

## Jugendstudie bestätigt Bedeutung der Anlageberatung

In Deutschland fehlt es am Nachwuchs. Das gilt nicht nur für den Arbeitsmarkt, sondern auch im Wertpapiergeschäft. Das zeigen die Aktionärszahlen nach Altersgruppen, wie sie das Deutsche Aktieninstitut in seinem Halbjahresbericht Kurvenlage für das 1. Halbjahr 2018 ausweist. Demnach gibt es in der Altersgruppe von 14 bis 29 Jahre 0,9 Millionen Aktionäre, unter den 30- bis 39-Jährigen 1,3 Millionen und unter den 40- bis 49-Jährigen 1,9 Millionen. Erst in den Altersgruppen jenseits der 50 steigt die Zahl über die Zwei-Millionen-Grenze. 2,5 Millionen Aktionäre sind 50 bis 59 Jahre alt, weitere 3,5 Millionen über 60 Jahre. Damit sind 59,4 Prozent aller Aktionäre in Deutschland älter als 50 Jahre.

Die geringeren Zahlen in den jüngeren Altersgruppen lassen sich durchaus erklären: Jugendliche und junge Erwachsene haben oftmals andere Dinge im Kopf als das langfristige Sparen, junge Familien vielleicht auch nicht immer das nötige Kapital. Oder es fehlt zwischen Beruf und Familie die Zeit, sich damit zu befassen. Das ändert aber nichts daran, dass es gerade für jüngere Menschen wichtig ist, möglichst frühzeitig mit dem Wertpapier-sparen für die Altersvorsorge zu beginnen, ist es doch eine Binsenweisheit, dass sich hier gerade ein langfristiger Anlagehorizont auszahlt.

Doch allzu häufig fehlt es, wie Studien immer wieder belegen, auch am Wissen über wirtschaftliche Zusammenhänge. Und mangelnde Finanzbildung ist längst als eine der Ursachen für die geringe Wertpapierkultur in Deutschland ausgemacht. Wie es mit dem Wissen des potenziellen Wertpapiernachwuchses in dieser Hinsicht aussieht, hat der Bankenverband die GfK in einer Jugendstudie untersuchen lassen

über Wertpapieranlagen und Wertpapier-sparen. Vom 22. Mai bis 7. Juni 2018 wurden dazu 650 Jugendliche von 14 bis 14 Jahren repräsentativ nach den Merkmalen Alter, Bundesland, Geschlecht, Haushaltgröße, Schulbildung und Ortsgröße befragt.

### Erwartungen an Banken deutlich gestiegen

Das Ergebnis ist ernüchternd. Obwohl nur 8 Prozent der Befragten eigenen Angaben zufolge keinen Wirtschaftsunterricht hatten, gaben nur 29 Prozent der jungen Leute an, in der Schule viel über Wirtschaft und Finanzen gelernt zu haben. 18 Prozent sprechen von „so gut wie nichts“, 45 Prozent von „nicht so viel“.

Dabei sind die Erwartungen an die Schule gestiegen: 60 Prozent der Befragten (2015 waren es 57 Prozent) erwarten Informationen über wirtschaftliche Zusammenhänge in erster Linie von der Schule, die damit deutlicher vor den Medien (57 Prozent) liegt als vor drei Jahren. Banken folgen als Informationsquelle zwar mit

