BaFin

Bundesanstalt für
Finanzdienstleistungsaufsicht

Erhebung zur Finanzkompetenz von Erwachsenen in Deutschland im Jahr 2019

Ergebnisse

Mai 2020

Executive Summary

Es lassen sich im Wesentlichen folgende Erkenntnisse festhalten:

- Ein Fünftel der Erwachsenen beantwortet alle Finanzwissensfragen zu Inflation, Zinseszins oder Risikostreuung richtig. Männer schneiden in Teilen etwas besser ab als Frauen.

- Die Mehrheit der Verbraucherinnen und Verbraucher agiert in finanziellen Angelegenheiten vorsichtig, zukunftsorientiert und meidet Risiken. Bei den Sparern ist das Spar- oder Girokonto besonders beliebt. Kryptotoken haben derzeit keine Relevanz für Verbraucher. Der Großteil der Menschen sorgt mit einer privaten oder betrieblichen Altersvorsorge oder Kapitalanlagen für das Alter vor.

- Während viele Verbraucher im Alter zwischen 18 und 39 Jahren das Handy oder Smartphone nutzen, um am Zahlungsverkehr teilzunehmen, sind die Geräte für diesen Zweck unter den Älteren deutlich weniger gefragt.

- Drei Viertel derer, die ein Finanzprodukt erwarben, informierten sich zuvor bei verschiedenen Anbietern, um Produkte zu vergleichen. Ein Viertel informierte sich dagegen bei nur einem Anbieter.

- Ein Drittel der Verbraucher neigt dazu, das Kleingedruckte zu ignorieren, solange es keine Probleme gibt.

- Obwohl sie hin und wieder Probleme haben, beschweren sich Verbraucher kaum offiziell über Dienstleistungen von Banken und anderen Finanzdienstleistern.

- Die Hälfte der Befragten zweifelt daran, dass ihr Geld bei einer Bank sicher ist, wenn diese zahlungsunfähig wird, obwohl die Einlagensicherung nach dem Einlagensicherungsgesetz Bankeinlagen von Verbrauchern in Höhe von bis zu 100.000 Euro garantiert.

Die BaFin wird die Erkenntnisse dieser Erhebung bei der Ausübung ihres Mandats im kollektiven Verbraucherschutz berücksichtigen.

Inhaltsverzeichnis

I. Ziel 4

II. Erhebungsmethode und Hinweis zur Ergebniserstellung 4

III. Ergebnisse 5

1. Finanzwissen 5

2. Einstellungen rund um Geld und Finanzen 8

2.1 Einstellungen zum Thema Geld 8

2.2 Nachhaltige Finanzierung 9

3. Finanzverhalten 10

3.1 Finanzkontrolle und Ausgabeverhalten 10

3.2 Außergewöhnliche Belastungen und Über-die-Runden-kommen 11

3.3 Sparen und Altersvorsorge 11

3.4 Nutzung und Auswahl von Finanzprodukten 13

4. Probleme mit Finanzprodukten oder -dienstleistungen 17

5. Finanzielles Wohlbefinden 18

6. Integrität und Vertrauen in das Finanzsystem 19

I. Ziel

Der kollektive Verbraucherschutz gehört seit 2015 zu den Aufgaben der BaFin. Bestandteil dieser Verbraucherschutzaufgabe ist die Verbrauchertrendanalyse, die auch Erhebungen bei Verbrauchern umfasst. Ziel solcher Erhebungen ist es insbesondere, verbraucherschutzrelevante Erkenntnisse für die Verbrauchertrendanalyse und die Verbraucheraufklärung zu gewinnen.

Mit der vorliegenden Erhebung will die BaFin einen repräsentativen Überblick über die Einstellungen und Verhaltensweisen von in Deutschland lebenden erwachsenen Personen sowie deren Fachwissen in finanziellen Angelegenheiten gewinnen. Informationen zur finanziellen Bildung und finanziellen Inklusion der Befragten sind ebenfalls von Interesse. Die Erhebung greift zudem Themen wie digitale Finanzdienstleistungen, Vertrauen in den Finanzmarkt und in seine Anbieter, Integrität des Finanzmarkts und den finanziellen Verbraucherschutz auf.

Diese Erhebung wird vom Internationalen Netzwerk zur Finanziellen Bildung (International Network on Financial Education – INFE) der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD) koordiniert. Die BaFin ist neben der Deutschen Bundesbank Mitglied des OECD-INFE-Netzwerks. Die Erhebung basiert auf einem von diesem Netzwerk entwickelten Fragebogen.[1]

II. Erhebungsmethode und Hinweis zur Ergebniserstellung

Die BaFin beauftragte die Marktforschungsinstitute GMS Dr. Jung GmbH und ARIS Umfrageforschung GmbH mit der Umfrage. Die Auftragnehmerinnen führten zwischen dem 15. August 2019 und dem 19. September 2019 computergestützte Telefoninterviews (Computer Assisted Telephone Interviewing – CATI) mit einer durchschnittlichen Länge von rund 36 Minuten durch.

Grundgesamtheit der Erhebung ist die Wohnbevölkerung im Alter zwischen 18 und 79 Jahren innerhalb Deutschlands, die am Hauptwohnsitz über einen Festnetzanschluss verfügt. Die Auswahl der Haushalte erfolgte anhand einer geschichteten Zufallsstichprobe auf Basis der Nummernblöcke aus der Auswahlgrundlage für Telefonstichproben des Arbeitskreises Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM). Der Auswahlrahmen basiert auf den im Internet veröffentlichten Eckdaten des Nummernraums, den die Bundesnetzagentur den Telefonanbietern zur Verfügung stellt und verwaltet. Dieser Nummernraum umfasst prinzipiell alle in der Bundesrepublik Deutschland nutzbaren Telefonnummern. Für die Auswahl der Zielperson im Haushalt galt der Geburtstagsschlüssel, der diejenige Person auswählte, die zuletzt Geburtstag hatte (Last-Birthday-Verfahren).

[1] Um die Daten international und zeitlich zu vergleichen, entwickelte die OECD eine eigene Methodik zur Berechnung eines Finanzbildungsscores. Die BaFin hat der OECD die für Deutschland erhobenen Daten für diese Analysen zur Verfügung gestellt.

Von den 2.880 Personen aus der bereinigten Brutto-Stichprobe (ohne qualitätsneutrale Ausfälle) führten 1.003 Personen tatsächlich ein Interview mit den Marktforschern. Das entspricht einer Antwortquote von 34,8 Prozent. Um einen hohen Ausschöpfungsgrad zu gewährleisten, legten die Marktforscher jede Telefonnummer erst nach zehnmaligem Kontakt als qualitätsneutralen Ausfall ab.

Die erhobenen Daten wurden auf Grundlage des Mikrozensus nach Geschlecht, Alter, Personen im Haushalt, Bundesland und Ortsgröße gewichtet. Der Mikrozensus selbst ist die größte jährliche Haushaltsbefragung der amtlichen Statistik in Deutschland. Er stellt amtliche Daten zur Struktur der Bevölkerung sowie zur wirtschaftlichen und sozialen Lage der Bevölkerung bereit.

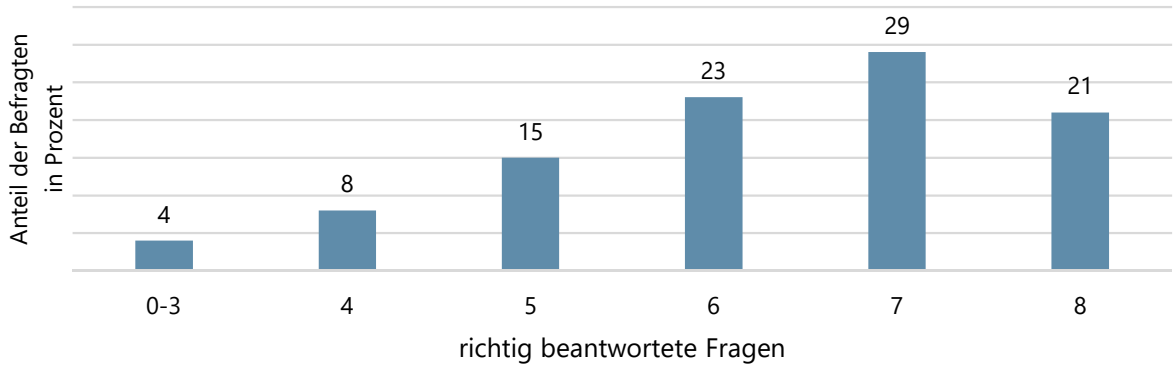
Antwortmöglichkeiten wie „weiß nicht“ und „keine Angabe“ flossen in der Regel nicht in das Ergebnis ein. Eine Ausnahme waren die Fragen zum Finanzwissen. Die Antwortmöglichkeit „weiß nicht“ zählte hier als gültige Nennung.

