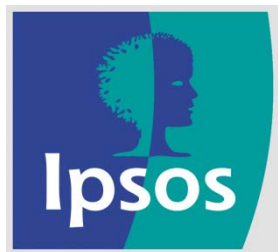


ING-DiBa Studie 2013: Deutsche mit geringster Finanzbildung in Europa

Studie in Zusammenarbeit mit Ipsos Marktforschung



Frankfurt am Main, 16. August 2013



Studiendesign

■ Methode

- › Internationale Online-Untersuchung im Mai 2013

■ Befragte

- › 12 teilnehmende Nationen
- › Finanzielle Entscheider ab 18 Jahren
- › Alle Länder repräsentativ nach Geschlecht, Alter und Region
- › n > 1.000 Befragte pro Land (Luxemburg n > 500)
- › N = 11.724

■ Beauftragtes Meinungsforschungsinstitut

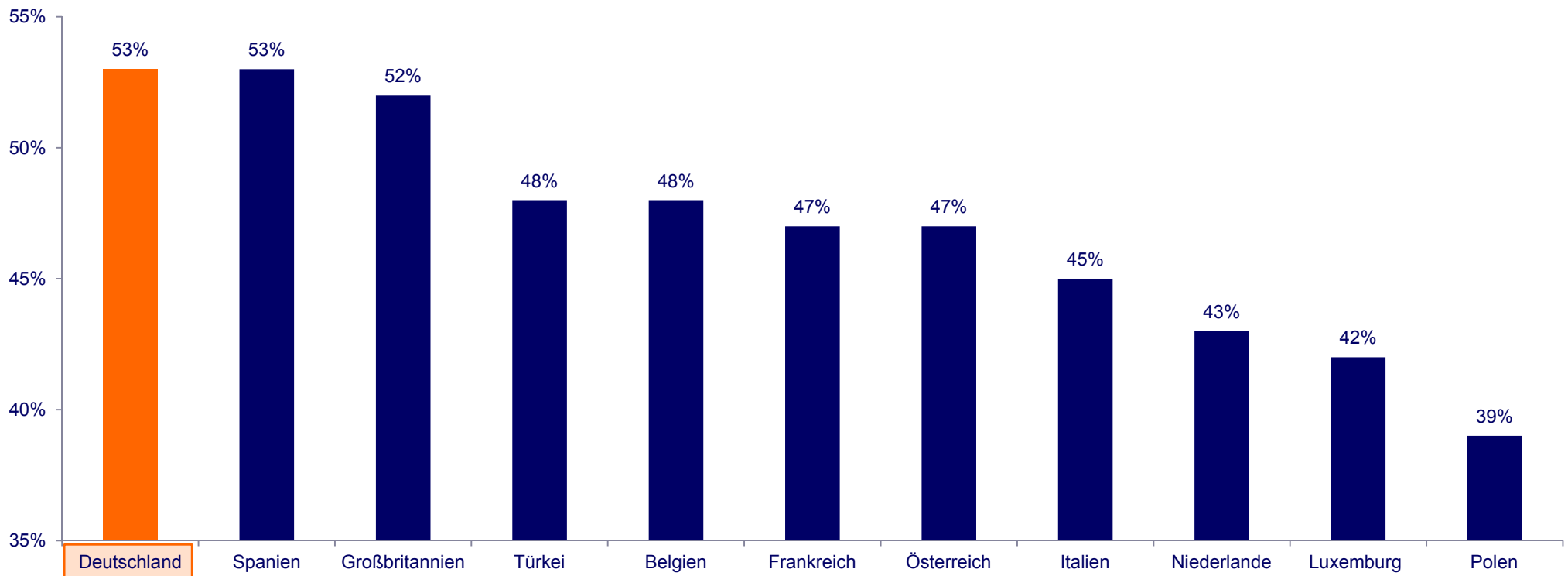
- › Ipsos Marktforschung



Finanzbildung: Deutsche mit geringster Finanzbildung in Europa

- › In Deutschland geben mit 53% europaweit die meisten Menschen zu, keine Finanzbildung zu haben.
- › In absoluten Zahlen ausgedrückt outen sich damit **35 Mio. deutsche Erwachsene** als **finanzielle Analphabeten**.

