

Studie: Liquiditätsbarometer Deutschland 2021



Ergebnisse einer deutschlandweiten repräsentativen Umfrage unter der deutschsprachigen Bevölkerung
im Alter von 18 bis 79 Jahren

Studienanlage

- **Inhalt der Studie**

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse der sechsten Welle einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung in Deutschland mit Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren und der neunten Welle mit 50- bis 79-Jährigen dar. Im Fokus der Befragung stehen die Themen Liquidität und Ausgabe-verhalten sowie die Nutzung digitaler Angebote der Generation 50Plus. Die erste Befragung fand im Herbst 2013 statt. Verhaltens- und Einstellungsänderungen aufgrund der Corona-Pandemie können dadurch gut herausgearbeitet werden.

- **Stichprobengröße**

N = 3.158 Befragte zwischen 18 und 79 Jahren mit einer annähernden Gleichverteilung über die Bundesländer: Mind. N = 200 je Bundesland (Bremen: N = 90, Saarland: N = 141).

- **Methode**

Befragung über ein Online-Panel

- **Durchführendes Institut**

YouGov Deutschland GmbH

- **Gewichtung**

Bevölkerungsrepräsentative Gewichtung der Stichprobe nach Bundesland (Proportionalisierung), Alter und Geschlecht (Referenz: Zensus 2011 des Statistischen Bundesamtes). Die Ergebnisse wurden auf ganze Zahlen gerundet.

- **Befragungszeitraum**

Januar 2021

Inhalt

Zur Berechnung des TeamBank-Liquiditätsbarometers	Seite 4
Management Summary	Seite 7
Ergebnisse der Studie Liquiditätsbarometer in Deutschland	
1. Das TeamBank-Liquiditätsbarometer	Seite 11
2. Ausgabepläne	Seite 16
3. Liquiditätssituation	Seite 22
4. Finanzverhalten	Seite 40
5. Ausgabeverhalten	Seite 45
6. Digitalisierung	Seite 52
7. Statistik	Seite 63

Zur Berechnung des TeamBank- Liquiditäts- barometers

Berechnung des TeamBank-Liquiditätsbarometers

Mit dem TeamBank-Liquiditätsbarometer wird die Stimmung zur finanziellen Situation der Bevölkerung erfasst. Grundlage für die Ermittlung dieses Index sind Frage 3 (derzeitige finanzielle Situation, vgl. Seite 23) und Frage 6 (zukünftige finanzielle Situation, vgl. Seite 26).

Die Berechnung des Index erfolgt analog zum ifo-Geschäftsklimaindex, der ebenfalls die beiden zeitlichen Dimensionen – Lage und Erwartung – berücksichtigt.

Das Liquiditätsbarometer kann zwischen den Extremwerten -100 (d.h. alle Befragten schätzen die derzeitige Lage sehr schlecht ein bzw. erwarten eine deutliche Verschlechterung) und +100 (d.h. alle Befragten schätzen die Lage sehr gut ein bzw. erwarten eine deutliche Verbesserung) schwanken.

Damit wird das Stimmungsbild der Bevölkerung zur finanziellen Situation nicht nur punktuell veranschaulicht, sondern auch langfristig vergleichbar gemacht.

Beispielrechnungen für das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Skala (Punktwert)		Extrem schlechte Stimmung		Eher schlechte Stimmung		Neutrale Stimmung		Eher gute Stimmung		Extrem gute Stimmung	
Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5
Sehr gut (1 P)	Deutlich besser (1 P)	0 %	0 %	5 %	5 %	25 %	25 %	25 %	25 %	100 %	100 %
Gut (0,5 P)	Etwas besser (0,5 P)	0 %	0 %	20 %	20 %	25 %	25 %	50 %	50 %	0 %	0 %
Weniger gut (-0,5 P)	Etwas schlechter (-0,5 P)	0 %	0 %	50 %	50 %	25 %	25 %	20 %	20 %	0 %	0 %
Schlecht (-1 P)	Deutlich schlechter (-1 P)	100 %	100 %	25 %	25 %	25 %	25 %	5 %	5 %	0 %	0 %
Saldo		-100	-100	-35	-35	0	0	35	35	100	100
Stimmung		100		165		200		235		300	
Index		-100		-35		0		35		100	

1. Berechnung des Saldos:

$$\text{Saldo (F3)} = (\text{Sehr gut} + \text{Gut}) - (\text{Weniger gut} + \text{Schlecht})$$

$$\text{Saldo (F5)} = (\text{Deutlich besser} + \text{Etwas besser}) - (\text{Etwas schlechter} + \text{Deutlich schlechter})$$

2. Berechnung der Stimmung

$$\text{Stimmung} = \sqrt{(\text{Saldo (F3)} + 200) (\text{Saldo (F5)} + 200)}$$

3. Berechnung des Index

$$\text{Index} = (\text{Stimmung} - 200)$$

Management Summary

Management Summary

Das bereits zum sechsten Mal ermittelte TeamBank-Liquiditätsbarometer zeigt auch in diesem Jahr trotz der Corona-Krise noch eine positive Stimmung in der deutschen Bevölkerung. **Allerdings verliert der Liquiditätsindex 2021 im Vergleich zum Vorjahr um mehr als die Hälfte** und erreicht aktuell einen Stand von 13,50 Punkten (S. 12). Zwei Drittel schätzen ihre derzeitige finanzielle Situation trotzdem als gut bis sehr gut ein (S. 23) und 37 Prozent rechnen auch weiterhin mit einer positiven Entwicklung (S. 26). Allerdings haben die Bundesbürgerinnen und Bundesbürger ihre derzeitige und künftige finanzielle Situation vor einem Jahr noch deutlich besser eingeschätzt (S. 23 / S. 26). Ein Viertel berichtet von einer Verschlechterung der finanziellen Lage aufgrund der Corona-Krise (S. 24).