III. Ergebnisse

1. Finanzwissen

Verstehen Verbraucher grundlegende wirtschaftliche Begriffe wie Inflation, Zinseszins und Risikostreuung? Teils, teils. Die richtige Antwort auf acht Wissensfragen kennen 21 Prozent. Weitere 29 Prozent beantworten sieben Fragen richtig.

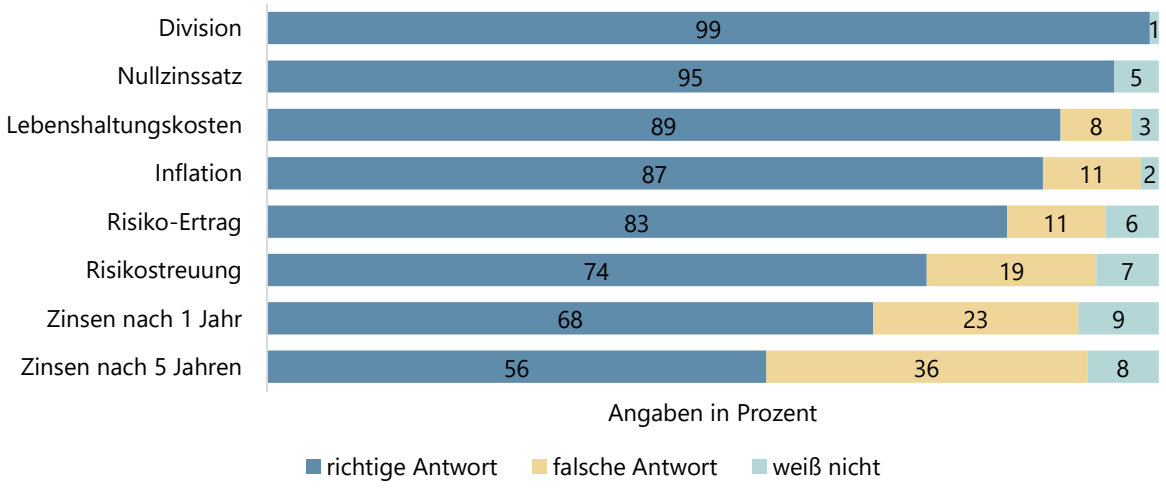
Grafik 1: Anteil der Befragten, die eine bestimmte Zahl von Wissensfragen richtig beantworten



Im Detail zeigt sich, dass der Anteil der richtigen Antworten bei Fragen, die das Verständnis von Division, Zinsen oder Inflation erfordern, relativ hoch ist:

So können 99 Prozent der Befragten 1.000 Euro korrekt durch fünf dividieren (Division). Und dass der Zinssatz null ist, wenn man heute 25 Euro verleiht und morgen dieselbe Summe zurückerhält, verstehen 95 Prozent der Befragten. 89 Prozent wissen, dass bei hoher Inflation die Lebenshaltungskosten rasch steigen. Und 87 Prozent verstehen unter einer Inflation, dass man sich von einem festen Betrag nach Ablauf eines Jahres weniger kaufen kann. Den Zusammenhang von Risiko und Rendite verstehen 83 Prozent der Befragten. Sie wissen, dass höhere Erträge üblicherweise mit höherem Risiko einhergehen.

Grafik 2: Antworten auf die acht Wissensfragen



Bei den folgenden Fragen sinkt der Anteil der richtigen Antworten merklich und deutlich mehr Befragte geben die falsche Antwort:

74 Prozent der Befragten verstehen, dass sie das Anlagerisiko reduzieren können, wenn sie in viele verschiedene Aktien investieren (Risikostreuung). Was aus 100 Euro bei zwei Prozent Zinsen nach einem Jahr wird, können 68 Prozent richtig berechnen. Das Konzept des Zinseszinses verstehen 56 Prozent. Sie wissen, dass man Zinsen nicht nur auf den ursprünglichen Sparbetrag, sondern auch auf die in der Zwischenzeit angesammelten Zinsen erhält (Zinsen nach 5 Jahren).

Einfacher Zins und Zinseszins, wer weiß gleich beides? 44 Prozent der Verbraucher können sowohl den einfachen Zins als auch den Zinseszins richtig berechnen.

Auf einen Blick

Finanzwissen

Inflation: Bei Inflation können sich Menschen von einem bestimmten Geldbetrag nach einem Jahr weniger kaufen, als sie es heute können.

Risiko-Ertrag: Eine Geldanlage mit hoher Rendite ist wahrscheinlich sehr risikoreich.

Risikostreuung: Normalerweise lässt sich das Risiko bei Anlagen verringern, indem das Geld in verschiedene Anlagen investiert wird – zum Beispiel in Aktien von unterschiedlichen Unternehmen.

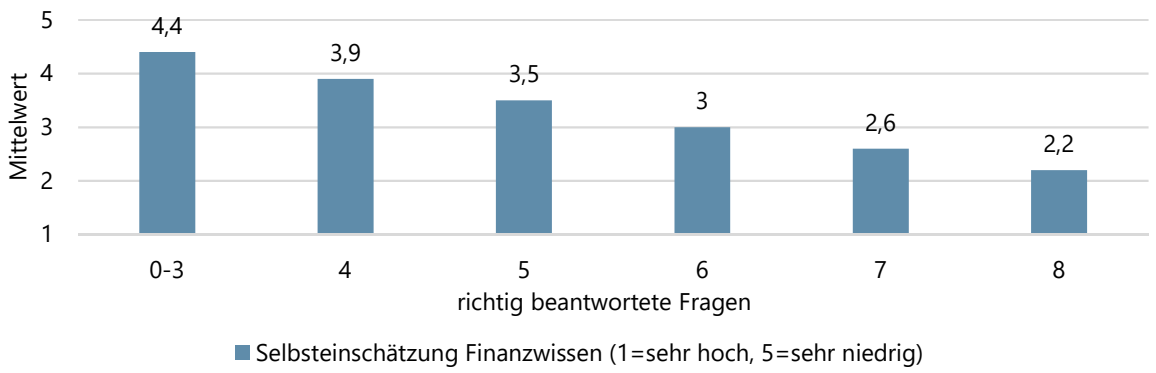
Einfacher Zins: Die Formel zur Berechnung des Zinsbetrags nach einem Jahr lautet:

$$\text{Zinsbetrag} = \text{Anlagebetrag} \times \frac{\text{Zinssatz}}{100\ \%}$$

Zinseszins: Wenn Menschen ihr Geld über einen längeren Zeitraum anlegen und die Zinsen nicht abheben, sondern ebenfalls ansparen, erhalten sie in den folgenden Jahren nicht nur auf den ursprünglich eingezahlten Betrag Zinsen, sondern auch auf die früheren Zinsen.

Die Teilnehmer haben ihr Finanzwissen auch selbst beurteilt – nach folgendem System: Eine „1“ bedeutet, dass sie ihr Wissen im Vergleich zu anderen Personen in Deutschland als sehr hoch einstufen; bei „5“ gehen sie davon aus, dass es sehr niedrig ist. Wie gut passt nun die Selbsteinschätzung zum tatsächlichen Wissen? Befragte, die höchstens vier Fragen zum Finanzwissen richtig beantworten, schätzen das eigene Wissen im Durchschnitt als niedrig ein. Sie sind sich ihrer Wissenslücken also durchaus bewusst. Befragte, die alle Antworten kennen, stufen ihr Wissen dagegen im Durchschnitt als hoch ein.