Keine Finanzbildung vorhanden



Quelle: Ipsos im Auftrag der ING-DiBa.

Originalfrage: „Haben Sie jemals Finanzbildung erhalten?“

Hier abgebildete Antwort: „Nein, ich habe keine Finanzbildung erhalten.“

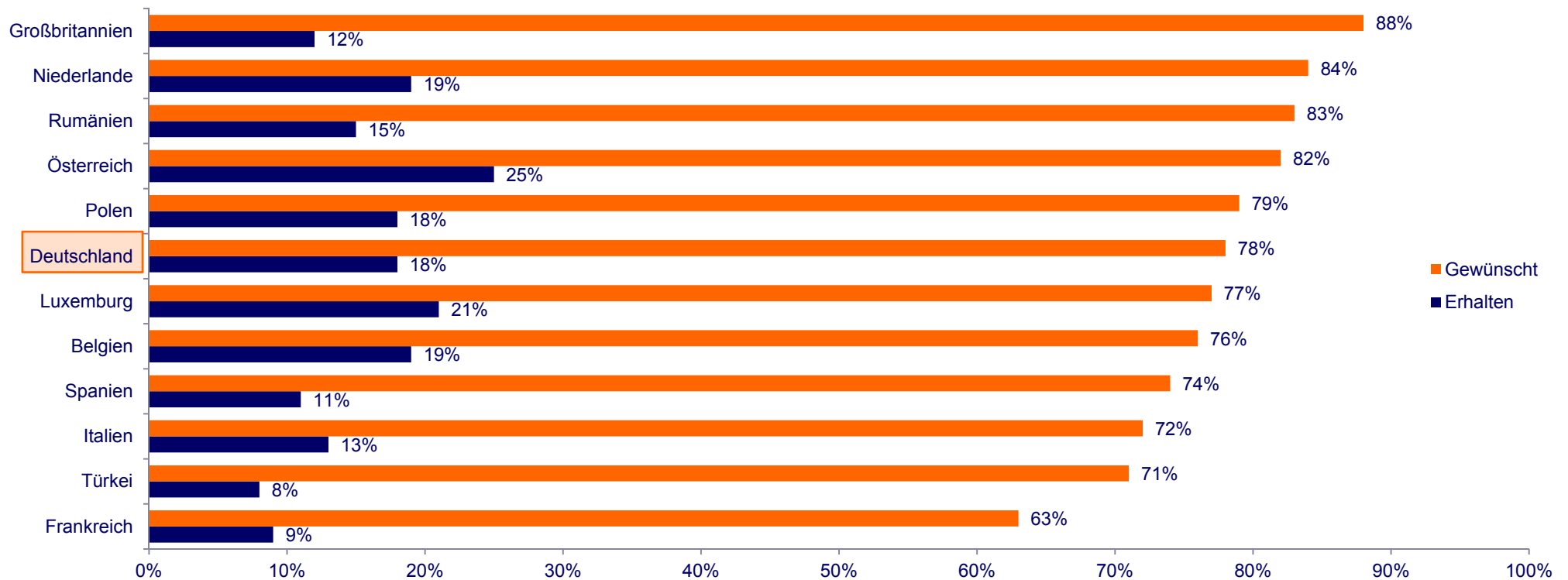
Die weiteren Antwortmöglichkeiten waren: „Ja, durch die Schule“, „Ja, durch Freunde oder Familie“, „Ja, durch das Studium“, „Ja, durch den Beruf“, „Ja, durch Kurse“, „Selbst beigebracht durch TV-, Radio- oder Internetnutzung“, „Selbst beigebracht durch Buchlektüre“ oder „Sonstiges“. Rumänien: n/a.



Finanzbildung: Deutsche fordern Finanzbildung in der Schule, aber fast niemand bekommt sie

- › 78% der Deutschen wollen Finanzbildung in der Schule, aber nur 18% haben sie erhalten.
- › Damit haben 60% aller Erwachsenen in Deutschland, d.h. **40 Mio. Menschen**, **gegen ihren Willen keine Finanzbildung in der Schule** bekommen.

