
Pressemitteilung der SCHUFA Holding AG

Bezahlen per App oder Bargeld? Finanzverhalten von Jugendlichen im Spannungsfeld zwischen digitalen Möglichkeiten und analogem Vertrauen

SCHUFA veröffentlicht zweiten W² Jugend-Finanzmonitor der Bildungsinitiative WirtschaftsWerkstatt // Jugendliche und junge Erwachsene sehen in Mobile Payment und Smartphone-Banking die Zukunft, haben bei digitalen Bezahlmöglichkeiten aber Bedenken hinsichtlich Sicherheit und Kostenüberblick // Barzahlungen bei Digital Natives noch sehr verbreitet // Kaum Unterschiede zum Finanzverhalten der Eltern

Wiesbaden / Berlin, 24. Juni 2019 Junge Menschen zwischen 16 und 25 Jahren nutzen zunehmend häufiger Banking-Apps über ihr Smartphone und sind der Überzeugung, dass sich digitale Bezahlmethoden wie Mobile Payment oder Kryptowährungen in Zukunft durchsetzen werden. Dennoch sind Barzahlungen bei jungen Menschen weiterhin sehr verbreitet: Die befragten Jugendlichen zahlen lieber mit Scheinen und Münzen als mit Kreditkarte oder Smartphone. In den wesentlichen Aspekten ihres gegenwärtigen Finanzverhaltens unterscheiden sich die sogenannten Digital Natives kaum von der Elterngeneration. Das sind die Kernergebnisse des zweiten W² Jugend-Finanzmonitors, den die SCHUFA jährlich im Rahmen ihrer Bildungsinitiative WirtschaftsWerkstatt erhebt, um die Finanzkompetenz und das Finanzverhalten junger Menschen zu erfassen.

Für den W² Jugend-Finanzmonitor hat das Meinungsforschungsinstitut forsa im Auftrag der WirtschaftsWerkstatt im April 2019 in einer repräsentativen Stichprobe mehr als 1.000 Jugendliche und junge Erwachsene sowie als Vergleichsgruppe Eltern zwischen 40 und 55 Jahren nach Finanzwissen, -kompetenz sowie ihrem persönlichen Finanzverhalten befragt.

Bezahlmethoden der Zukunft im Blick – Bargeld im Geldbeutel

Der W² Jugend-Finanzmonitor stellt in seiner zweiten Erhebung fest, dass das Internet und die zunehmende Verbreitung von Smartphones das Finanzverhalten der Jugendlichen über die Jahre offensichtlich nur langsam verändern: Nicht einmal die Hälfte (45 Prozent) nutzt Banking-Apps auf ihren mobilen Geräten. Und nach wie vor zahlen mehr als sechs von zehn jungen Menschen (2019: 63 Prozent, 2018: 61 Prozent) lieber bar als mit EC- oder Kreditkarte. Eine Abschaffung des Bargelds würde gerade einmal jeder vierte Befragte befürworten. 52 Prozent sprechen sich für das kontaktlose Bezahlen mit der EC- oder Kreditkarte aus, bei der die Karte nicht in ein Lesegerät eingesteckt werden muss. Nur ein gutes Drittel (35 Prozent) wünscht sich mehr Möglichkeiten, mit dem Smartphone zu bezahlen. Über die Hälfte der Befragten (52 Prozent) hält digitale Bezahlmöglichkeiten für unsicherer als Bargeldzahlungen.

1

Dennoch sind die jungen Menschen in Deutschland der Überzeugung, dass sich digitale Bezahlmethoden in Zukunft durchsetzen werden (88 Prozent) und letztlich sogar bequemer als Zahlungen mit Bargeld sind (81 Prozent).

Allerdings bewerten sie diese Zahlungsweisen insgesamt eher kritisch: So meinen jeweils rund drei Viertel (Mehrfachnennungen möglich), dass digitale Bezahlmethoden sie zum Geldausgeben (75 Prozent) verleiten und Finanzinstitute zum ausufernden Sammeln von Daten (74 Prozent). 47 Prozent der jungen Menschen glauben, dass digitale Bezahlmethoden dazu führen, den Überblick über seine Finanzen zu verlieren. Fast genauso viele (43 Prozent) sind allerdings im Gegenteil davon überzeugt, dass sie durch digitale Bezahlmöglichkeiten einen besseren Überblick über die eigenen Finanzen erhalten.