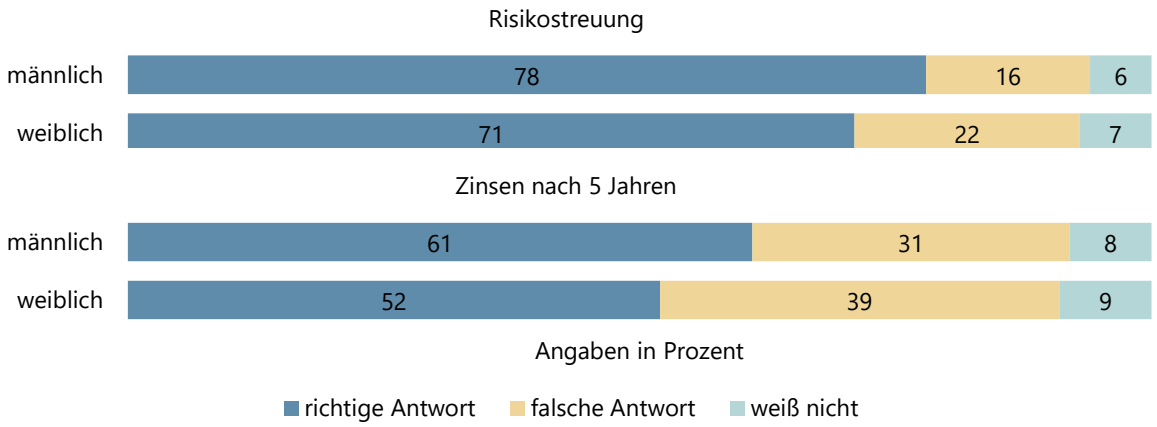
Grafik 3: Selbsteinschätzung versus tatsächliches Finanzwissen



Männer beantworten die fünf Wissensfragen zu den Themen Lebenshaltungskosten, Risiko-Ertrag, Risikostreuung, Zins nach einem Jahr sowie Zinsen nach fünf Jahren im Durchschnitt

etwas besser. Bei ihnen können zum Beispiel 78 Prozent die Frage nach der Risikostreuung korrekt beantworten – gegenüber 71 Prozent bei den Frauen. Bei der Frage nach dem Zinseszins ist es ähnlich: 61 Prozent der Männer kennen die richtige Antwort, während es bei den Frauen 52 Prozent sind.

Grafik 4: Ausgewählte Finanzfragen nach Geschlecht

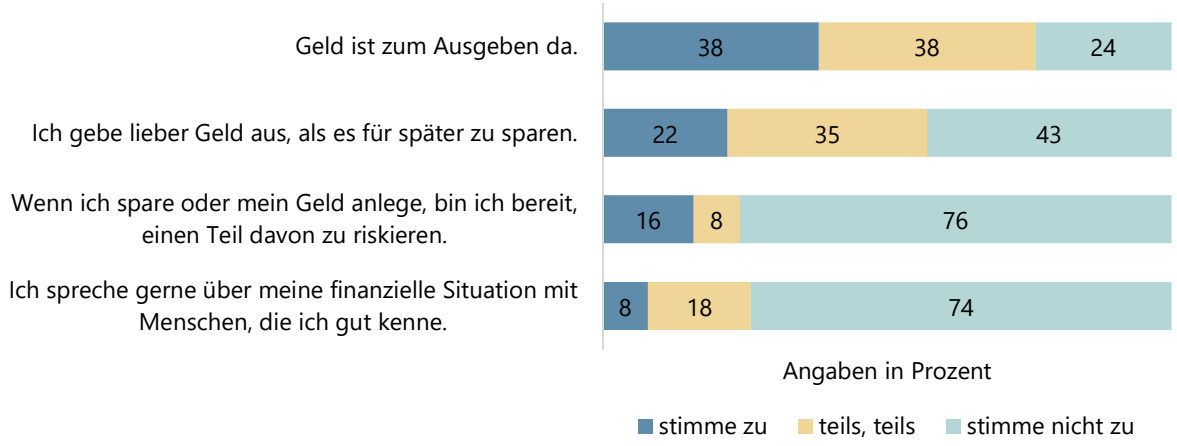


2. Einstellungen rund um Geld und Finanzen

2.1 Einstellungen zum Thema Geld

Wie ein Mensch mit Geld umgeht, hängt nicht nur von seinem Finanzwissen ab, sondern auch von seiner Einstellung zum Geld und seiner Zukunftsplanung – eine Auswahl dieser Ansichten: 38 Prozent der Befragten finden, Geld sei zum Ausgeben da. 24 Prozent vertreten die gegenteilige Auffassung. 22 Prozent ist es lieber, Geld auszugeben, als es für später zu sparen, 43 Prozent stimmen dem aber wiederum nicht zu. Eine Bereitschaft dazu, bei der Anlage einen Teil des Geldes zu riskieren, zeigen 16 Prozent der Befragten.

Grafik 5: Einstellungen zu Geld und Finanzen

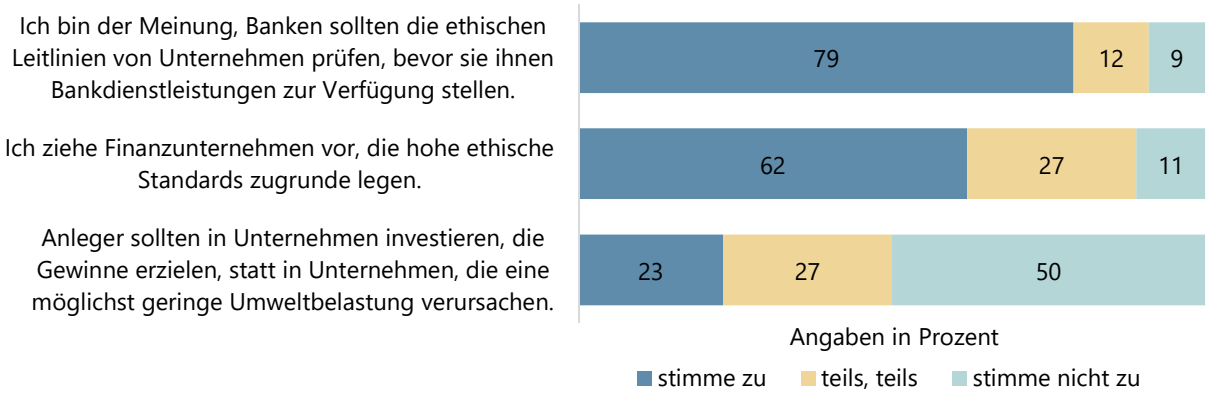


„Über Geld spricht man nicht." Viele Befragte halten sich an diese Redewendung. Jedenfalls reden 74 Prozent nur ungern mit Menschen, die sie gut kennen, über ihre finanzielle Situation.

2.2 Nachhaltige Finanzierung

Nachhaltigkeitsaspekte spielen längst auch in der Finanzbranche eine große Rolle und dürfen daher in der Umfrage nicht fehlen. 79 Prozent der Befragten finden zum Beispiel, dass Banken die ethischen Leitlinien von Unternehmen prüfen sollten, bevor sie ihnen Bankdienstleistungen anbieten. 62 Prozent geben an, sie zögen Finanzunternehmen mit hohen ethischen Standards vor. Sollten Anleger in gewinnträchtige Unternehmen investieren, statt in umweltschonende? 23 Prozent der Befragten stimmen dieser Aussage zu, 50 Prozent lehnen sie ab.

Grafik 6: Nachhaltige Finanzierung



Definition

Nachhaltige Geldanlagen

Klassische Geldanlagen werden nach den ökonomischen Kriterien Rentabilität, Liquidität und Risiko bewertet. Nachhaltige Geldanlagen beachten zusätzlich noch Aspekte wie Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung (ESG-Kriterien). Die englische Abkürzung steht für Environmental, Social and Governance (siehe BaFinJournal Juni 2019).