Die jüngere Generation ist deutlich zuversichtlicher, wenn sie an ihre zukünftige finanzielle Situation denkt: **In der Generation 50Plus erwartet nur rund ein Viertel eine finanzielle Verbesserung**, bei den unter 30-Jährigen sind es hingegen zwei Drittel (S. 27). Das zeigt sich ebenfalls im Wert des TeamBank-Liquiditätsbarometers für die Generation 50Plus. Der **Indexwert für die Generation 50Plus verliert 2021 rund 75 Prozent** und liegt mit 4,25 Punkten nur noch knapp über null (S. 14).

Auch **regional** lassen sich deutliche Unterschiede erkennen. Der Liquiditätsindex liegt **in Hamburg mit 21,2 Punkten am höchsten**, gefolgt von Bayern (16,5) und Bremen (16,2). Am kritischsten wird die Lage im Saarland (5,2), in Thüringen (7,0) und in Sachsen-Anhalt (8,5) eingeschätzt (S. 15).

Bei den **Investitionsplänen der Deutschen** stehen 2021 Rücklagen für besondere Anschaffungen und Ausgaben für das eigene Zuhause im Vordergrund (S. 17). Die **Bereitschaft zum Geldausgeben** ist in der **Generation 50Plus** in fast allen Bereichen **zurückgegangen**. Lediglich die Anteile derer, die Elektronikartikel kaufen oder ihre Wohnung verschönern wollen, ist leicht gestiegen. Darüber hinaus ist ihnen die finanzielle Unterstützung von Angehörigen besonders wichtig (S. 18).

Management Summary

Wegen der Corona-Krise haben die Deutschen nicht nur Ausgaben für Dinge, die derzeit nicht möglich sind, auf die Zeit nach der Pandemie **verschoben oder ganz gestrichen**. Vielmehr sind auch Investitionen in andere Bereiche wie Rücklagen für besondere Anschaffungen, Elektronik- oder Luxusartikel oder auch die Altersvorsorge davon betroffen (S. 20).

Immerhin hat aber ein Drittel der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger bewusst **Geld zur Seite gelegt, um sich nach der Corona-Krise etwas davon zu gönnen**. Welche Ausgaben jedoch getätigt werden, wird wegen der Corona-Pandemie von 41 Prozent spontaner als zuvor geplant. Dabei bleiben die Deutschen **diszipliniert**: Drei Viertel schauen regelmäßig alle paar Tage ihren Kontostand an und verfolgen alle Abbuchungen, ein knappes Drittel führt sogar regelmäßig ein Haushaltsbuch (S. 41). Auch in der Generation 50Plus hat dieser Anteil zugenommen. Entsprechend geben die Älteren seltener als vor einem Jahr an, manchmal den Überblick über ihre Finanzen zu verlieren (S. 42).

Die Hälfte der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger – und überdurchschnittlich häufig die Generation 50Plus – weiß so auch ganz genau, wie viel Geld ihnen **monatlich abzüglich aller Fixkosten zur Verfügung** steht (S. 28) und über welchen Betrag sie für **unvorhergesehene Ausgaben** verfügen kann (S. 29). Für Letzteres stehen zehn Prozent der Deutschen kein Geld zur Verfügung. 20 Prozent haben hingegen mindestens 5.000 Euro in der Reserve (S. 31). Die Höhe ihrer **regelmäßigen Ausgaben** kennen die Deutschen vor allem in den Bereichen Wohnkosten (85 % sehr oder eher genau), aber auch Strom (77 %) und Versicherungen (75 %; S. 33). Die **Generation 50Plus** kennt sich mit ihren **Wohn- und Wohnnebenkosten** überdurchschnittlich gut aus (S. 34).

Sechs von zehn Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern empfinden die **Steuern** sowie die **Preise für Strom** als zu hoch. Knapp dahinter folgen die Kosten für das Tanken und die Sozialabgaben (S. 36). Die **Generation 50Plus** empfindet vor allem die Heizkosten und die Lebensmittelpreise häufiger als 2020 als zu hoch (S. 37). Wenn die Deutschen ihre **Ausgaben reduzieren** müssten, würde mehr als die Hälfte bei Kleidung und Schuhen sparen. 21 Prozent würden ihre Ausgaben im Bereich **Geldanlage und Altersvorsorge** einschränken (S. 46). Bei den **50- bis 79-Jährigen** ist die Bereitschaft, beim **Strom und beim Handy bzw. dem Handyvertrag** zu sparen, besonders stark zurückgegangen (S. 47).

