusätzlichen privaten Altersvorsorge zu beginnen**, ist das ein Thema, das auch die junge Generation betrifft.

Doch zurück zu unserer Studie: Ein für die Banken interessantes Ergebnis ist, dass junge Leute inzwischen häufiger „**sicheres Online-Banking**“ für ein **sehr wichtiges Kriterium (53 %) für die Wahl ihrer Bank halten als die Nähe der Filiale (43 %)**. (Chart 26)

Das ist ein weiteres Zeichen für die künftige Entwicklung. **Viele Kundenkontakte sind heute schon digital, noch mehr werden es in Zukunft sein**. Dies heißt aber im Umkehrschluss nicht, dass die Bankfiliale völlig verschwinden wird. Denn selbst von den jungen Kunden (14 bis 24 Jahre) besucht **mehr als die Hälfte (56 %) mindestens einmal im Monat die Filiale oder den SB-Bereich ihrer Bank**. (Chart 27)

Klassische Filialbanken und digitales Bankgeschäft werden sich noch lange ergänzen. Das

Nebeneinander ist Kennzeichen eines **Übergangs von der alten, analogen zur neuen, digitalen Welt**. Dabei verschwimmen die Grenzen immer mehr: Beratung findet nicht nur in der Filiale, sondern auch am Telefon, online oder per Video-Konferenz statt. Wie schnell sich der Übergang vollzieht, lässt sich kaum vorhersagen. Das Beispiel **Mobile Banking zeigt das**. Viele hatten einen Durchbruch hier schon vor zehn Jahren für möglich gehalten und ihn vielleicht spätestens vor fünf Jahren erwartet. Tatsächlich bahnt er sich erst jetzt an.

Die manchmal geäußerte Kritik an den Banken, sie würden die Digitalisierung nicht schnell genug forcieren, verkennt, dass die Banken alle ihre Kunden mit ganz verschiedenen Bedürfnissen auf diesem Weg mitnehmen müssen. Auch unter den **Jugendlichen und jungen Erwachsenen halten 84 % die Bankfiliale heute keineswegs für überflüssig**. (Chart 27)

Klar ist: Banken können nicht stehen bleiben. Wir können und müssen mit den neuen Technologien noch besser auf die Kundenbedürfnisse gerade der jungen Generation eingehen. Nur so können Banken ihre Wettbewerbsfähigkeit erhalten und nachhaltig ausbauen. Bei allen Herausforderungen durch die Digitalisierung überwiegen aber gerade für unsere Branche die Chancen.



Jugendstudie 2015
(<http://schulbank.banker/jugendstudie/>)

Wie ausgeprägt ist das Interesse junger Menschen an Wirtschaft und wie gehen junge Erwachsene mit Geld um? Fragen, denen die



Jugendstudie inter/aktiv
(<http://schulbank.banker/jugendstudie/jugendstudie-inter-aktiv/>)

14- bis 24-Jährige aufpasst! Im inter-aktiven