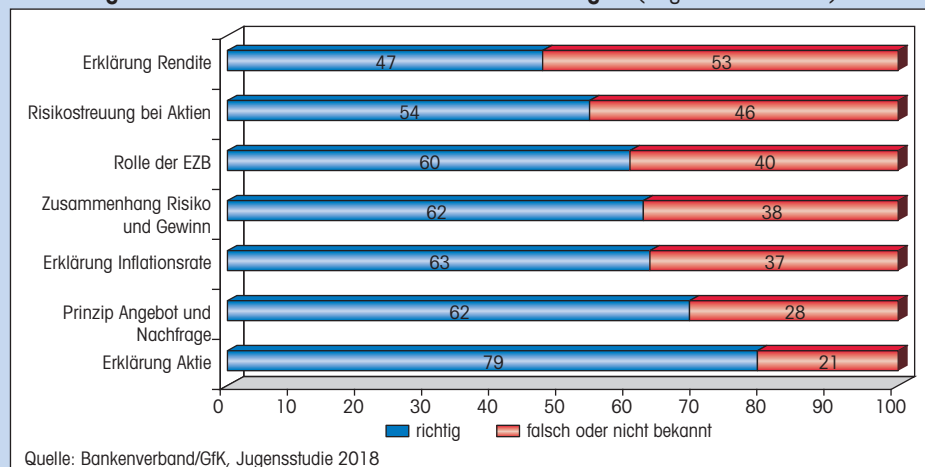
deutlichem Abstand erst auf dem dritten Platz. Allerdings ist der Anteil jener Befragten, die Wirtschaftsinformationen von Banken erwarten, mit Abstand am deutlichsten gewachsen, nämlich von 20 Prozent 2015 auf 29 Prozent 2018.

Mit Blick auf Wirtschaftsthemen in der Schule sind sich Schüler und junge Erwachsene weitgehend einig: 84 Prozent der Befragten insgesamt wünschen sich mehr Wirtschaftsthemen in der Schule; unter den Schülern sind es 82 Prozent.

### Mehr Wirtschaft in der Schule

Insgesamt ist der Wunsch nach mehr Wirtschaftsthemen seit 2012 (76 Prozent) kontinuierlich gestiegen. Gleichzeitig ist jedoch die Zustimmung zur Forderung, ein eigenes Schulfach „Wirtschaft“ in allen Bundesländern einzuführen, allerdings gegenüber 2015 von 73 auf 65 Prozent gesunken. Das kann allerdings auch daran liegen, dass der Anteil jener Befragten, die ein solches Schulfach bereits hatten oder haben, von 5 auf 17 Prozent gesunken ist.

Abbildung 1: Wirtschaftswissen der 14- bis 18-Jährigen (Angaben in Prozent)



Vielleicht auch deshalb hat sich das Wirtschaftswissen der jungen Leute etwas verbessert. 66 Prozent von ihnen bescheinigt der Index 2018 sehr gute oder gute Kenntnisse. 2015 galt das nur für 61 Prozent der Studienteilnehmer.

### Immer noch Defizite bei Basiswissen

Im Einzelnen gibt es gleichwohl noch erschreckende Defizite.

■ So wissen zwar 63 Prozent der jungen Leute, was die Inflationsrate ist. Die ungefähre Höhe der aktuellen Inflationsrate wussten im Umfragezeitraum jedoch nur 18 Prozent zu nennen.

■ Der Begriff „Investmentfonds“ sagt 63 Prozent der Befragten gar nichts. Weitere 7 Prozent können ihn nicht richtig erklären.

■ Und mit dem Begriff „Rendite“ verbindet sogar eine Mehrheit von 53 Prozent keine oder falsche Vorstellungen.

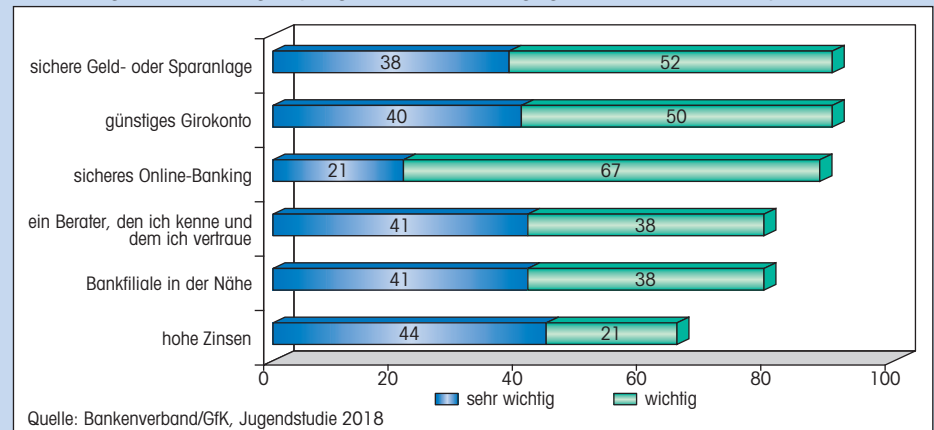
### Meinung über Banken leicht verbessert