Finanzbildung in der Schule

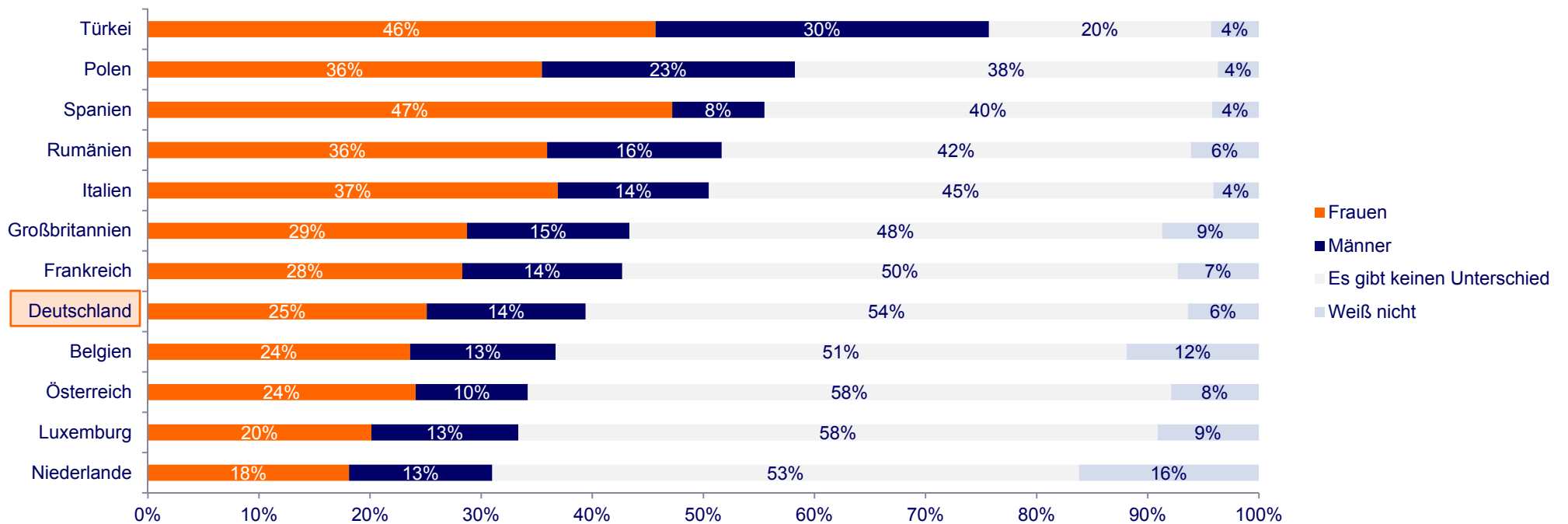


Quelle: Ipsos im Auftrag der ING-DiBa.
Originalfragen: Erste Frage: „Glauben Sie, dass Menschen Finanzbildung erhalten sollten?“
Antwort: „Ja, in der Schule.“
Zweite Frage: „Haben Sie jemals Finanzbildung erhalten?“
Antwort: „Ja, in der Schule.“

Finanzbildung: Gender-Unterschiede bei Einschätzung der Finanzkompetenz

- › Südeuropäer sehen die deutlichsten Unterschiede zwischen Männern und Frauen und schreiben Frauen deutlich mehr Finanzkompetenz zu.
- › In allen Ländern werden Männer weniger kompetent als Frauen beschrieben.
- › Deutschland und seine Nachbarländer sehen die wenigsten Unterschiede zwischen Männern und Frauen.