Management Summary

Wenn es allerdings um den **Kauf nachhaltigerer Produkte** geht, wäre die Hälfte der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger bereit, mehr Geld auszugeben. Allerdings würde nur ein Drittel **Renditeeinbußen oder höhere Kosten** für ein ökologisch-soziales Bankprodukt in Kauf nehmen (S. 49). Vor allem die **Generation 50Plus** lehnt derartige Produkte ab (S. 50).

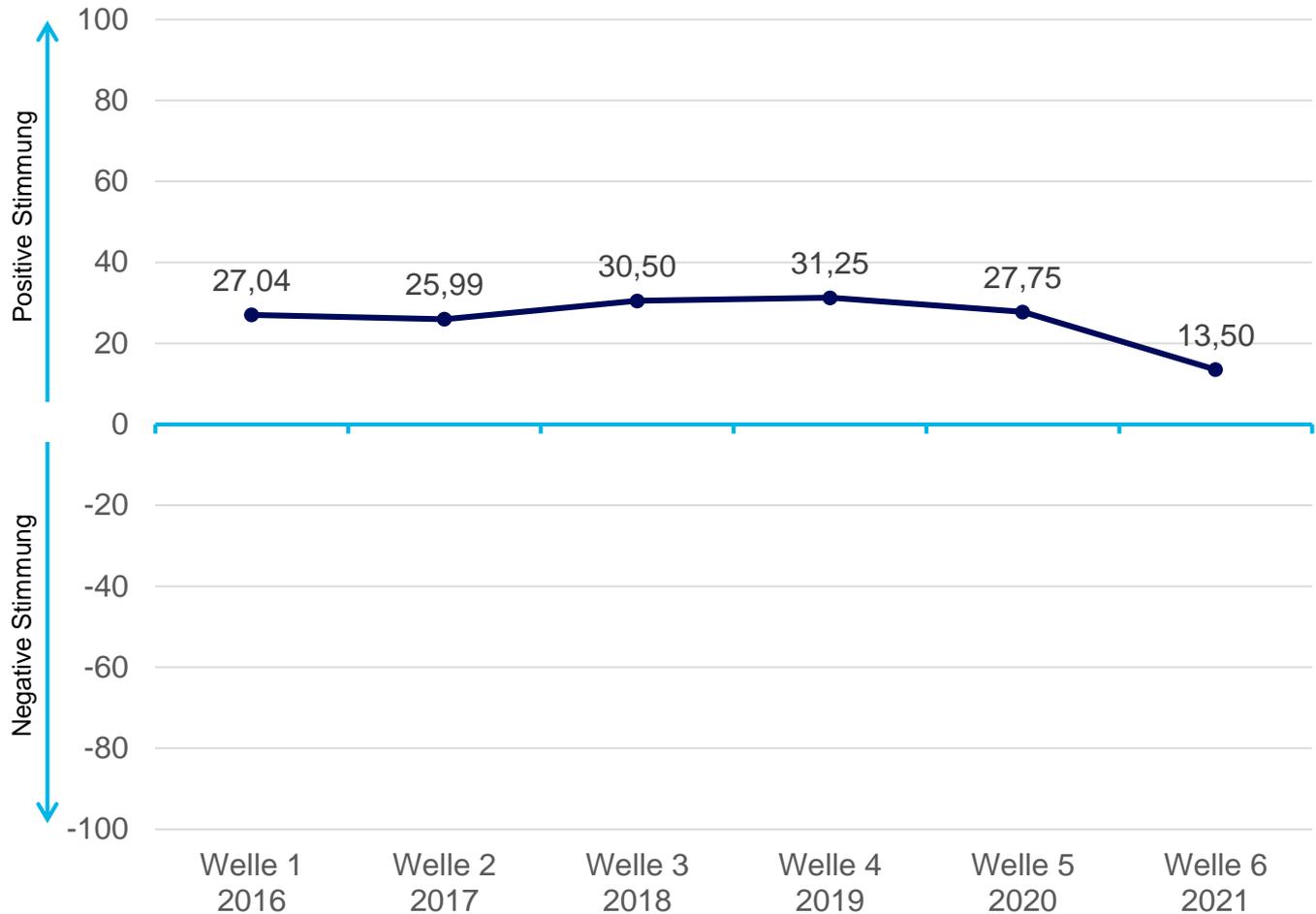
Die Corona-Krise hat viele **Aktivitäten in den virtuellen Raum** verlagert. In dieser Zeit wurden vor allem **persönliche Treffen**, beruflich wie privat, **verstärkt online** wahrgenommen. Vier von zehn Deutschen bzw. die Hälfte der 50- bis 79-Jährigen haben hingegen keine Aktivitäten vermehrt ins Netz verlegt (S. 53f.). Wenn die Bundesbürgerinnen und Bundesbürger wählen könnten, würden sechs von zehn **Behörden-** und mehr als vier von zehn **Bankangelegenheiten lieber online als persönlich** erledigen (S. 56). Ein Fünftel der **Generation 50Plus** würde sich den **Gang zur Ärztin bzw. zum Arzt** gerne sparen und die Sprechstunde lieber virtuell wahrnehmen, wenn keine körperliche Untersuchung ansteht (S. 57).

