NEWS RELEASE

Klarna Studie zeigt: 64% der Deutschen sprechen mindestens einmal im Monat über Geld

2023-08-10

Berlin, 10. August 2023 – “Über Geld spricht man nicht” ist ein stark verbreiteter Glaubenssatz in Deutschland. Aber ist das Thema Geld hierzulande auch 2023 noch ein Tabu? Und wie denken die verschiedenen Generationen darüber? Der Zahlungs- und Shoppingdienstleister Klarna hat im Rahmen einer repräsentativen Umfrage in 18 Ländern untersucht, wie offen Menschen über Geld sprechen und mit wem sie sich dazu unterhalten. Die Antworten zeigen, dass Geld als Gesprächsthema vor allem eine Generationenfrage ist.

- 64% der Deutschen sprechen mindestens einmal im Monat mit Freund:innen und Familie über ihre Finanzen. Allerdings gibt ein Drittel an, nie über die persönlichen Finanzen zu sprechen.
- Jeder zweite Deutsche (52%) fühlt sich wohl dabei, mit Bekannten über Geld zu sprechen. Im internationalen Vergleich liegt Deutschland damit auf Platz 5, mit 62% sind die Schwed:innen am offensten für Gespräche über persönliche Finanzen.
- Die Hauptinformationsquellen zu Finanzthemen sind für den Großteil der Deutschen Social Media Plattformen (23%). Danach folgen Ratgeber und Bücher (21%) und spezifische Online Plattformen (14%).

Bei über der Hälfte der Deutschen sind Finanzen mindestens einmal im Monat Gesprächsthema - GenZ und Millennials deutlich vor Baby Boomern

Die letzten Jahre haben den Umgang mit Geld weltweit stark geprägt: durch die Corona-Pandemie gab es einen starken Shift von Bargeld zu kontaktlosem Bezahlen, das Aufkommen von Neo-Brokern hat die Beschäftigung mit der Geldanlage gefördert und durch die Inflation sind Menschen achtsamer im Umgang mit Geld geworden. Dies scheint auch einen positiven Einfluss auf die Gesprächsbereitschaft der Deutschen über Geld zu haben: 64% der Deutschen sprechen mindestens einmal im Monat über ihre Finanzen. Dabei lässt sich ein deutlicher Unterschied zwischen den Generationen feststellen. Während über zwei Drittel der Gen Z (75%) und Millennials (88%) monatlich mit Familie oder Freunden über Geld spricht, sind es bei den Baby Boomern nur 46%. Knapp die Hälfte (49%) der

Baby Boomer gibt sogar an, überhaupt nicht mit Bekannten über die eigenen Finanzen zu sprechen.

Schwed:innen, Amerikaner:innen und Brit:innen sprechen gerne und häufig über Geld

Mit Blick auf den internationalen Vergleich zeigt sich allerdings, dass die Deutschen dem Thema Geld nicht so aufgeschlossen sind wie andere Länder. In Schweden geben ganze 69% der Befragten an, mindestens einmal im Monat mit engen Bekannten über ihre Finanzen zu sprechen. Dabei scheint für die Schwed:innen das deutsche "Über Geld spricht man nicht" am wenigsten zu gelten. 62% der Befragten aus dem Norden geben an, sich beim persönlichen Austausch über die eigenen Finanzen wohlzufühlen. Damit liegen sie im internationalen Vergleich auf Platz 1. Auch in den USA und Großbritannien scheint es eine positive Gesprächskultur rund um Geld zu geben. 57% der Amerikaner:innen und 56% der Briten geben an, sich dabei wohlzufühlen. In Deutschland bestätigt das immerhin jeder 2. Befragte (52%). Auch hier zeigen sich wieder die Alterseffekte. Während 80% der deutschen Millennials ein positives Erlebnis bei Gesprächen über die eigenen Finanzen bestätigen, sind es bei den Baby Boomern nur 37%.

Social Media ist die Hauptinformationsquelle beim Thema Finanzen

Neben Gesprächen gibt es diverse Quellen, um sich über den Umgang mit Finanzen zu informieren und auszutauschen. 23% der Deutschen geben an, ihre Informationen über Social Media, wie Facebook, Instagram oder TikTok zu beziehen. 21% eignen sich ihr Wissen durch das Lesen von Büchern oder Magazinen über Finanzverwaltung an, 14% über Online Magazinen und 8% von Journalist:innen. Die Ergebnisse zeigen die Bedeutung und Verantwortung der sogenannten Finfluencern, also Personen, die über ihre Social Media Kanäle Finanzwissen vermitteln. Auch bei der Informationssuche zeigen sich wieder starke Unterschiede zwischen den Generationen. Die Ergebnisse zeigen, dass vor allem junge Menschen auf eine Vielfalt an Medien zurückgreifen, um sich zu informieren. So geben 68% der Personen im Alter von 18-42 Jahren an, sich über Social Media zu informieren, 50% dieser Gruppen greifen auf Bücher zurück, 29% nutzen Blogs, 28% Online Magazin und 26% informieren sich über journalistische Quellen. Unter den Baby Boomern werden diese Medien deutlich weniger genutzt: Social Media (1%) , Bücher (5%), Blogs (2%), Online Magazine (5%) und journalistische Quellen (1%). Ganze 84% geben an, überhaupt keine dieser Informationsquellen zu nutzen.

Nicole Defren, Country Manager Deutschland bei Klarna, sagt zu der Studie: "Deutsche gelten jeher reserviert und verschlossen, wenn es um die persönlichen Finanzen geht. Die Ergebnisse der Studie zeigen aber einen Wandel: Vor allem die jüngeren Generationen haben ein stärkeres Bedürfnis, sich über Finanzen auszutauschen und sich über Themen wie Gehalt, Investitionen und Ausgaben zu informieren. Wir bei Klarna sehen darin eine positive Entwicklung. Um finanziell selbstbestimmt zu sein, ist es wichtig, sich frühzeitig mit den eigenen Finanzen auseinanderzusetzen und sich ein Grundwissen anzueignen. Wir unterstützen unsere Nutzer*innen dabei, indem

wir in der Klarna-App alle wichtigen Tools und Informationen zur Finanzverwaltung an einem Ort bündeln und möglichst viel Übersichtlichkeit bieten."

Methodik

Insgesamt haben 19.293 Personen in 18 Ländern (USA, Großbritannien, Australien, Deutschland, Österreich, Niederlande, Belgien, Frankreich, Schweden, Norwegen, Finnland, Neuseeland, Italien, Polen, Portugal, Spanien, Tschechische Republik, Griechenland) an der Umfrage teilgenommen. Die Stichproben sind landesweit repräsentativ und umfassen natürlich sowohl Klarna-Nutzer als auch Nicht-Klarna-Nutzer und wurden von der Forschungsagentur Nepa ausgewählt. Pro Land wurden mindestens 1.000 Personen befragt.