Bei der Einstellung gegenüber Banken weist die Studie erstmals seit der Finanzkrise einen leicht positiven Trend aus: 8 Prozent der Jugendlichen und jungen Erwachsenen haben 2018 eine sehr gute Meinung von Banken; vor drei Jahren waren es 5 Prozent. Eine gute Meinung von Banken haben wie in der Vorgängerstudie 61 Prozent.

Bei den Erwartungen an Kreditinstitute steht eine sichere Geld- und Sparanlage ganz oben, gefolgt von einem günstigen Girokonto und einem sicheren Online-Banking. Ein Berater, den man kennt und dem man vertraut, folgt auf Platz 4.

Informationen zu Geldangelegenheiten sind 18 Prozent der jungen Befragten sehr

**Abbildung 2: Erwartungen junger Bankkunden gegenüber Banken** (Angaben in Prozent)



wichtig, weiteren 56 Prozent wichtig. Und diese Informationen sollten nach der Einschätzung von 50 Prozent von Banken kommen – das sind 4 Prozentpunkte mehr als vor drei Jahren.

Damit liegen die Banken als Informationsquelle unverändert vorn, gefolgt von Schule, Eltern und Medien, wobei einzig die Eltern aus Sicht der Befragten an Relevanz als Informationsquelle verloren haben.

Wenn also die jungen Leute (zu Recht) eingestehen, wenig von Wirtschaft, Finanzen oder gar Börsengeschehen zu verstehen und gleichzeitig Banken und deren Beratern eine wichtige Rolle in Sachen Informationen zumessen, dann zeigt dies die hohe Bedeutung, die eine Anlageberatung immer noch hat oder haben sollte. Natürlich kann eine bessere Finanzbildung in der Schule die Grundlagen für mehr Wertpapiersparen legen – bei der ganz konkreten Anlageentscheidung kann das dort vermittelte Basiswissen aber nur wenig helfen – vor allem bei Einsteigern in das Wertpapiersparen.

Eine Regulierung, die gerade die unerfahrenen Kunden vor windigen Beratern schützt, ist deshalb zweifellos richtig. Sie darf aber nicht dazu führen, das Vertrauen in die Beratung zu erschüttern. Wenig plausible Kostenberechnungen oder wi-

dersprüchliche Angaben zu ein und demselben Produkt sind da ebenso wenig hilfreich wie eine Flut von Informationsmaterial, da der Kunde im Regelfall nicht alles lesen oder verstehen wird und das vor allem das Gefühl hinterlässt, mit dem gewählten Produkt sei vielleicht doch nicht alles in Ordnung.

Ob Banken und Sparkassen sich in der Folge der Regulierung tatsächlich in großem Stil aus der Anlageberatung zurückziehen werden, sei einmal dahingestellt. Zumindest VR-Banken und Sparkassen werden das wohl ebenso zu vermeiden versuchen wie Negativzinsen für den Durchschnittssparer.

Das hilft aber alles nichts, wenn die Regulierung – angefangen von den Telefonmitschnitten bis hin zum Informationswust – beim Kunden den Eindruck erweckt, es gehe vor allem darum, die Bank abzusichern, obwohl doch eigentlich Verbraucherschutz das Ziel sein sollte. Vielleicht kommen dann Robo Advisor zum Zuge. Die individuelle und wirklich auf die Situation des Kunden zugeschnittene Lösung, die sich Verbraucherschützer wünschen, ist das aber nicht. Und nicht ohne Grund hat der BVI erst unlängst darauf hingewiesen, dass auch der Nutzer solcher Tools ein gewisses Wissen schon mitbringen sollte. **Red.**