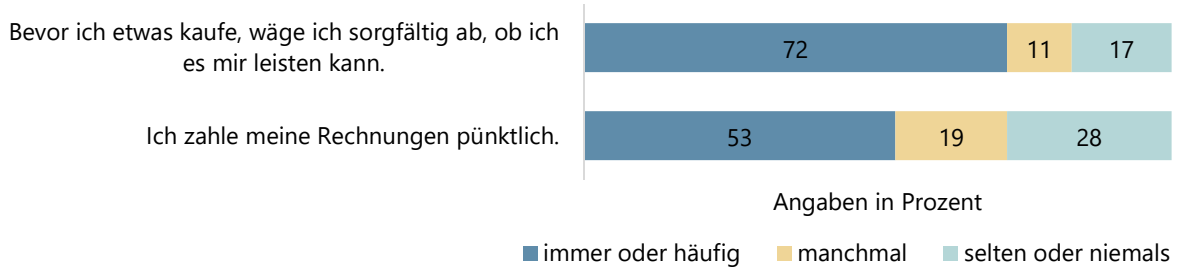
Jeder Privatanleger muss sich künftig nicht nur über seine Risikoneigung im Klaren sein, sondern auch darüber, ob er zum Beispiel lieber Anteile eines herkömmlichen Fonds kauft oder eines Fonds, der als nachhaltig gilt. Zum Hintergrund: Nach dem Aktionsplan zur Finanzierung nachhaltigen Wachstums der EU-Kommission vom März 2018 sollen Anlageberater demnächst verpflichtet sein, in der Beratung zu fragen, ob ein Verbraucher an nachhaltigen Finanzprodukten interessiert ist. Der Anlageberater kann diese Präferenz dann berücksichtigen, wenn er Produkte auswählt und wenn er beurteilt, ob sie für den Kunden geeignet sind.

3. Finanzverhalten

3.1 Finanzkontrolle und Ausgabeverhalten

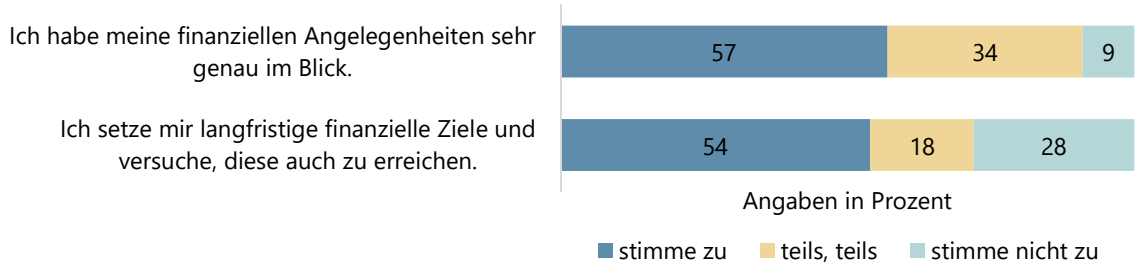
Die Umfrage zeigt, wie Verbraucher über ihre Finanzen denken und diese planen. Fast alle Befragten (97 Prozent) entscheiden in ihrem Haushalt alleine oder zusammen mit einer anderen Person, wie sie ihr Geld verwalten bzw. verwenden. Dabei entwickeln sie Strategien: Für regelmäßige Zahlungen richten 83 Prozent Daueraufträge ein. 57 Prozent der befragten Verbraucher nutzen eine Banking-App oder ein Verwaltungstool, damit sie die Ausgaben im Blick behalten können. Fast die Hälfte der Befragten (46 Prozent) notiert sich die Termine für anstehende Rechnungen, um sie nicht zu verpassen. 40 Prozent erstellen Pläne, um die Einnahmen und Ausgaben zu verwalten, 38 Prozent notieren sich nur die Ausgaben. Eine andere Strategie besteht darin, Geld für Rechnungen von jenem Geld zu trennen, das für die täglichen Ausgaben bestimmt ist. So gehen 25 Prozent der Befragten vor.

Grafik 7: Finanzverhalten I



Die meisten Menschen wägen vor dem Kauf sorgfältig ab, ob sie sich ein Produkt oder eine Dienstleistung leisten können (72 Prozent). Eine Rechnung pünktlich zu bezahlen, ist für 53 Prozent der Regelfall. Aus der Erhebung geht hervor, dass 57 Prozent ihre finanziellen Angelegenheiten sehr genau im Blick haben. 54 Prozent der Erwachsenen streben danach, langfristige finanzielle Ziele zu erreichen.

Grafik 8: Finanzverhalten II



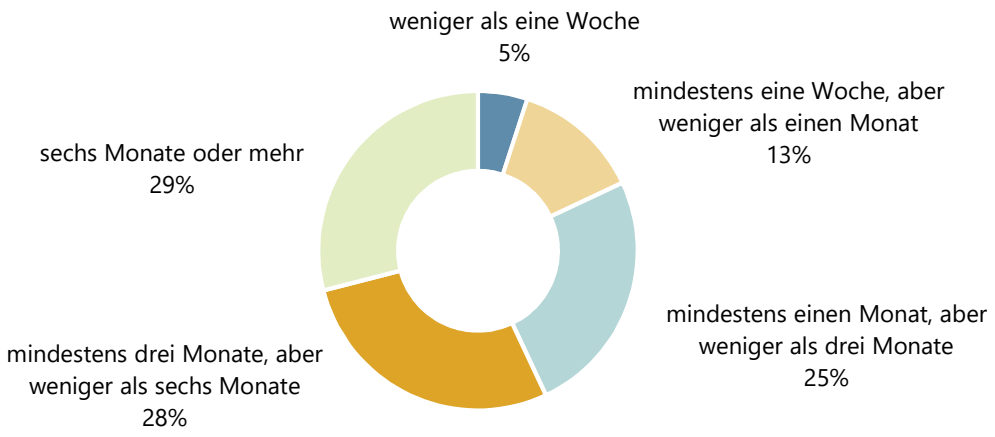
3.2 Außergewöhnliche Belastungen und Über-die-Runden-kommen

Die Erhebung umfasst auch Fragen zur finanziellen Belastbarkeit. Eine größere Ausgabe, die so hoch wie das persönliche monatliche Einkommen ist, könnten 62 Prozent der Befragten bezahlen, ohne sich Geld leihen zu müssen oder die Familie oder Freunde um Hilfe zu bitten.

20 Prozent gerieten in den letzten zwölf Monaten in eine Situation, in der das Einkommen nicht ganz ausreichte, um die Lebenshaltungskosten zu decken. 44 Prozent von ihnen liehen sich dann Geld – etwa bei der Familie oder bei ihrer Bank, indem sie einen vereinbarten Überziehungsrahmen nutzten.

Was wäre, wenn die Haupteinkommensquelle wegfiele? Die Mehrheit kann mindestens drei Monate lang ihre Lebenshaltungskosten decken, ohne sich Geld zu leihen oder umzuziehen. 29 Prozent schaffen das sechs Monate oder länger. 25 Prozent der Befragten geben an, mindestens einen Monat, aber weniger als drei Monate, zurechtzukommen. 18 Prozent der Befragten sind in besonders hohem Maße auf ihre Haupteinkommensquelle angewiesen und könnten nicht einmal einen Monat lang ihre Lebenshaltungskosten decken, wenn sie wegfiele.

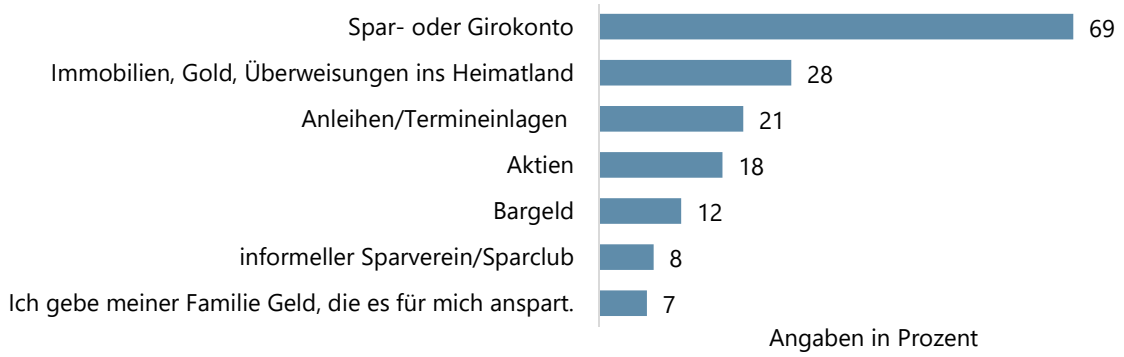
Grafik 9: Zeitraum, den Verbraucher nach Wegfall der Haupteinkommensquelle überbrücken können, ohne sich Geld leihen oder umziehen zu müssen



3.3 Sparen und Altersvorsorge

Sparen beschreibt das Zurücklegen finanzieller Mittel. 73 Prozent der Befragten sparen in irgendeiner Weise. Einzahlungen auf das einlagengesicherte Spar- oder Girokonto sind dabei besonders beliebt (69 Prozent). 21 Prozent der Befragten kaufen Anleihen oder Terminanlagen und 18 Prozent investieren in Aktien. Die Renditechancen sind hierbei höher, das gilt aber auch für das Risiko, eingesetztes Kapital zu verlieren. 12 Prozent der Befragten sparen zuhause Bargeld an.

