



Pressemitteilung

Studie: Der Weg zu Aktien führt über Wissen

- **Einsteiger:innen wünschen sich Wertpapierinvestments mit kleinen Summen**
- **Großes Vertrauen in Bankberatung**

06. Oktober 2021 – Wissen und ein einfacher Einstieg – das bringt die Menschen an die Börse. Wer bei der Geldanlage den Durchblick hat, wagt sich auch eher auf den Aktienmarkt. Die Hälfte der Bundesbürger:innen fühlt sich beim Thema Geldanlage gut informiert. Bei den Aktienbesitzer:innen gilt dies sogar für drei Viertel. Gegen ein Aktieninvestment sprechen vor allem Ängste und Unsicherheiten. Dies sind Ergebnisse der repräsentativen Studie „Aktienkultur in Deutschland“, für die im Juli und August 2021 insgesamt 2.000 Deutsche ab 18 Jahren online befragt wurden.

Im Ganzen fühlen sich Aktienbesitzer:innen besser informiert als der Durchschnitt der Bevölkerung. Den besten Kenntnisstand reklamieren 18- bis 24-jährige sowie 45- bis 54-jährige Aktionär:innen für sich mit Werten von mehr als 80 Prozent. Zwischen Männern und Frauen zeigt sich dabei jedoch ein deutlicher Unterschied. So glauben 84 Prozent der männlichen Investoren von sich, dass sie den Durchblick bei Finanzthemen haben, bei Anlegerinnen sind es nur 67 Prozent.

Ängste schüren Vorbehalte

Was hält die Bürger:innen davon ab, in Aktien zu investieren? 22 Prozent derjenigen, die noch keine Aktien besitzen, haben Angst, Geld zu verlieren. 17 Prozent fürchten, die falschen Aktien zu kaufen. 15 Prozent sind ratlos, welche Aktien sie kaufen sollten, 12 Prozent trauen sich

„pro Aktie“ ist eine Aktion führender deutscher Direktbanken: Die comdirect bank, die Consorsbank, flatexDEGIRO und ING Deutschland machen sich mit „pro Aktie“ stark für eine bessere Aktienkultur in Deutschland. Studien, Bildungsangebote, Veranstaltungen, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit sowie der „Tag der Aktie“ am 29.10.2021 leisten einen Beitrag dazu, das Thema stärker in den Köpfen der Deutschen zu verankern und einen vorurteilsfreien und aufgeklärten Umgang mit dem Thema Aktie zu fördern. Weitere Informationen unter www.aktion-pro-aktie.de.



Pressemitteilung

nicht. Diese Zahlen belegen, wie groß die Unsicherheit noch ist. Ein Mehr an Wissen könnte eine Entscheidung für ein Wertpapierinvestment befördern.

In kleinen Schritten auf das Parkett

Vielen wäre geholfen, wenn sie in kleinen Schritten und mit geringen Summen einsteigen könnten. Dass viele Direktbanken und Broker dies ermöglichen, etwa in Form von Wertpapiersparplänen, wissen längst nicht alle Bürger. 25 Prozent würden eine Investition erwägen, wenn sie Aktien auch für überschaubare Summen unter 100 Euro kaufen könnten. 18 Prozent würden günstige Gebühren begrüßen, ebenso viele die Möglichkeit, eventuelle Verluste automatisch zu begrenzen. 17 Prozent würden zugreifen, wenn sie sich über die Bank bis zu einem gewissen Grad gegen Wertverlust absichern könnten. Für 40 Prozent kommt ein Aktieninvestment allerdings grundsätzlich nicht in Frage.