Südeuropäer sehen deutlichen Unterschied in der Finanzkompetenz

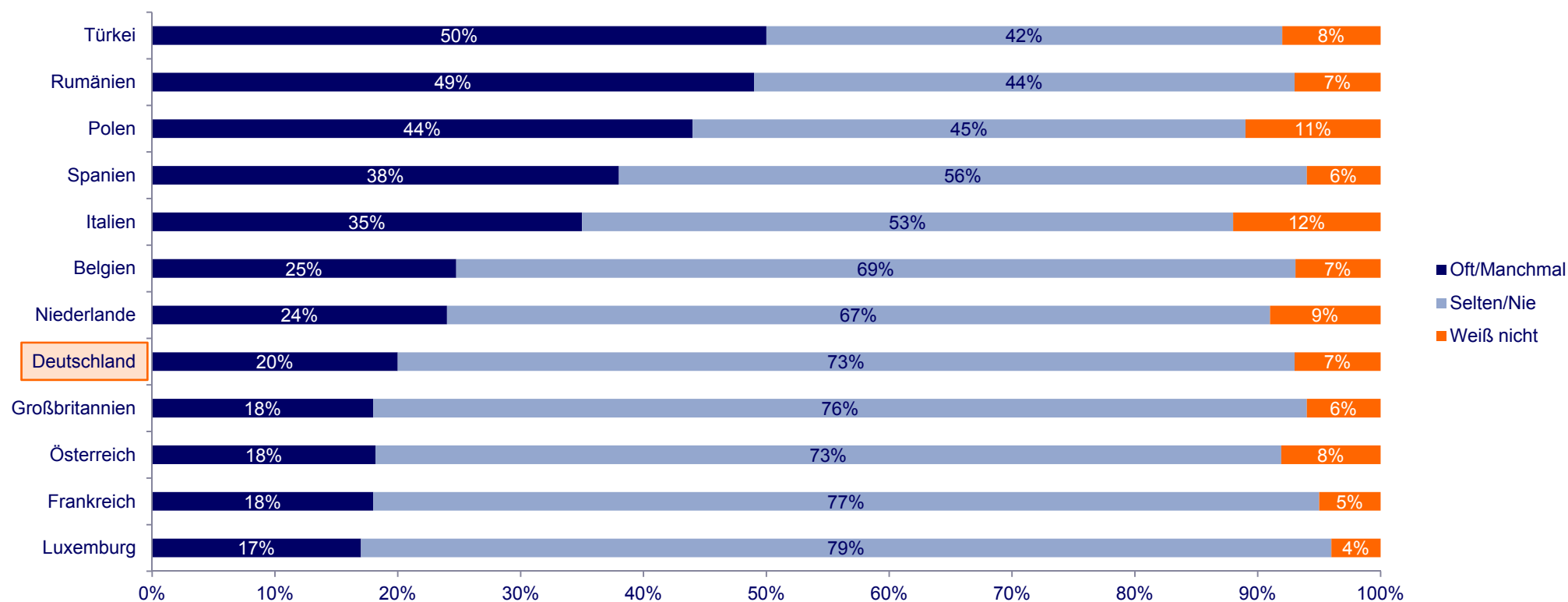


Quelle: Ipsos im Auftrag der ING-DiBa.
Originalfrage: „Können Ihrer Ansicht nach Männer oder Frauen besser Geld verwalten?“
Antworten: ‚Männer‘, ‚Frauen‘, ‚Es gibt keinen Unterschied‘ oder ‚Weiß nicht‘

Social Media: Nutzung von Social Media als Bankservicekanal

- › In Südeuropa ist Social Media bereits heute ein voll etablierter Kanal, um mit der Bank zu kommunizieren.
- › Bankkunden in Deutschland hingegen nutzen Social Media eher selten als Kontaktkanal.