Grafik 10: Sparformen in den letzten zwölf Monaten



Wenn Aktien – also Unternehmensbeteiligungen – und nicht nur klassische Sparprodukte eine Rolle beim Sparen spielen, wie sieht es dann mit Kryptotoken und Initial Coin Offerings aus? Im Moment investieren die befragten Verbraucher nicht in solche Anlageformen – daher tauchen sie auch nicht in der Übersicht auf. Nach ihrer grundsätzlichen Einstellung zu Kryptotoken gefragt, geben 8 Prozent an, sie hielten den Zeitpunkt, in Kryptotoken zu investieren, für gut. Dagegen teilen 79 Prozent diese Meinung nicht.

Definition

Kryptotoken

Die Europäischen Aufsichtsbehörden für Banken bzw. den Wertpapierhandel, EBA und ESMA, sprechen in ihren Berichten von „Crypto-Assets", wofür es aber keine Legaldefinition gibt. Die BaFin verwendet den Begriff „Kryptotoken", wenn sie nicht nur auf Zahlungstoken wie den Bitcoin eingeht, sondern zum Beispiel auch auf Beteiligungs-Token und Utility-Token (siehe BaFinJournal März 2018).

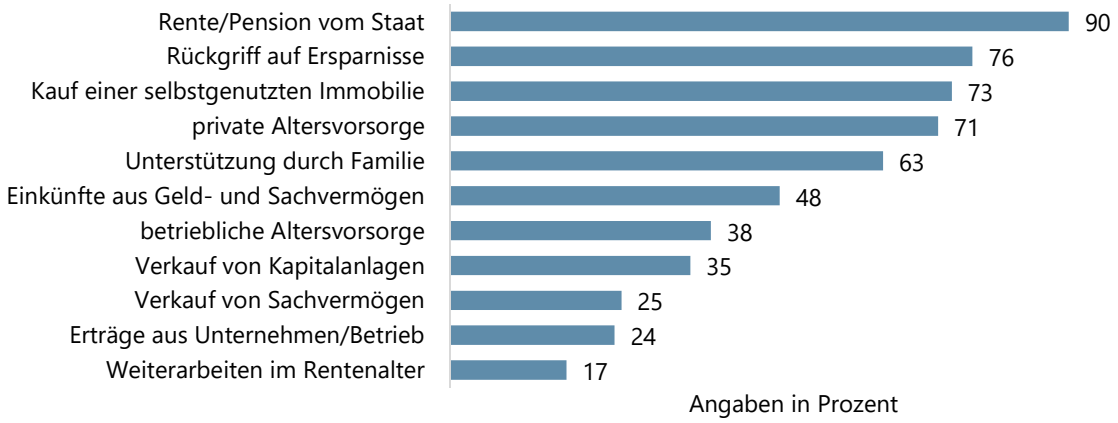
Initial Coin Offerings

Initial Coin Offerings (ICOs) sind ein neues Mittel der Kapitalaufnahme zur Finanzierung unternehmerischer Vorhaben. Bei ICOs entstehen mittels Blockchain-Technologie neue digitale Einheiten, beispielsweise Kryptotoken, die Anbieter dann – meist in einem unregulierten öffentlichen Bieterverfahren – an interessierte Anleger verkaufen. Die BaFin hat bereits mehrmals vor den Risiken von ICOs gewarnt (siehe BaFinJournal November 2017 und BaFinPerspektiven 1/2018).

Einen weiteren Schwerpunkt der Erhebung bildet die Altersvorsorge – Kernfrage: Wie sorgen die Menschen vor, die sich noch nicht im Ruhestand befinden? 90 Prozent der Befragten erwarten eine Rente oder Pension vom Staat. 85 Prozent haben zumindest eine private oder betriebliche Altersvorsorge oder Kapitalanlagen, was aus der Übersicht nicht direkt ablesbar ist, weil sie Einzelwerte ausweist und Mehrfachantworten möglich waren. Bei einzelner

Betrachtung liegen Produkte der privaten Altersvorsorge wie etwa Kapitallebensversicherungen und Riester-Renten mit 71 Prozent weit vor der betrieblichen Altersvorsorge (38 Prozent). 35 Prozent sorgen mit einer Kapitalanlage vor. Dazu zählen Aktien, Anleihen und Investmentfonds. Einen hohen Stellenwert haben zudem Ersparnisse. Darauf wollen 76 Prozent im Ruhestand zurückgreifen. Eine selbstgenutzte Immobilie kaufen 73 Prozent der Befragten, um im Alter mietfrei zu wohnen. Von ihren eigenen Vorsorgeplänen sind 41 Prozent überzeugt. 36 Prozent sind dagegen nicht überzeugt oder haben keine finanziellen Pläne für das Alter.

Grafik 11: Wie sorgen Menschen, die sich noch nicht im Ruhestand befinden, für das Alter vor?



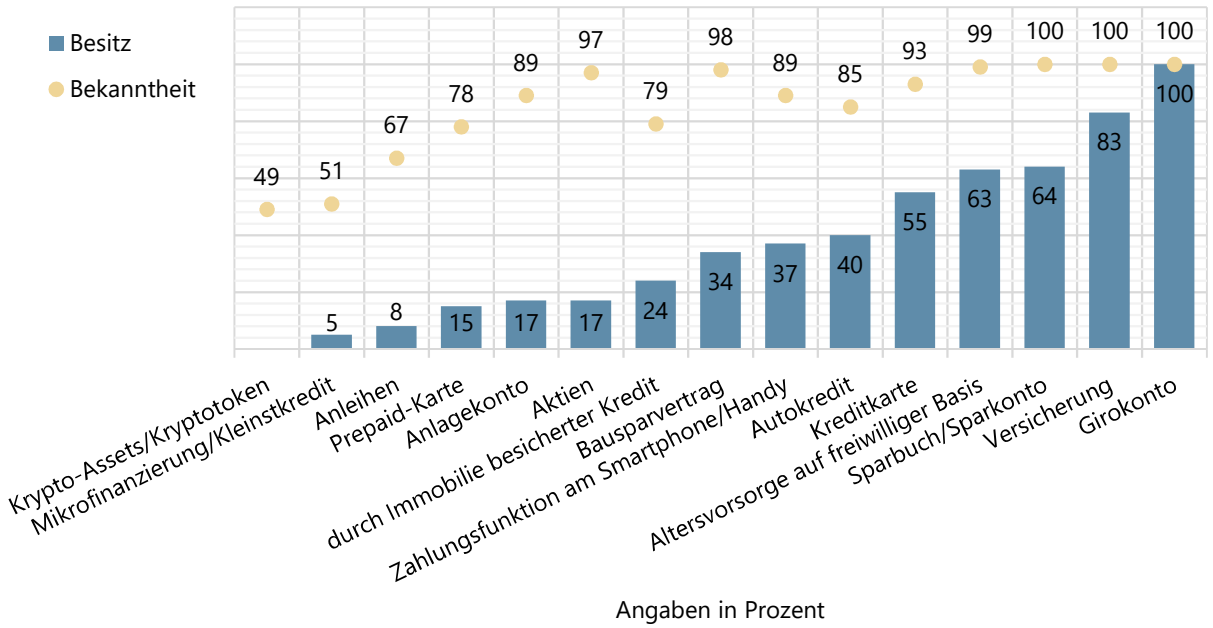
3.4 Nutzung und Auswahl von Finanzprodukten

Je genauer ein Anleger sein Investment durchdringt, desto besser. Dass er seine Geldanlage kennt, ist da nur der erste Schritt. Die Ergebnisse in diesem Kapitel zeigen, welche Finanzprodukte und Finanzdienstleistungen die Verbraucher grundsätzlich kennen und allein oder zusammen mit einer anderen Person besitzen. Es stellt damit den Zusammenhang zwischen Besitz und Bekanntheit her.

