

FINANZBILDUNG

Jüngere setzen auf die Schule, Ältere auf Eigenverantwortung

Sich in Sachen Finanzen zu bilden ist vor allem Sache des Einzelnen, meinen 72 Prozent der Bundesbürger hier für geboten. 68 Prozent sind der Ansicht, dass es auch Aufgabe der Eltern sei, in Geldfragen Wissen an ihre Kinder weiterzugeben. Die Schulen sehen Verbraucher dagegen mit 61 Prozent nur auf dem dritten Platz. Das sind Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Studie „Liquidität 50Plus“, für die das Marktforschungsinstitut Forsa 1001 Bundesbürger befragt hat. Für die Hälfte der Befragten (51 Prozent) ist es auch Aufgabe der Bundesregierung Wissen in Finanzfragen zu vermitteln. Banken sehen die Befragten nur wenig stärker in der Pflicht (55 Prozent).

Ein Unterschied zeigt sich beim Wissenserwerb zwischen den einzelnen Generationen. Für die Generation 50 plus ist in erster Linie jeder Bürger selbst verantwortlich, sich das notwendige Finanzwissen anzueignen (73 Prozent). Bei den unter 30-Jährigen haben nur 66 Prozent diesen Anspruch an den Einzelnen. Die 18- bis 29-Jährigen sehen Finanzbildung vor allem als Aufgabe der Schulen (71 Prozent).

Diese veränderte Haltung der Jüngeren könnte das Thema Finanzbildung künftig noch brisanter werden lassen: Denn wenn das Bewusstsein dafür,

sich selbst kümmern zu müssen, abnimmt, wird die Wissenslücke in Zukunft eher wachsen anstatt kleiner zu werden. Daran könnte auch eine Institutionalisierung der Finanzbildung in der Schule vermutlich eher wenig ändern.

Informationen von Verbraucherorganisationen wie Verbraucherzentralen oder Stiftung Warentest halten 86 Prozent für „eher“ oder „sehr geeignet“. Auf dem zweiten Rang folgt mit 83 Prozent die Wissensvermittlung durch Fachleute in Schulen, gefolgt von Weiterbildung in Unternehmen zum Beispiel zum Thema Altersvorsorge mit 79 Prozent.

Unterschiede zwischen den Generationen fördert die Studie hinsichtlich der für die Wissensvermittlung als geeignet empfundenen Medien. Am häufigsten werden hier mit 77 Prozent Ratgebersendungen im Fernsehen genannt. Darauf setzen vor allem Ältere. Auf Platz zwei folgen Wirtschafts- und Finanzseiten von Zeitungen mit 67 Prozent insgesamt. Sie sind vor allem bei den unter 30-Jährigen das Mittel der Wahl (76 Prozent). Jeder zweite der unter 30-Jährigen findet Foren und Blogs geeignet, um sich über Finanzthemen zu informieren. In der Gesamtstichprobe gibt das nur gut jeder Dritte an (35 Prozent). Red.