Viele Aktivitäten konnten im vergangenen Jahr nicht stattfinden – was also tun? Ein Fünftel der Deutschen und jede bzw. jeder Zehnte aus der Generation 50Plus hat während der Corona-Krise **mehr Geld für die Nutzung digitaler Inhalte** ausgegeben als davor. Ein Drittel (50 bis 79 Jahre: 43 %) hat hingegen keine kostenpflichtigen digitalen Angebote genutzt (S. 59f). Sofern mehr Geld investiert wurde, wurde es generationenübergreifend vor allem für **Netflix & Co.** genutzt (S. 61). Insbesondere Jüngere haben es zudem aber auch eingesetzt, um online Musik zu hören oder zu spielen (S. 62).

Das TeamBank- Liquiditäts- barometer

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Gesamtbevölkerung

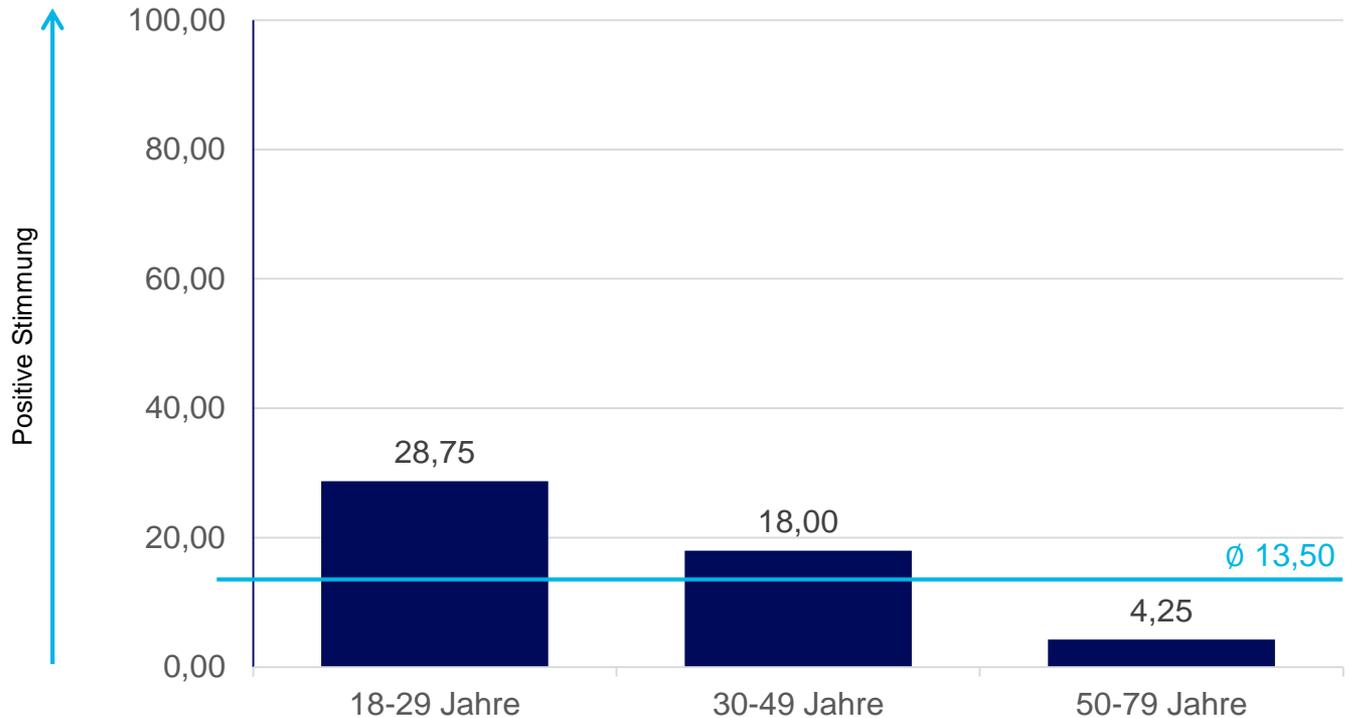
Der Liquiditätsindex verliert im Vergleich zum Vorjahr um mehr als die Hälfte und fällt auf 13,50 Punkte. Dennoch ist die Stimmung in der Bevölkerung noch positiv.



Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben? / Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158
 (Einfachnennungen, eigene Berechnung)

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Generationenvergleich

Die Eintrübung der Stimmung betrifft alle Altersgruppen nahezu gleichermaßen. Die Generation 50Plus schätzt die eigene finanzielle Situation deutlich negativer als die anderen Altersgruppen ein.

