

Pressemitteilung, 29. Juni 2023

GenZ: Schulden machen ist für die Mehrheit normal

Höhere Akzeptanz gegenüber Ratenzahlungen und Krediten – „kauf jetzt, zahle später“ besonders attraktiv – jeder 8. Kreditnehmer der GenZ schon einmal gepfändet – Repräsentative Umfrage vom Mai 2023

Essen, 29. Juni 2023 – Geld ist wichtig, „kauf jetzt, zahl später“ ist beliebt und Ratenkäufe und Kredite gehören für einen großen Teil zum Alltag – dies sind nur einige Resultate einer groß angelegten repräsentativen Umfrage mit besonderem Fokus auf alle über 18-Jährigen der Generation Z (GenZ, zwischen 1996 und 2012 Geborene) in Deutschland. Auftraggeber der Studie, bestehend aus einer qualitativen Befragung (Pitters Trendexpert, Wien) und einer quantitativen Befragung (YouGov, Köln), war die Lowell Gruppe, eines der führenden Unternehmen im europäischen Forderungsmanagement.*

Nach der Bedeutung von Geld gefragt, ergab die Studie, dass für rund 80 Prozent der Befragten Geld eine große oder sehr große Rolle spielt. Dies gilt für die GenZ ebenso wie für den Rest der deutschen Bevölkerung. Während Geld für die einen Freiheit und Wunscherfüllung bedeutet, ist es bei anderen eher mit Unruhe und Sorge verknüpft. So gibt ein Drittel der GenZ (34%) an, die eigenen Fixkosten wie Miete und Energie nicht mehr bezahlen zu können. Dies impliziert einen ausgeprägten Verschuldungsgrad in der Gruppe der 18- bis 27-Jährigen. Aus den ergänzenden Tiefeninterviews ging zudem hervor, dass teilweise finanzielle Unterstützung durch Eltern oder Vermögen aus Erbschaften erfolgte. Gleichzeitig stellt das Thema Verschuldung aber kein Tabuthema mehr dar: Knapp zwei Drittel (63%) der Befragten halten Schulden heute für gesellschaftlich anerkannt, für fast ebenso viele (61%) ist das Schulden machen ganz normal.** Dabei wird deutlich, dass Schulden stark vom sozialen Umfeld abhängen: Je stärker das Umfeld Schulden akzeptiert, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass man sie auch macht.

Johan Agerman, CEO bei Lowell DACH und Lowell NORDICS: „Wir wollen helfen, mehr Bewusstsein für den sicheren Umgang mit Geld und das Thema Finanzplanung zu schaffen. Aus der Praxis wissen wir, dass es hier viel Nachholbedarf gibt. Und das, obwohl immerhin 81 Prozent der Gesamtbevölkerung (73% der GenZ) das Gefühl haben, gut mit ihrem Geld umgehen zu können. Diesen Widerspruch gilt es aufzulösen.“

Ratenzahlungen gehören zum Alltag, Kredite werden schneller aufgenommen

Die Hürden, in Raten zu zahlen oder einen Kredit aufzunehmen, liegen bei der GenZ niedriger. Über die Hälfte (52%) der GenZ hat schon einmal in Raten gezahlt. Dabei nimmt die GenZ für kleinere Anschaffungen wie Reisen, Elektrogeräte oder Kleidung deutlich häufiger eine Ratenzahlung auf (32%) als der Bevölkerungsdurchschnitt (20%). Bei größeren Anschaffungen wie Möbeln, Autos oder Küchen unterscheidet sich die GenZ nicht vom Rest der Bevölkerung: In beiden Gruppen kaufen jeweils 43 Prozent in Raten.

Deutlich attraktiver für die 18- bis 27-jährigen Befragten ist das Prinzip „Kauf jetzt, zahl später“: 41 Prozent der jungen Zielgruppe fühlen sich hiervon angesprochen im Gegensatz zu 26 Prozent der Gesamtbevölkerung.

Mehr als ein Drittel (37%) der GenZ hat schon einmal einen Kredit aufgenommen. Dabei steht die GenZ einem Kredit offener gegenüber als der Bevölkerungsdurchschnitt: Ein Viertel der GenZ würde einen Konsumkredit für kleinere Anschaffungen wie Reisen, Elektrogeräte oder Kleidung aufnehmen im Gegensatz zu nicht einmal einem Fünftel (19%) der Gesamtbevölkerung. Für Ausgaben im Bereich Gesundheit wären sogar 45 Prozent der GenZ bereit, einen Kredit aufzunehmen und nur 39 Prozent des Bevölkerungsdurchschnitts. Auch einen Bildungskredit nimmt die GenZ leichter auf: 38 Prozent aus dieser Gruppe würden sich für einen höheren Bildungsabschluss oder eine Fortbildung verschulden im Gegensatz zu 26 Prozent der durchschnittlichen Bevölkerung.

Pfändungen bei Kreditnehmern der GenZ fast doppelt so häufig

Ein deutlicher Unterschied zum Durchschnitt der deutschen Bevölkerung zeigt sich bei der GenZ, wenn es um das Thema Zahlungsverpflichtungen geht. So ist rund jeder Zweite (52%) der GenZ mindestens einmal seinen Zahlungsverpflichtungen nicht rechtzeitig nachgekommen, im Gegensatz zu 37 Prozent der Gesamtbevölkerung. In Kontakt mit einem Inkasso-Unternehmen standen fast 20 Prozent der GenZ, womit sie sich nur geringfügig vom Durchschnitt der Gesamtbevölkerung unterscheiden (21%). Allerdings wurden 13 Prozent der GenZ-Kreditnehmer schon gepfändet und damit fast doppelt so viel wie im Bevölkerungsdurchschnitt (7%). Verbunden damit ist auch die höhere Angst der GenZ vor Mahngebühren: 60 Prozent zu 50 Prozent im Durchschnitt.