Das Girokonto ist als Konto zur Abwicklung des Zahlungsverkehrs allseits bekannt. Alle Befragten besitzen es, bei 55 Prozent kommt eine Kreditkarte hinzu – die ist 93 Prozent ein Begriff. Andere Zahlungsprodukte sind weniger verbreitet als Girokonto und Kreditkarte. 37 Prozent sagen, sie verfügten über eine Zahlungsfunktion am Handy oder Smarthone, und 15 Prozent geben an, eine Prepaid-Karte zu besitzen.

Bei den Anlageprodukten erfreut sich das Sparbuch bzw. Sparkonto größter Beliebtheit. 64 Prozent besitzen ein solches Finanzprodukt. 34 Prozent haben einen Bausparvertrag. Nach eigenen Angaben haben jeweils 17 Prozent der Befragten Aktien beziehungsweise ein Anlagekonto, zum Beispiel in Form von Investmentfonds oder eines Ratensparvertrags. Diese Produkte sind neun von zehn Verbrauchern bekannt, teilweise auch allen. 67 Prozent der Befragten haben zudem schon einmal von Anleihen gehört, 8 Prozent besitzen sie auch. Wenig bekannt sind hingegen die Kryptotoken (49 Prozent). Sie haben gegenwärtig bei den befragten Verbrauchern keine Relevanz.

Grafik 12: Bekanntheit und Besitz von Finanzprodukten

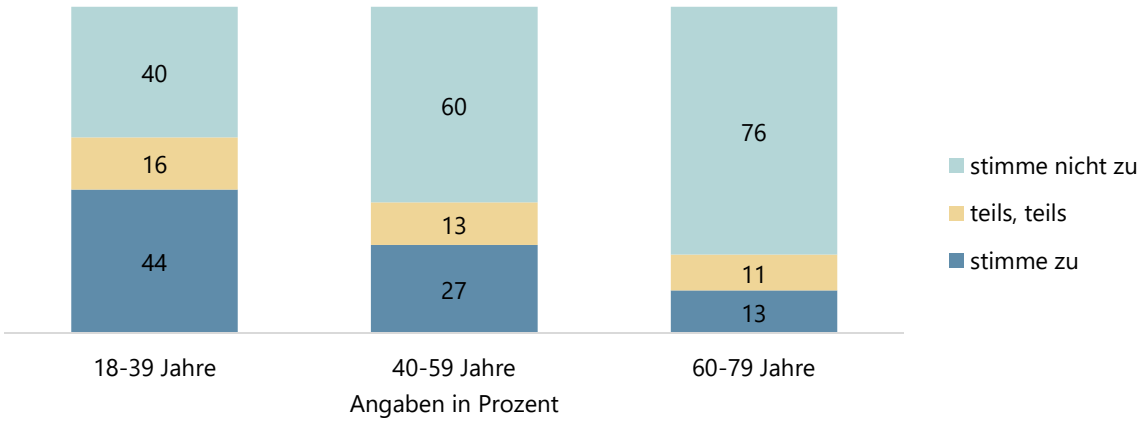


Aus den Ergebnissen geht hervor, wie viele Verbraucher einen Autokredit, einen durch eine Immobilie besicherten Kredit oder eine Mikrofinanzierung/einen Kleinstkredit besitzen oder kennen. 40 Prozent geben an, einen Autokredit zu besitzen. 24 Prozent haben einen durch eine Immobilie besicherten Kredit und 5 Prozent eine Mikrofinanzierung/einen Kleinstkredit. Es bestehen aber Unterschiede in der Bekanntheit dieser Kreditprodukte: 51 Prozent haben schon einmal die Begriffe Mikrofinanzierung oder Kleinstkredit gehört. Deutlich mehr Verbraucher kennen hingegen die anderen genannten Kreditprodukte.

Einen hohen Bekanntheitsgrad haben die Versicherungsprodukte in der Erhebung: Die Mehrheit der Verbraucher gibt zudem an, selbst ein Versicherungsprodukt (83 Prozent) oder Altersvorsorgeprodukte auf freiwilliger Basis (63 Prozent) zu besitzen. Zu Letzterem zählen etwa eine Kapitallebensversicherung und eine Riester-Rente.

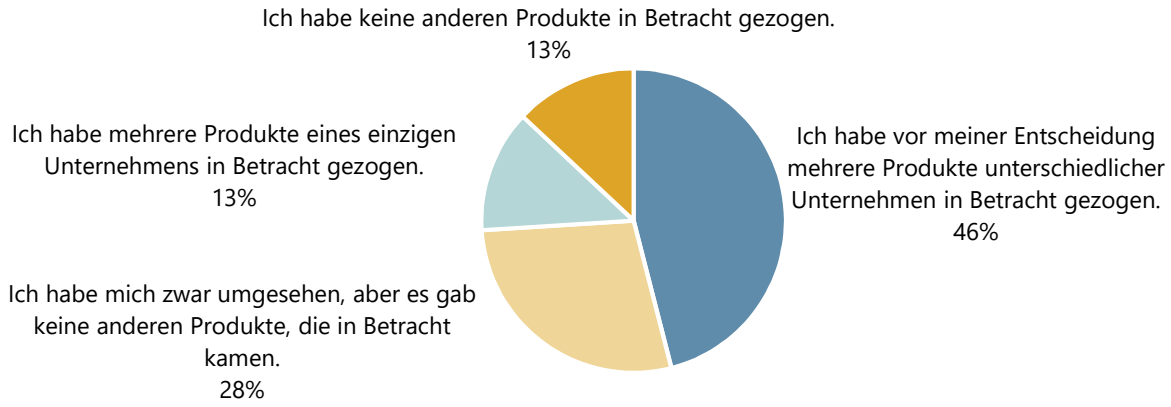
Handy und Smartphone sind aus der Gesellschaft nicht mehr wegzudenken. Sie haben sich von einem Kommunikationsgerät, das in erster Linie zum Telefonieren da war, zum digitalen Allrounder entwickelt. Selbst Zahlungen sind mit diesen Geräten längst möglich. 37 Prozent der Befragten verfügen mittlerweile über eine solche Zahlungsfunktion am Handy oder Smartphone. Inwieweit Verbraucher das Handy oder Smarthone aber tatsächlich nutzen, um am Zahlungsverkehr teilzunehmen, hängt – statistisch gesehen – stark von ihrem Alter ab. Während 44 Prozent der 18- bis 39-Jährigen das Gerät zu diesem Zweck nutzen, sind es 27 Prozent bei den 40- bis 59-Jährigen und 13 Prozent bei den 60- bis 79-Jährigen.

Grafik 13: Nutzung des Handys oder Smartphones für Zahlungen nach Alter



Die Produktauswahl soll im Folgenden näher betrachtet werden. Wie aktiv sind Verbraucher hierzulande, wenn es um die Wahl von Finanzprodukten geht? In den letzten zwei Jahren haben 65 Prozent aller Interviewten aus eigener Initiative mindestens ein Finanzprodukt erworben. Automatisch verlängerte Produkte zählen hier natürlich nicht mit. Auf Platz 1 der gewählten Produkte liegen die Kredite. 36 Prozent aller Befragten haben mindestens ein Kreditprodukt wie einen Autokredit oder einen durch eine Immobilie besicherten Kredit erworben. Auf Platz zwei befinden sich die Anlageprodukte. 30 Prozent wählen ein oder mehrere Produkte aus diesem Bereich – zum Beispiel ein Anlagekonto, einen Bausparvertrag und Aktien. Für die private Altersvorsorge oder Versicherungsprodukte entschieden sich dagegen 21 Prozent und 18 Prozent erwarben Zahlungsprodukte.