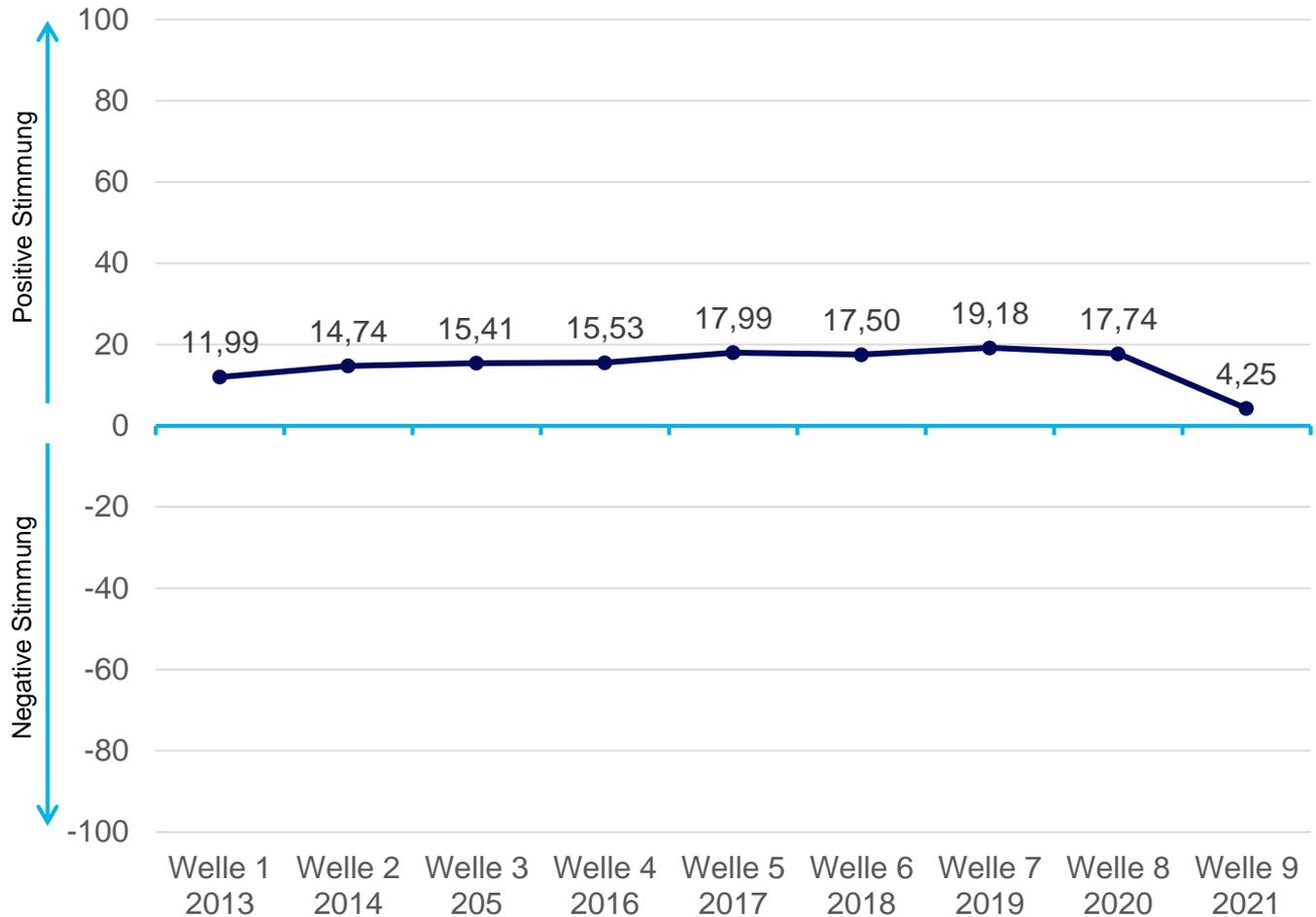


Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben? / Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158
 (Einfachnennungen, eigene Berechnung)

	18-29 Jahre	30-49 Jahre	50-79 Jahre
2020	45,25	33,25	17,74
Veränderung	-16,50	-15,25	-13,49

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Generation 50Plus

Der Indexwert für die Generation 50Plus verliert rund 75 Prozent und liegt mit 4,25 Punkten nur noch knapp über null.



Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben? / Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?
 Basis: Befragte im Alter von 50-79 Jahren, N = 1.559 (Einfachnennungen, eigene Berechnung)

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Regionalvergleich

Der Liquiditätsindex ist in Hamburg am höchsten, gefolgt von Bayern, Berlin und den übrigen norddeutschen Ländern.
Am kritischsten wird die Lage in Sachsen-Anhalt, Thüringen und dem Saarland eingeschätzt.



Land	Index	Land	Index
Hamburg	21,2	Nordrhein-Westfalen	13,0
Bayern	16,5	Hessen	12,5
Bremen	16,2	Baden-Württemberg	11,7
Berlin	14,7	Sachsen	10,5
Schleswig-Holstein	14,5	Mecklenburg-Vorpommern	10,2
Niedersachsen	14,3	Sachsen-Anhalt	8,5
Brandenburg	14,0	Thüringen	7,0
Rheinland-Pfalz	13,2	Saarland	5,2