Sparen durch Haushalts-Apps und hohe Mahngebühren

Nach Maßnahmen für einen besseren Umgang mit Geld gefragt, wünscht sich die große Mehrheit der GenZ, nämlich 80 Prozent, mehr Finanzbildung in der Schule. Stärker als der Bevölkerungsdurchschnitt setzt die GenZ aber auch auf den Austausch mit Familie sowie mit Bekannten-, Kollegen- und Freundeskreis (rund 62% zu rund 70%). Auffallend ist auch ein weiterer Unterschied: Während nur 18 Prozent der durchschnittlichen Bevölkerung Social Media und Influencer als Informationsquelle in Betracht ziehen, sind es bei der GenZ 39 Prozent. Und auch von technologischer Seite verspricht sich die GenZ mehr Unterstützung als der Bevölkerungsdurchschnitt: 70 Prozent der GenZ sind der Meinung, dass ihnen eine Haushalts-App helfen würde, einen besseren Überblick über Einnahmen und Ausgaben zu erhalten. Immerhin mehr als die Hälfte (55%) der GenZ begrüßt die Idee einer App, die vor dem nächsten Ratenkauf automatisch eine Warnung schickt. Im Bevölkerungsdurchschnitt ist das Interesse an Apps geringer: 64 Prozent finden eine Haushalts-App hilfreich und nur 45 Prozent eine App, die vor dem nächsten Ratenkauf warnt. Auch in einem weiteren Punkt unterscheidet sich die GenZ vom Bevölkerungsdurchschnitt: 38 Prozent der jungen Erwachsenen sind der Meinung, dass höhere Mahnspesen eine abschreckende Wirkung haben. Im Bevölkerungsdurchschnitt denken das nur 29 Prozent.

Agerman: „Wir möchten der GenZ Sicherheit geben und sie bei der Kontrolle über ihre Einnahmen und Ausgaben unterstützen. Deshalb haben wir uns mit uns mit einem Start-up zusammengeschlossen und bieten kostenlos die Finanzplanungs-App `Fabit` an.“

Zeichen (inkl. Leerzeichen, ohne Headline): 6.067 Zeichen

*Die Umfrage wurde vom 25.04 bis 03.05.2023 von YouGov durchgeführt. Es handelte sich um eine Online-Umfrage unter 2070 Teilnehmenden, wovon 340 zur GenZ gehörten. Damit ist die Umfrage repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren. Ergänzt wurde die Umfrage durch 30-minütige Tiefeninterviews mit Vertretern und Vertreterinnen der GenZ design und umgesetzt von Prof. Julia Pitters (Pitters Trendexpert, Wien).

**Bei dieser Frage wurde eine veränderte Basis für die Antworten genutzt: Die Antwortgeber von „ich weiß nicht“ oder „keine Angabe“ sind aus der Verteilung eliminiert worden.

Über die App „Fabit“

„Fabit“ ist eine App zur Haushalts- und Finanzplanung, die von der Finanzübersicht bis zu Coaching-Angeboten ein umfassendes Hilfsangebot bereitstellt. Lowell bietet die App seit August 2022 auf der Website zum Download an, sie wurde bereits mehrere tausendmal heruntergeladen. Interessierte finden die App Fabit als Android- und iOS-Version bei Lowell Deutschland [hier](#).

Über Lowell

Lowell ist ein führender europäischen Anbieter im Forderungsmanagement. Ziel des Unternehmens ist es, für Kunden und Konsumenten optimale Lösungen für den Umgang und die schnelle Ablösung offener Forderungen zu finden. Die Lowell Gruppe ist in Großbritannien, Deutschland, Österreich, sowie in der Schweiz, in Dänemark, in Norwegen, Finnland und Schweden tätig.

Dank umfangreicher Expertise in der Datenanalyse und einem ausgezeichneten Risikomanagement kann Lowell auf kompetente und effiziente Lösungen in allen Bereichen des Forderungsmanagements zurückgreifen, vom Forderungskauf über Inkasso-Dienstleistungen bis hin zur Ausgliederung von Geschäftsabläufen. Lowell konzentriert sich dabei auf den Menschen, hat sich zum Schutz besonders schutzbedürftiger Verbraucher verpflichtet und sucht, unter Berücksichtigung der individuellen bzw. betrieblichen Situation der Beteiligten stets angemessene, nachhaltige und faire Lösungen zu finden.

Lowell ist 2015 aus dem Zusammenschluss zweier führender Unternehmen aus Großbritannien und Deutschland entstanden: der Lowell Gruppe und der GFKL-Gruppe. Lowell wird unterstützt von der globalen Private-Equity-Gesellschaft Permira sowie dem Ontario Teachers' Pension Plan.

Mehr Informationen über Lowell erhalten Sie auf www.lowellgroup.de

Pressekontakt: Jens Kellersmann, Corporate Communications DACH

Telefon: +49 173 296 81 06

E-Mail: jens.kellersmann@lowellgroup.de