Grafik 14: Produktauswahl



74 Prozent der Menschen, die ein Finanzprodukt erwarben, informierten sich im Vorfeld bei verschiedenen Anbietern, um Produkte zu vergleichen. Zum Teil stellten Verbraucher dabei jedoch fest, dass für sie keine Alternativen in Betracht kamen. 26 Prozent informierten sich von vorneherein nur bei einem einzigen Anbieter.

Auf einen Blick

Tipps für Verbraucher

Informieren Sie sich bei verschiedenen Anbietern über Konditionen und Kosten und vergleichen Sie diese.

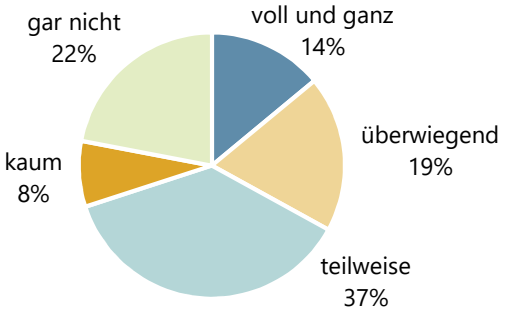
Lesen Sie sich die Ihnen ausgehändigten Informationen vor Vertragsabschluss immer gründlich durch.

Bei der Produktauswahl vertrauten alle Befragten ihrem Anbieter. 49 Prozent hatten von dem Unternehmen, für das sie sich entschieden, bereits andere Finanzprodukte erworben. Nur selten hatten die Befragten hingegen noch nie etwas von dem Unternehmen gehört, dessen Produkt sie erwarben. 33 Prozent war es wichtig, eine schnelle Entscheidung von dem Unternehmen zu erhalten. Das war besonders bei den Kreditprodukten der Fall, wo 48 Prozent Wert auf eine zügige Entscheidung legen.

Die Kaufentscheidung wurde von Informationen aus unterschiedlichen Quellen beeinflusst. Verbraucher zogen Produktvergleiche oder Kaufempfehlungen aus Fachzeitschriften oder dem Internet heran oder suchten einen unabhängigen Finanzberater auf. 60 Prozent gaben an, bei ihrer Produktwahl von solchen Informationen maßgeblich mit beeinflusst worden zu sein. 37 Prozent sagten, ihre Entscheidung sei ausschließlich durch Informationen von Bankmitarbeitern, Empfehlungen von Freunden, Verwandten oder Bekannten, durch Werbung, produktspezifische Informationsblätter oder sonstige Informationsquellen beeinflusst worden.

Grafik 15: Kleingedrucktes

Ich neige dazu,
das Kleingedruckte zu ignorieren,
solange nichts schief läuft.



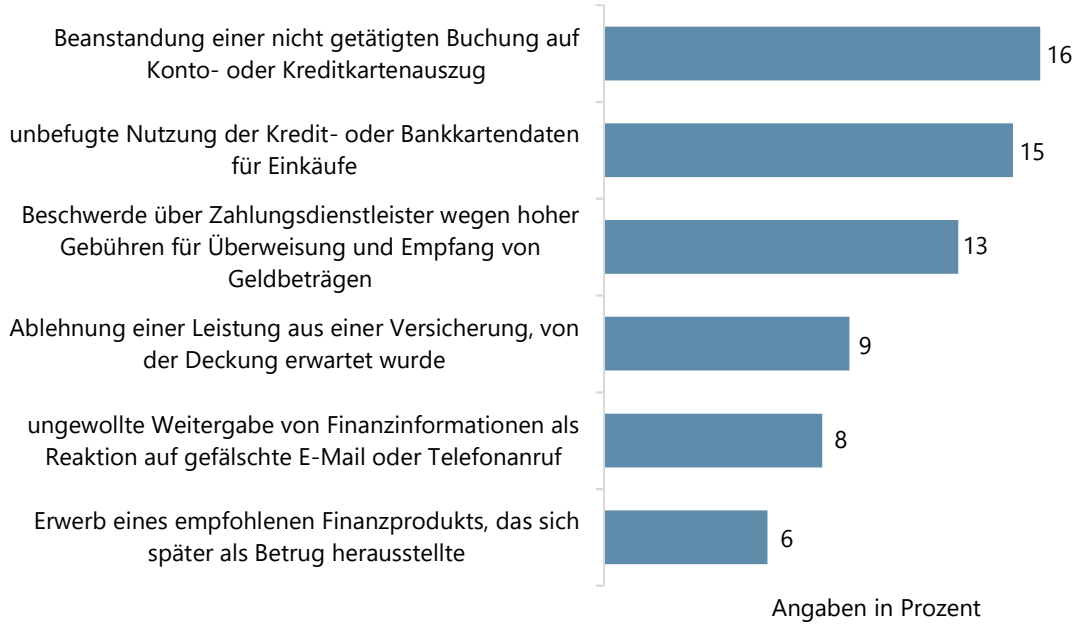
Es ist manchmal mühselig und zeitaufwendig, das Kleingedruckte zu lesen. Die Umfrage zeigt, dass 33 Prozent der Verbraucher dazu neigen, es zu ignorieren, solange es keine Probleme gibt. Bei 30 Prozent ist das anders: Sie schauen sich das Kleingedruckte lieber an.

4. Probleme mit Finanzprodukten oder -dienstleistungen

Es kommt vor, dass sich Verbraucher über eine Versicherung ärgern, die eine Leistung ablehnt, oder feststellen müssen, dass Unbekannte die eigene Kreditkarte unbefugt eingesetzt haben. Die Umfrage zeigt, mit welchen Problemen die Verbraucher in den letzten zwei Jahren konfrontiert waren. So entdeckten 16 Prozent der Befragten Buchungen auf ihrem Konto- oder Kreditkartenauszug, die sie nach ihren Angaben nicht veranlasst haben. 15 Prozent hatten den Eindruck, dass jemand unbefugt ihre Kredit- oder Bankkartendaten für Einkäufe nutzte. 13 Prozent beschwerten sich über einen Zahlungsdienstleister wegen hoher Gebühren für Zahlungstransaktionen. 9 Prozent machten die Erfahrung, dass die Versicherung eine Leistung ablehnte, obwohl sie mit einer Deckung gerechnet hatten.

8 Prozent der Befragten haben auf Telefonanrufe oder E-Mails reagiert und dabei ungewollt Informationen preisgegeben, die ihre finanziellen Verhältnisse betrafen. Im Nachhinein stellten sie fest, dass die Kontakte unseriös waren. Unseriöse Angebote geben sich den Anschein, unkompliziert und renditestark zu sein. 6 Prozent der Befragten gaben an, aufgrund einer Empfehlung ein Finanzprodukt erworben zu haben, das sich später als Betrug herausstellte.

Grafik 16: Häufigste Probleme mit Finanzen in den letzten zwei Jahren



Vereinzelt stießen Verbraucher auf Hindernisse, als sie ein Bankkonto eröffnen wollten. Ihre Anträge wurden aus verschiedensten Gründen abgelehnt. In seltenen Fällen kam es vor, dass Befragte Geld durch Hacker- oder Phishing-Angriffe verloren.