Bundesweit: 13,50

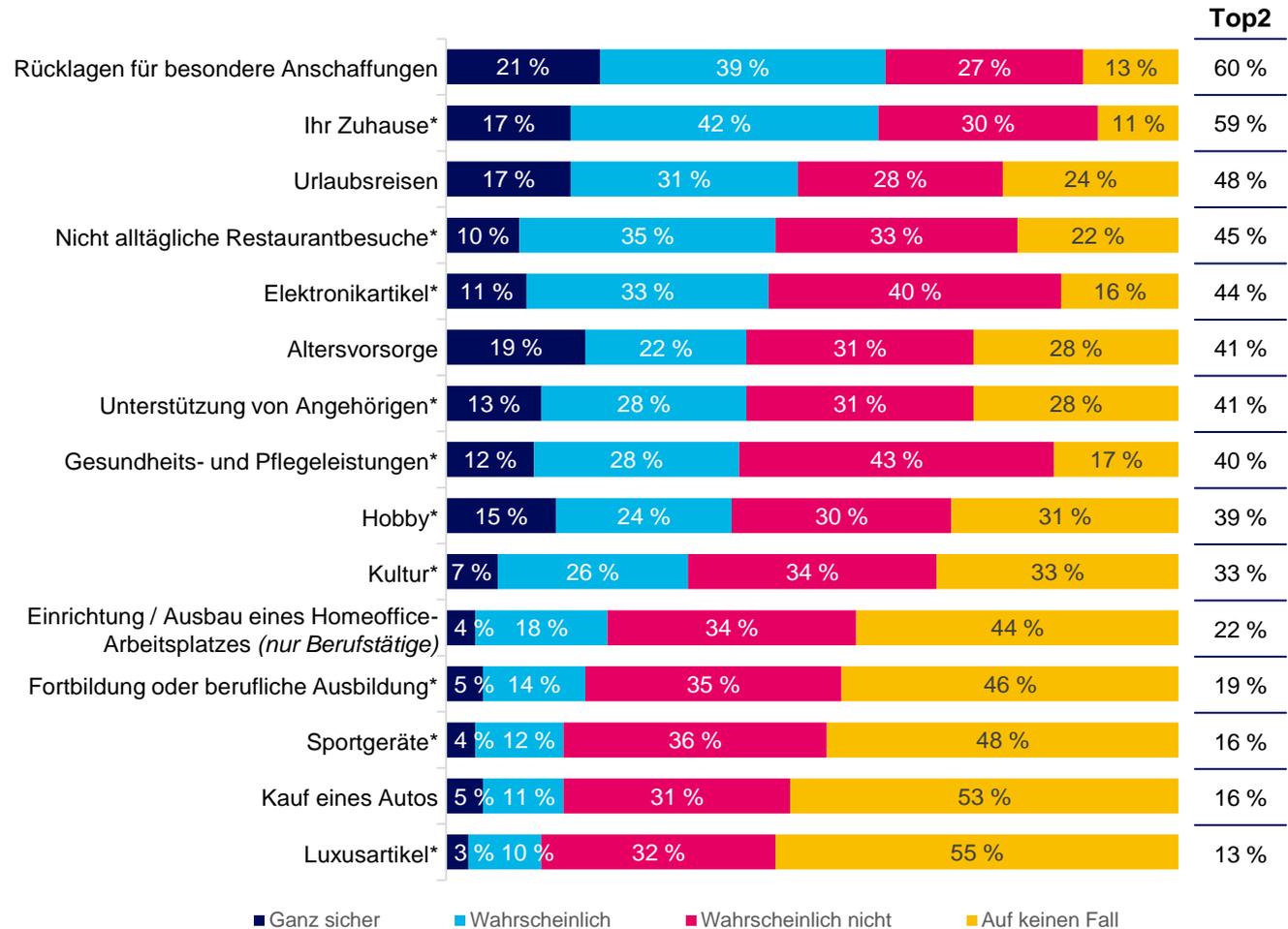


Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben? /
Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?
Basis: Alle Befragten, N = 3.158
(Einfachnennungen, eigene Berechnung)

Ausgabepläne

Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

Im Fokus für 2021 stehen Rücklagen für besondere Anschaffungen und Ausgaben für das eigene Zuhause. Knapp die Hälfte der Deutschen ist aber optimistisch, 2021 wieder eine Urlaubsreise antreten oder einen besonderen Besuch in einem Restaurant genießen zu können.



Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten in den folgenden Bereichen Geld ausgeben werden?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

* Es wurden Beispiele genannt

Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

Die Bereitschaft zum Geldausgeben ist in der Generation 50Plus in fast allen Bereichen zurückgegangen. Lediglich die Anteile derer, die Elektronikartikel kaufen oder ihre Wohnung verschönern wollen, ist leicht gestiegen.

