

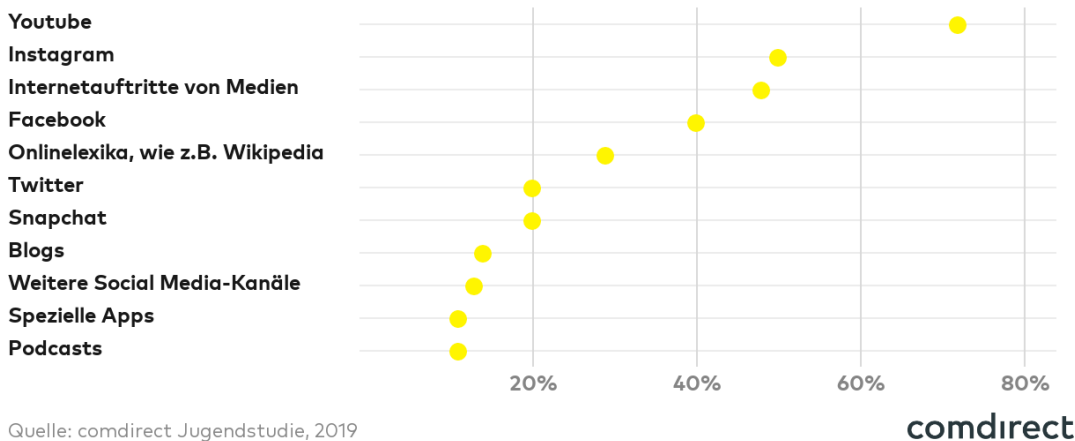
comdirect Studie: Jugendliche vertrauen auch in Sachen Geldanlage auf Youtube

05.06.2019

- Youtube ist der beliebteste Informationskanal bei Jugendlichen, gefolgt von Instagram
- Selbst über Bankprodukte informiert sich jeder Fünfte auf Youtube
- Bei jungen Frauen steht der persönliche Austausch im Fokus

Fast Dreiviertel derjenigen, die sich online oder über soziale Medien über Themen und Trends informieren, nutzen dafür Youtube. Auch beim Thema Geldanlage hat der Kanal stark an Bedeutung gewonnen. Haben sich 2016 nur sieben Prozent auf Youtube über Bankprodukte informiert, so sind es jetzt bereits 20 Prozent. Zu diesen Ergebnissen kommt die comdirect Jugendstudie, für die im Januar 2019 bundesweit 1.600 Jugendliche im Alter von 16 bis 25 Jahren befragt wurden.

Hier informieren sich Jugendliche online über Trends und aktuelle Themen:



Nur jeder Zweite tauscht sich im Freundeskreis zu aktuellen Themen aus

Online schlägt offline: Geht es darum zu erfahren, was im eigenen Umfeld oder in der Welt passiert, so informieren sich 60 Prozent der Befragten allgemein im Internet, 42 Prozent in den sozialen Medien. Nur jeder zweite Jugendliche fragt in seinem Freundeskreis nach aktuellen Themen und Trends; in der Familie spricht nicht einmal jeder Dritte darüber. Signifikant abgenommen hat die Bedeutung von Zeitungen und

Zeitschriften: 2016 gaben noch 37 Prozent der jungen Menschen an, sich darüber zu informieren – aktuell tut dies nur noch jeder Vierte.

Bei Bankprodukten schätzen junge Frauen auch den persönlichen Dialog

In Sachen Geldanlage informieren sich Jugendliche nach wie vor am liebsten in der Familie. Dies gilt vor allem für junge Frauen: Sie schätzen den persönlichen Austausch zu Bankprodukten und informieren sich hauptsächlich in der Familie (42 Prozent), in der Bankfiliale (36 Prozent) sowie bei Freunden und Bekannten (31 Prozent).

Aber auch digitale Quellen gewinnen zunehmend an Bedeutung, insbesondere Youtube: Erwarben 2016 erst sieben Prozent der Befragten ihre Finanzkenntnisse darüber, so sind es 2019 bereits 20 Prozent. Vor allem bei den männlichen Jugendlichen findet Youtube großen Anklang (26 Prozent gegenüber 13 Prozent bei den weiblichen Befragten). Auch über Blogs informieren sich mehr als doppelt so viele junge Männer wie Frauen (19 Prozent gegenüber 8 Prozent).

Wissen zu Geldanlagen über möglichst viele Kanäle verbreiten

„Junge Menschen nutzen die ihnen vertrauten digitalen Kanäle zunehmend auch dazu, sich über Finanzthemen zu informieren“, so Arno Walter, Vorstandsvorsitzender von comdirect. „Mit unserer Website, der Online-Akademie, unserem Blog oder auch Podcasts haben wir ein breites Informationsangebot, was auch gut angenommen wird.“ Der in der comdirect Jugendstudie erkennbare Unterschied im Informationsverhalten zwischen jungen Männern und junge Frauen macht aber auch deutlich, dass es eine Vielzahl an Kanälen braucht, um möglichst viele Menschen zu erreichen. „Mit unserer Initiative finanz-heldinnen beispielsweise richten wir uns gezielt an Frauen und bieten in After Works und über Social Media die Möglichkeit zum persönlichen und digitalen Erfahrungsaustausch“, so Walter.

Über die comdirect Jugendstudie:

Bereits zum zweiten Mal hat comdirect über ein Online-Panel (Toluna) bundesweit Jugendliche und junge Erwachsene im Alter zwischen 16 Jahren und 25 Jahren zum Thema „Geld und Geldanlagen“ befragt. Insgesamt nahmen 1.600 Personen an der Umfrage teil. Die Umfrage wurde im Januar 2019 durchgeführt.

Ansprechpartner für diese Pressemitteilung:

Christiane Rehländer

comdirect bank AG, Pascalkehre 15, 25451 Quickborn

Telefon +49 (0) 41 06 – 704 15 12

E-Mail: christiane.rehlaender@comdirect.de

Hinweis für Redaktionen:

Alle Pressemitteilungen finden Sie unter www.comdirect.de/presse

Sofern Sie keine Informationen erhalten möchten,

teilen Sie uns dies bitte mit unter presse@comdirect.de