Finanzverhalten der Eltern maßgeblich

Bei Finanzfragen holen sich Jugendliche in erster Linie Rat von ihren Eltern oder in der Familie (86 Prozent). Nur knapp die Hälfte der Jugendlichen (46 Prozent) nutzt auch das Beratungsangebot von Banken. Das könnte erklären, warum die Jugendlichen bezüglich ihrer Einstellungen zu Finanzen ihren Eltern sehr ähnlich sind: 98 Prozent setzen auf ein finanzielles Polster (97 Prozent der Eltern), auf regelmäßiges Sparen (96 zu 93 Prozent) und stehen Ratenkäufen eher ablehnend gegenüber (50 zu 57 Prozent).

Junge Menschen schätzen ihre Finanzkompetenz nur selten gut ein

Nur sieben Prozent der jungen Menschen zwischen 16 und 25 Jahren in Deutschland schätzen ihre Finanzkompetenz als „gut“ oder „sehr gut“ ein. Zum Vergleich: Von den Erwachsenen sagen das immerhin 15 Prozent. Jeder vierte Jugendliche (26 Prozent) bewertet seine Kompetenzen sogar als mangelhaft oder ungenügend, was nur etwa jeder zehnte Erwachsene (acht Prozent) über sich sagt.

Wissenslücken in der Schule schließen

„Unsere Umfrage zeigt, in welchem Spannungsfeld junge Menschen derzeit stehen“, kommentiert Serena Holm, Bereichsleiterin Corporate Affairs bei der SCHUFA. „Einerseits gehen sie als ‚Digital Natives‘ selbstverständlich in ihrem Alltag per Smartphones mit digitalen Technologien um, andererseits bestehen auch bei ihnen viele Unsicherheiten bei der Nutzung moderner Bezahlmöglichkeiten. Daher wünschen sie sich mehr Angebote im Bereich der Finanzbildung an Schulen und Bildungseinrichtungen – das äußert ein Großteil der an unserer Umfrage beteiligten Jugendlichen. Auch die SCHUFA unterstützt junge Menschen in diesem Spannungsfeld. Mit der WirtschaftsWerkstatt leitete die SCHUFA einen wirksamen Beitrag, um jungen Menschen direkt die notwendigen Kompetenzen und das Wissen im Umgang mit ihren Finanzen zu vermitteln.“

Die SCHUFA-Bildungsinitiative unterstützt Jugendliche und junge Erwachsene in ihrem Alltag bei Finanzthemen und hilft ihnen spielerisch, Unsicherheiten zu beseitigen und Finanzkompetenzen auszubilden. In diesem Jahr steht das Thema „Zukunft des Geldes“ im Mittelpunkt des Angebotes und der Aktivitäten.

Kontakt zur Pressestelle:

SCHUFA Holding AG
Media Relations & Kommunikation
Sabine Bernstein (stellv. Pressesprecherin)
Kormoranweg 5
65201 Wiesbaden

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

SCHUFA Holding AG

Die SCHUFA ist Deutschlands führender Lösungsanbieter von Auskunft- und Informationsdienstleistungen für Unternehmen und Verbraucher. Insgesamt sind rund 9.500 Firmenkunden als Vertragspartner an unsere Dienstleistungen angeschlossen. Zudem nutzen rund 2,1 Millionen Privatkunden die SCHUFA-Angebote. Privat- und Geschäftskunden wie Banken, Sparkassen und Händlern bietet das Unternehmen kreditrelevante Informationen rund um Bonität, Identität und Betrugsprävention. Auf Grundlage unserer Entscheidungshilfen werden für Privat- und Geschäftskunden schnelle, kostengünstige und unbürokratische Vertragsabschlüsse möglich. Informationen rund um Produkte und Services für Privatkunden sowie eine Online-Einsicht in die eigenen, bei der SCHUFA gespeicherten Daten sind auf dem Internetportal www.meineSCHUFA.de erhältlich. Der Datenbestand der SCHUFA umfasst 943 Millionen Informationen zu 67,7 Millionen Privatpersonen und 6,0 Millionen Unternehmen.

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 SCHUFA Kredit-Kompass beleuchtet die Konsumkompetenz und das Kreditverhalten der deutschen Bürger. Der SCHUFA-Verbraucherbeirat diskutiert aktuelle Themen 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.