Ganz sicher + Wahrscheinlich	Total	Altersgruppe (Jahre)			2020	
		18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559	Nicht erhoben	
Rücklagen für besondere Anschaffungen	60 %	61 %	65 %	57 %	51 %	+3
Ihr Zuhause, z. B. Möbel, Renovierung, Accessoires	59 %	60 %	66 %	54 %	71 %	-26
Urlaubsreisen	48 %	55 %	48 %	45 %	64 %**	-23
Nicht alltägliche Restaurantbesuche, z. B. zu besonderen Anlässen	45 %	56 %	46 %	41 %	31 %	+6
Elektronikartikel wie z.B. Smartphone, Beamer, Fernseher, Musikanlage, Spielekonsolen	44 %	56 %	49 %	37 %	Nicht erhoben	
Altersvorsorge	41 %	42 %	54 %	31 %	65 %***	-19
Unterstützung von Angehörigen, z. B. Kinder, Enkelinnen und Enkel	41 %	29 %	40 %	46 %	49 %	-8
Gesundheits- und Pflegeleistungen, z. B. Zahnersatz	40 %	35 %	40 %	41 %	58 %	-30
Hobby, z. B. Sportvereine, Musikunterricht	39 %	49 %	48 %	28 %	68 %	-38
Kultur wie z.B. Theater- oder Konzertbesuche	33 %	40 %	33 %	30 %	Nicht erhoben	
Einrichtung / Ausbau eines Homeoffice-Arbeitsplatzes (nur Berufstätige)	22 %	32 %	26 %	13 %	20 %	-11
Fortbildung oder berufliche Ausbildung, z. B. Sprachen	19 %	37 %	25 %	9 %	Nicht erhoben	
Sportgeräte wie Heimtrainer, Fahrrad	16 %	22 %	19 %	10 %	27 %	-14
Kauf eines Autos	16 %	17 %	18 %	13 %	11 %	-3
Luxusartikel, z.B. teure Garderobe, Schmuck	13 %	22 %	15 %	8 %		

Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten in den folgenden Bereichen Geld ausgeben werden?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* in Prozentpunkten
 ** Genuss, wie z. B. Restaurantbesuche, teure Weine
 *** Andere Personen, z. B. Kinder, Enkel, Bedürftige

Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

In Hamburg und Berlin investieren überdurchschnittlich viele Berufstätige in die Einrichtung oder Ausstattung eines Homeoffice-Arbeitsplatzes.

Ganz sicher + Wahrscheinlich	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Rücklagen für besondere Anschaffungen	60 %	63 %	61 %	64 %	65 %	57 %	61 %	67 %	56 %	61 %	58 %	61 %	60 %	64 %	63 %	59 %	62 %
Ihr Zuhause*	59 %	60 %	58 %	65 %	67 %	60 %	58 %	59 %	63 %	56 %	54 %	62 %	60 %	58 %	61 %	53 %	60 %
Urlaubsreisen	48 %	45 %	54 %	38 %	50 %	47 %	49 %	45 %	43 %	50 %	50 %	45 %	54 %	57 %	48 %	47 %	50 %
Nicht alltägliche Restaurantbesuche*	45 %	47 %	47 %	39 %	54 %	46 %	47 %	44 %	39 %	47 %	44 %	50 %	54 %	49 %	42 %	43 %	47 %
Elektronikartikel*	44 %	46 %	43 %	44 %	45 %	44 %	48 %	43 %	50 %	40 %	46 %	43 %	56 %	42 %	40 %	42 %	46 %
Altersvorsorge	41 %	35 %	47 %	41 %	47 %	35 %	42 %	46 %	30 %	44 %	46 %	34 %	39 %	41 %	40 %	37 %	39 %
Unterstützung von Angehörigen*	41 %	37 %	33 %	34 %	42 %	38 %	41 %	42 %	40 %	42 %	42 %	48 %	44 %	53 %	46 %	47 %	58 %
Gesundheits- und Pflegeleistungen*	40 %	37 %	43 %	35 %	41 %	38 %	34 %	43 %	33 %	43 %	42 %	40 %	46 %	47 %	40 %	38 %	41 %
Hobby*	39 %	43 %	47 %	38 %	40 %	31 %	41 %	52 %	36 %	42 %	42 %	36 %	41 %	39 %	31 %	32 %	35 %
Kultur*	33 %	34 %	39 %	26 %	40 %	29 %	36 %	36 %	26 %	32 %	36 %	33 %	46 %	36 %	27 %	34 %	37 %
Einrichtung / Ausbau eines Homeoffice-Arbeitsplatzes (nur Berufstätige)	22 %	22 %	32 %	19 %	23 %	25 %	19 %	23 %	19 %	23 %	21 %	11 %	33 %	18 %	20 %	20 %	17 %
Fortbildung oder berufliche Ausbildung*	19 %	22 %	24 %	19 %	17 %	18 %	18 %	23 %	21 %	22 %	21 %	12 %	25 %	15 %	14 %	14 %	16 %
Sportgeräte wie Heimtrainer, Fahrrad	16 %	12 %	16 %	16 %	18 %	17 %	17 %	15 %	17 %	14 %	13 %	16 %	21 %	18 %	11 %	14 %	13 %
Kauf eines Autos	16 %	10 %	19 %	14 %	20 %	17 %	15 %	16 %	15 %	14 %	13 %	11 %	17 %	17 %	16 %	14 %	13 %
Luxusartikel*	13 %	14 %	17 %	14 %	18 %	12 %	14 %	14 %	8 %	14 %	13 %	7 %	15 %	13 %	12 %	6 %	16 %