Bank ist Informationsquelle Nummer eins

Wenn es um die Aufklärung zum Thema Geldanlage und Aktien geht, kommt den Banken eine wichtige Rolle zu. Sie sind die Informationsquelle Nummer eins für die Deutschen, gefolgt von Freunden und Familie. Bei Aktienbesitzer:innen landen auf Platz zwei hingegen Finanzfachmedien. Sie informieren sich auch eher über andere Medien wie Online-News oder Social Media. Für alle Befragten ist der Bankberater die wichtigste Vertrauensperson. Lediglich unter 25-Jährige haben ein noch größeres Vertrauen zu ihrem Familien- oder Freundeskreis, wenn es um Finanzinformationen geht.

„pro Aktie“ ist eine Aktion führender deutscher Direktbanken: Die comdirect bank, die Consorsbank, flatexDEGIRO und ING Deutschland machen sich mit „pro Aktie“ stark für eine bessere Aktienkultur in Deutschland. Studien, Bildungsangebote, Veranstaltungen, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit sowie der „Tag der Aktie“ am 29.10.2021 leisten einen Beitrag dazu, das Thema stärker in den Köpfen der Deutschen zu verankern und einen vorurteilsfreien und aufgeklärten Umgang mit dem Thema Aktie zu fördern. Weitere Informationen unter www.aktion-pro-aktie.de.



Pressemitteilung

Der Berichtsband mit sämtlichen Ergebnissen der Studie steht unter www.aktion-pro-aktie.de zum Download bereit.

Über die Studie

Die bevölkerungsrepräsentative Studie „Aktienkultur in Deutschland“ wurde im Auftrag der „Aktion pro Aktie“, einer gemeinsamen Initiative von comdirect, Consorsbank, flatexDEGIRO und ING Deutschland, durchgeführt. Im Juli und August 2021 wurden von dem Marktforschungsinstitut Toluna 2.000 Deutsche online befragt. Die Initiative führt seit 2017 regelmäßig Bevölkerungsbefragungen unter Deutschen ab 18 Jahren zu ihren Geldanlagen sowie zu ihrem Kenntnisstand und ihren Einstellungen gegenüber Aktien als Geldanlage durch.

Über die „Aktion pro Aktie“

„pro Aktie“ ist eine Aktion führender deutscher Direktbanken: Die comdirect bank, die Consorsbank, flatexDEGIRO und ING Deutschland machen sich mit der „Aktion pro Aktie“ stark für eine bessere Aktienkultur in Deutschland. Studien, Bildungsangebote, Veranstaltungen, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit sowie der „Tag der Aktie“ am 29.10.2021 leisten einen Beitrag dazu, das Thema stärker in den Köpfen der Deutschen zu verankern und einen vorurteilsfreien und aufgeklärten Umgang mit dem Thema Aktie zu fördern. Weitere Informationen unter www.aktion-pro-aktie.de.

Pressekontakt:

comdirect bank
Ullrike Hamer
Pressesprecherin
Telefon: +49 4106 704-1545
E-Mail: ullrike.hamer@comdirect.de

Consorsbank
Dr. Jürgen Eikenbusch
Unternehmenskommunikation
Telefon: +49 89 50068-1595
E-Mail: juergen.eikenbusch@dab.com

ING Deutschland
Alexander Baumgart
Pressesprecher
Telefon: +49 151 161 22786
E-Mail: alexander.baumgart@ing.de

flatexDEGIRO
Achim Schreck
Head IR and Corporate Communications
Telefon: +49 69 45 00 01
E-Mail: achim.schreck@flatexdegiro.com

„pro Aktie“ ist eine Aktion führender deutscher Direktbanken: Die comdirect bank, die Consorsbank, flatexDEGIRO und ING Deutschland machen sich mit „pro Aktie“ stark für eine bessere Aktienkultur in Deutschland. Studien, Bildungsangebote, Veranstaltungen, gemeinsame Öffentlichkeitsarbeit sowie der „Tag der Aktie“ am 29.10.2021 leisten einen Beitrag dazu, das Thema stärker in den Köpfen der Deutschen zu verankern und einen vorurteilsfreien und aufgeklärten Umgang mit dem Thema Aktie zu fördern. Weitere Informationen unter www.aktion-pro-aktie.de.