75 Prozent der Deutschen erwarten finanzielle Herausforderungen in 2024

Eine aktuelle CRIF-Studie zeigt: 75% der Deutschen erwarten finanzielle Herausforderungen, 32% rechnen mit weniger Ersparnissen.

Hamburg (ots)

Eine aktuelle Studie des Informationsdienstleisters CRIF zeigt, dass 75 Prozent der Deutschen mit erheblichen finanziellen Herausforderungen rechnen müssen. In der Befragung, an der 7.000 Verbraucher aus Europa und den USA teilnahmen, gaben die meisten Befragten an, in den kommenden Monaten vorsichtiger wirtschaften zu müssen. Gerade in Deutschland wird die Sorge um die finanzielle Zukunft immer ausgeprägter, wobei nur 25 Prozent der Befragten keine Bedenken äußern.

In der Studie, die den Titel „Banking on Banks 2024“ trägt, gaben 32 Prozent der deutschen Verbraucher an, dass sie weniger sparen werden können. Weitere 14 Prozent befürchteten Schwierigkeiten beim Bezahlen ihrer Rechnungen. „Die Befunde spiegeln die anhaltend schwierige ökonomische Lage wider,“ kommentiert Dr. Frank Schlein, Geschäftsführer von CRIF Deutschland. Vor einem Jahr stellten 78 Prozent der Befragten fest, Sorgen bezüglich ihrer finanziellen Situation zu haben, was die allgemeine Unsicherheit verdeutlicht.

Eigenverantwortung und finanzielle Bildung

Die Umfrage zeigt zudem, dass das Bewusstsein für persönliche Verantwortung hinsichtlich von Schulden unter den Bürgern weit

verbreitet ist. 72 Prozent der globalen Befragten sind der Meinung, dass Individuen selbst für ihre Schulden verantwortlich sind, während nur 48 Prozent der Ansicht sind, dass Banken oder Kreditgeber diese Verantwortung tragen. Bei den Deutschen erkennt sogar ein hoher Anteil von 74 Prozent die Eigenverantwortung an.

Die Verantwortung für die finanzielle Lage variiert jedoch stark in Abhängigkeit vom Alter der Befragten. Während ältere Menschen dazu tendieren, die Schuld für finanzielle Probleme bei den Individuen selbst zu sehen, sind jüngere Generationen möglicherweise offener für die Verantwortung von Familie oder Regierung. 26 Prozent der 18- bis 24-Jährigen sehen beispielsweise die Familie in der Pflicht, während 25 Prozent die Verantwortung der Regierung zuschreiben.

Europäische Verbraucher sind nicht allein in ihren Sorgen: Weltweit teilen 30 Prozent der Befragten die Befürchtung, im nächsten Jahr weniger Geld zur Seite legen zu können. Ein weiteres Ergebnis der Studie zeigt, dass in Deutschland die finanzielle Situation in den kommenden zwölf Monaten noch angespannter gesehen wird. 25 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass sie über weniger finanzielle Rücklagen verfügen werden als heute.

Wenn es um die Bereitschaft geht, persönliche Daten zu teilen, zeigen die Ergebnisse eine interessante Wendung. Ganze 42 Prozent der deutschen Verbraucher sind bereit, mehr über ihre finanziellen Daten preiszugeben, um dadurch relevantere Dienstleistungen zu erhalten. Besonders für die jüngere Generation im Alter von 25 bis 34 Jahren sind solche Angebote verlockend, da 60 Prozent dieser Gruppe ihr Einverständnis für mehr Datenaustausch geben würden, wenn sie damit Vorteile in der Kundeninteraktion erwarten können.

Änderungen im Finanzverhalten

Die finanziellen Herausforderungen haben dazu geführt, dass

viele Verbraucher neuerdings zu zusätzlichen Finanzprodukten greifen. 62 Prozent der Befragten in Europa und den USA haben seit Anfang 2023 ein neues Finanzprodukt abgeschlossen, wobei Kreditkarten und Sparkonten die gefragtesten Optionen darstellen. In Deutschland haben sogar 36 Prozent der Teilnehmer eine neue Kreditkarte beantragt, was den Fokus auf die Anpassungen an die gegenwärtige finanzielle Realität unterstreicht.

Besonders interessant ist der Vergleich zwischen verschiedenen Ländern. Während amerikanische Verbraucher pessimistischer über ihre finanzielle Zukunft denken, berichten in Europa 29 Prozent von der Sorge, dass am Ende des Monats weniger Geld zur Verfügung steht. Ein erheblicher Anteil der Erwachsenen in den USA äußert auch Bedenken, ihre Rechnungen pünktlich bezahlen zu können, was den Druck auf den Einzelnen erhöht.

Die Studie führt also vor Augen, dass ein signifikanter Teil der Bevölkerung in Deutschland und Europa vor der Herkulesaufgabe steht, ihre Finanzen im Griff zu behalten. Dabei zeigt sich ein Muster des Wandels in der Wahrnehmung und der Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen. Die finanzielle Unsicherheit und die damit einhergehenden Sorgen zeugen von einem gesamtgesellschaftlichen Trend, der nicht nur die Gegenwart prägt, sondern auch die Zukunft beeinflussen wird.