Bankkontakt via Social Media

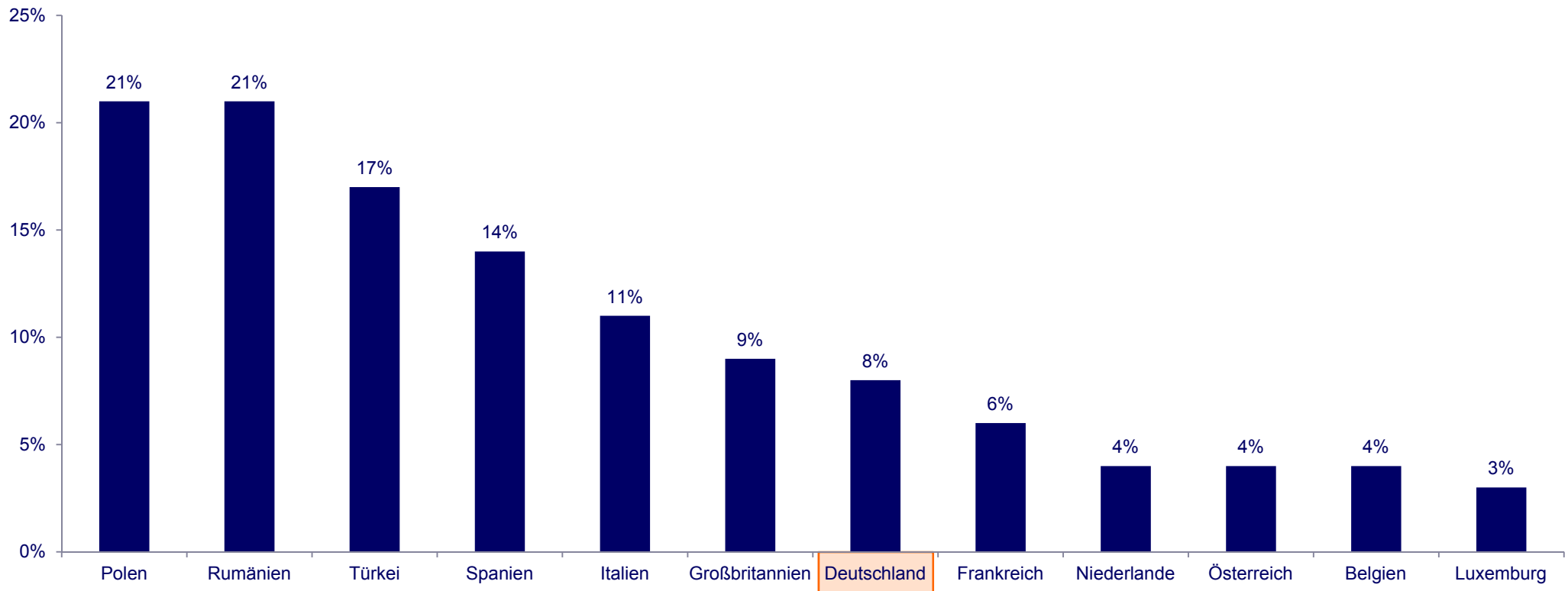


Quelle: Ipsos im Auftrag der ING-DiBa.
Originalfrage: „Würden Sie für diese Finanzaktivitäten oder Entscheidungen soziale Medien nutzen?“
Antwortkategorie: „Um Kontakt mit einem Bankangestellten/Hilfeservice aufzunehmen.“

Social Media: Nutzung von Social Media als Informationsquelle vor der Bankkontoeröffnung

- › Südeuropäer nutzen Social Media am häufigsten als Informationsquelle für die Bankkontoeröffnung.
- › In Deutschland spielt Social Media nur für 8% eine Rolle als Informationsquelle vor der Bankkontoeröffnung.

Social Media als Informationsquelle vor der Bankkontoeröffnung



Quelle: Ipsos im Auftrag der ING-DiBa.

Originalfrage: „Welche Informationsquellen würden Sie nutzen, wenn Sie eine Entscheidung über den Kauf oder die Nutzung der folgenden Dinge treffen müssten?“

Item: ‚Eröffnung eines Bankkontos‘.

Antwortkategorie: ‚Soziale Medien und Foren.‘



Mobile Banking: Deutsche nutzen Mobile Banking meist zu Hause

- › Ein Drittel aller Erwachsenen in Deutschland nutzen Mobile Banking, aber mehr als die **Hälfte davon sind dabei zu Hause**.
- › Mobiles Endgerät heißt noch lange nicht, dass es von unterwegs genutzt wird.

Mobile Banking Nutzung



Quelle: Ipsos im Auftrag der ING-DiBa.

Originalfragen: 1. „Verwenden Sie Mobile-Banking?“ Unter Nutzer fallen die Antworten: ‚Ja, mehrmals pro Tag‘, ‚Ja, täglich‘, ‚Ja, mehrmals pro Woche‘, ‚Ja, mehrmals pro Monat‘, ‚Ja, mehrmals pro Jahr‘, ‚Ja, weniger oft als mehrmals pro Jahr‘

2. „Wo würden Sie Mobile-Banking am häufigsten einsetzen?“ Antwort: ‚Zu Hause‘. Weitere Antworten waren: ‚Beim Einkaufen‘, ‚In einem Pub oder Restaurant‘, ‚Bei der Arbeit‘, ‚Auf dem Arbeitsweg‘, ‚Im Urlaub‘, ‚Weiß nicht‘ oder ‚Sonstiges, bitte angeben‘.