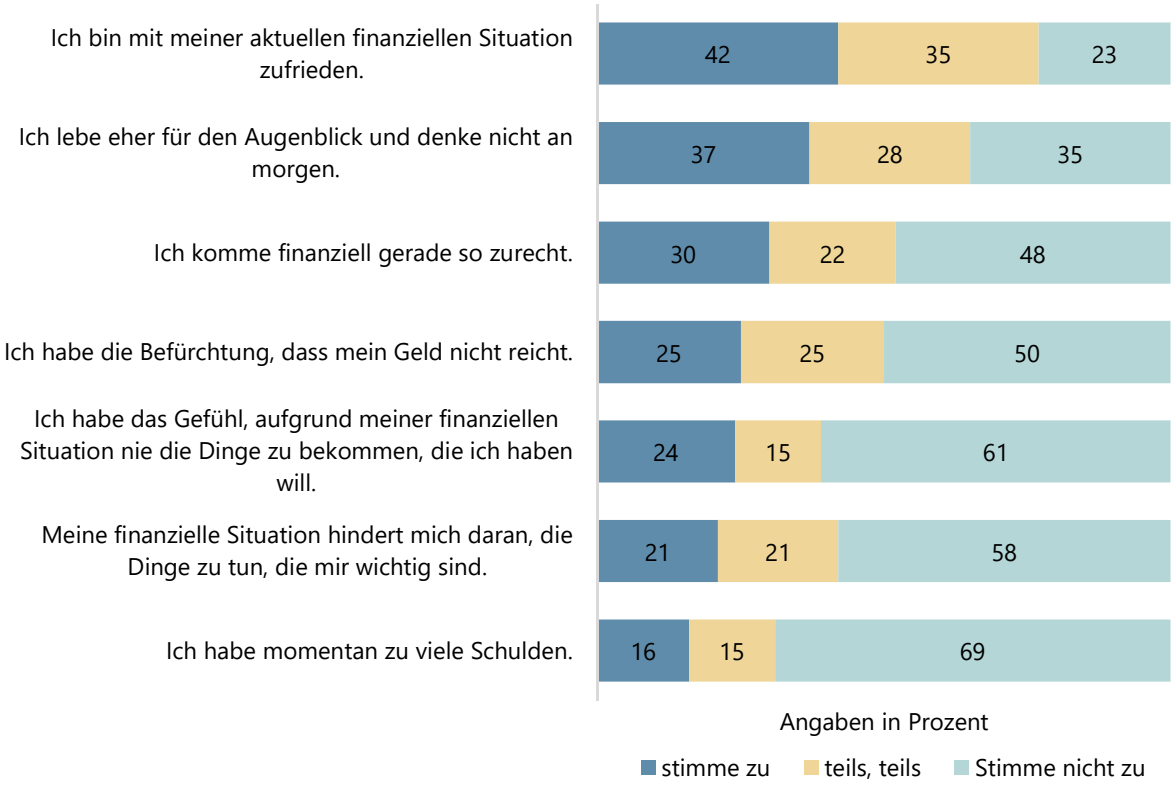
Die Umfrage zeigt auch, dass sich Verbraucher nur vereinzelt offiziell über die Dienstleistungen von Banken und anderen Finanzunternehmen beschweren.

5. Finanzielles Wohlbefinden

Ein unbesorgtes Leben steigert das Wohlbefinden. Die Zufriedenheit mit der finanziellen Situation hängt nicht allein von der objektiven finanziellen Situation ab, sondern auch davon, wie die Menschen ihre Lage subjektiv einschätzen. Menschen mit bescheidenen Ansprüchen können mit vergleichsweise geringen finanziellen Mitteln zufrieden sein. Diese Zufriedenheit ist ein wichtiger Teil der persönlichen Lebensqualität.

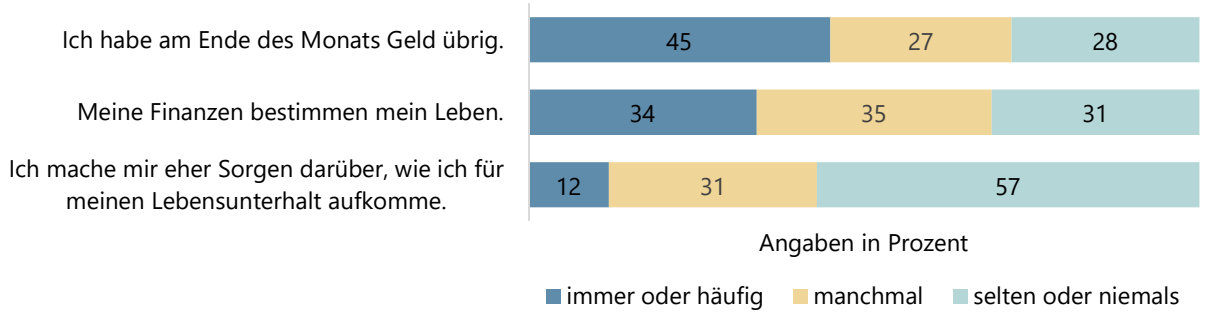
Viele Menschen sind hierzulande mit ihrer finanziellen Situation zufrieden (42 Prozent). Das trifft allerdings nicht auf alle zu. 30 Prozent der Befragten kommen finanziell gerade so zurecht. Und 25 Prozent befürchten sogar, dass das Geld nicht reicht.

Grafik 17: Finanzielles Wohlbefinden



Haben Menschen das Gefühl, aufgrund der eigenen finanziellen Situation nie die Dinge zu bekommen, die sie wollen? 24 Prozent empfinden das so, während 61 Prozent diese Meinung nicht teilen. 21 Prozent betrachten ihren Handlungsspielraum als eingeschränkt. Diese Menschen können Dinge nicht tun, die ihnen wichtig sind. Überdies sagen 16 Prozent der Befragten, sie hätten im Moment zu viele Schulden.

Grafik 18: Finanzielles Wohlbefinden II

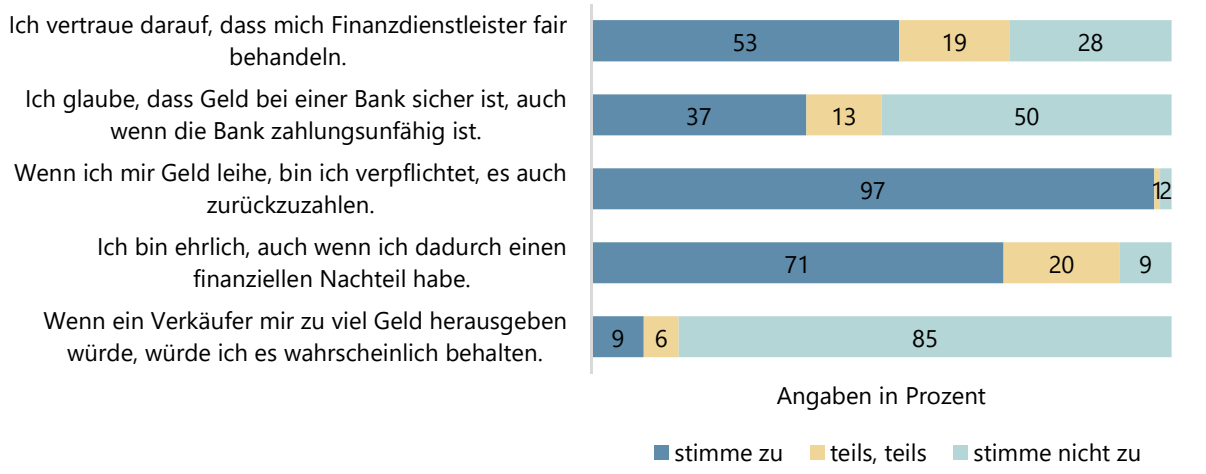


Bleibt am Monatsende Geld übrig? Bei 45 Prozent der Befragten ist das immer oder häufig der Fall. Bei 28 Prozent der Verbraucher trifft das selten oder nie zu. Wie sie für den eigenen Lebensunterhalt aufkommen, bereitet 12 Prozent der Befragten immer oder häufig Sorgen.

6. Integrität und Vertrauen in das Finanzsystem

Das Vertrauen der Verbraucher in die Funktionsfähigkeit und Unversehrtheit des Finanzmarkts und seiner Anbieter ist eine tragende Säule der Finanzmarktstabilität. Allerdings hat die globale Finanzkrise 2008 dieses Vertrauen erheblich erschüttert. Ein großes Regulierungspaket hat damals dazu beigetragen, es wiederherzustellen bzw. noch zu stärken. Außerdem wertete der Gesetzgeber den Verbraucherschutz seitdem erheblich auf.

Grafik 19: Integrität und Vertrauen



Die Ergebnisse der Erhebung sind aufschlussreich. 53 Prozent der Befragten vertrauen darauf, dass Finanzdienstleister sie fair behandeln. Dass das Geld bei einer Bank sicher ist, auch wenn sie zahlungsunfähig ist, glauben 37 Prozent. 50 Prozent zweifeln hingegen daran.

Nahezu alle Befragten sehen sich dazu verpflichtet, geliehenes Geld zurückzuzahlen. Für ehrlich halten sich 71 Prozent. Das gelte auch, wenn sie dadurch einen finanziellen Nachteil hätten. Im Alltagstest, wenn der Verkäufer zu viel Wechselgeld herausgibt, würden es 85 Prozent vermutlich nicht behalten.