Wachsende Finanzkompetenz und Vertrauen in Banken

Der Umstand, dass 81 Prozent der globalen Befragten der Meinung sind, dass Banken umfassende Bonitätsprüfungen durchführen sollen, verdeutlicht das Bestreben nach mehr Transparenz in der Kreditvergabe. Verbraucher fordern von Finanzinstituten eine proaktive Unterstützung, um zukünftige Schuldenfallen zu vermeiden. Die Ergebnisse der CRIF-Studie laden Banken ein, über ihre Rolle als vertrauenswürdige Partner in finanziellen Angelegenheiten nachzudenken.

Auf eine Zukunft, in der Verbraucher besser informiert und

vorbereitet sind, könnte eine Welle an Veränderungen in der Finanzdienstleistungsbranche folgen, die nicht nur die Bedingungen für Kreditnehmer verbessern könnte, sondern auch dazu beitragen, ein sicheres finanzielles Umfeld zu schaffen.

Einblick in die wirtschaftliche Situation in Deutschland

Die aktuelle finanzielle Unsicherheit in Deutschland ist eng verbunden mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen der letzten Jahre. Faktoren wie die COVID-19-Pandemie, die Energiekrise infolge geopolitischer Spannungen, und steigende Inflation haben das Wirtschaftsklima erheblich beeinflusst. Laut einem Bericht des Statistischen Bundesamtes lag die Inflationsrate in Deutschland im Jahr 2023 durchschnittlich bei über 6 %, was die Kaufkraft der Verbraucher einschränkte und zu einer allgemeinen Unsicherheit beitrug. Diese Wirtschaftslage führt dazu, dass viele Deutsche vorsichtiger bei ihren Finanzen werden und ein erhöhtes Bewusstsein für Sparmaßnahmen entwickeln.

Lebensstandards und soziale Ungleichheit

Ein weiterer bedeutender Aspekt sind die wachsenden sozialen Ungleichheiten. Statistiken zeigen, dass die Armutsgefährdung in Deutschland zugenommen hat, besonders unter Alleinerziehenden und Familien mit mehreren Kindern. Daten des deutschen Paritätischen Wohlfahrtsverbands belegen, dass etwa 15 Millionen Menschen in Deutschland von Armut gefährdet sind. Diese soziale Schere vergrößert sich weiter in Krisenzeiten, was sich auch auf die allgemeine Finanzstimmung in der Bevölkerung auswirkt.

Globale wirtschaftliche Trends und deren Auswirkungen

Vergleicht man die finanzielle Einordnung deutscher

Verbraucher mit anderen europäischen Ländern, wird deutlich, dass Deutschland in einem gesamtwirtschaftlichen Kontext steht, der durch Unsicherheiten geprägt ist. Ähnliche Umfragen in Ländern wie Großbritannien und Frankreich zeigen, dass auch dort immer mehr Bürger Bedenken hinsichtlich ihrer finanziellen Zukunft haben. Eine Analyse der Bank of England verdeutlicht, dass der Einfluss globaler wirtschaftlicher Trends, insbesondere in Bezug auf Zinsen und Inflation, nicht zu unterschätzen ist – diese Aspekte betreffen alle Länder und schaffen ein Gefühl der Unsicherheit.

Veränderte Konsumverhalten durch Inflation

Eine Umfrage des Handelsverbands Deutschland (HDE) zeigt, dass viele Verbraucher bereit sind, ihr Konsumverhalten anzupassen. Rund 53 % der Befragten gaben an, dass sie in den kommenden Monaten weniger für nicht lebensnotwendige Güter ausgeben möchten. Die Verbraucher zeigen sich somit trendbewusst und reagieren direkt auf die gegenwärtige wirtschaftliche Situation, was langfristige Auswirkungen auf die Verkaufsströme und Marktentwicklungen haben könnte.

Psychologie der finanziellen Entscheidungen

Ein weiterer Fakt, der bei der Betrachtung der finanziellen Sorgen der Verbraucher in Deutschland von Bedeutung ist, ist die psychologische Komponente. Laut der Psychologischen Gesellschaft Deutschland beeinflussen Ängste und Sorgen um die eigene finanzielle Zukunft die Entscheidungsfindung der Verbraucher erheblich. Stress und finanzielle Ängste können zu irrationalem Verhalten führen, unter anderem zur Einschränkung von notwendigen Ausgaben oder zur Vermeidung von finanziellen Entscheidungen.

Die Rolle der Bildung und finanzielle Aufklärung

Finanzielle Bildung spielt eine entscheidende Rolle bei der Entscheidungsfindung der Verbraucher. Studien des Deutschen Instituts für Normung (DIN) zeigen, dass viele Deutsche über unzureichende Kenntnisse bezüglich Finanzprodukten und deren Risiken verfügen. Der Mangel an finanzieller Aufklärung kann dazu führen, dass Verbraucher suboptimale Entscheidungen treffen, wodurch ihre finanzielle Situation weiter verschärft wird. Die Förderung von Programmen zur finanziellen Bildung könnte helfen, die Situation langfristig zu verbessern.

Für umfassendere Informationen und Statistiken zu den finanziellen Herausforderungen in Deutschland können Interessierte auf die Webseite des Statistischen Bundesamtes oder der Deutschen Bundesbank zugreifen.

Details

Besuchen Sie uns auf: [n-ag.de](https://www.n-ag.de)