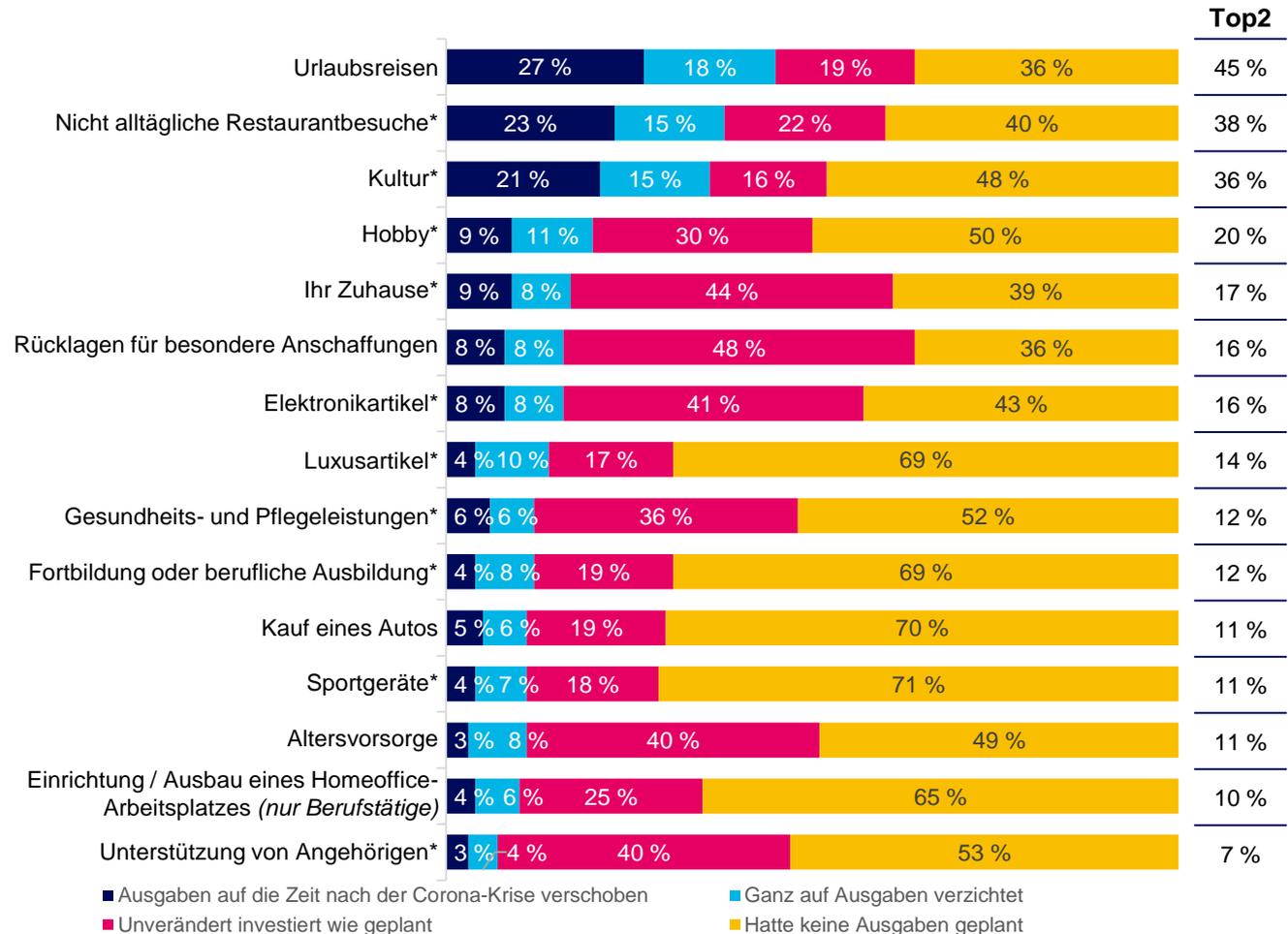
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten in den folgenden Bereichen Geld ausgeben werden?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2) * Es wurden Beispiele genannt

Anpassung von Ausgaben in den letzten zwölf Monaten aufgrund der Corona-Krise

Elf Prozent der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger haben Ausgaben für die eigene Altersvorsorge wegen der Corona-Krise verschoben oder häufiger noch ganz auf diese verzichtet.



Frage 2: Inwieweit haben Sie in den folgenden Bereichen wegen der Corona-Krise Ihre Ausgaben in den letzten 12 Monaten angepasst?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

* Es wurden Beispiele genannt.

Anpassung von Ausgaben in den letzten zwölf Monaten aufgrund der Corona-Krise

Jüngere haben häufiger als die Generation 50Plus Ausgaben für ihre Hobbys eingestellt oder verschoben.

Ausgaben auf die Zeit nach Corona verschoben + Ganz auf Ausgaben verzichtet	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559
Urlaubsreisen	45 %	50 %	49 %	41 %
Nicht alltägliche Restaurantbesuche, z. B. zu besonderen Anlässen	38 %	42 %	38 %	37 %
Kultur wie z.B. Theater- oder Konzertbesuche	36 %	43 %	39 %	32 %
Hobby, z. B. Sportvereine, Musikunterricht	20 %	26 %	22 %	15 %
Ihr Zuhause, z. B. Möbel, Renovierung, Accessoires	17 %	16 %	19 %	16 %
Rücklagen für besondere Anschaffungen	16 %	17 %	17 %	14 %
Elektronikartikel wie z.B. Smartphone, Beamer, Fernseher, Musikanlage, Spielekonsolen	16 %	16 %	17 %	15 %
Luxusartikel, z.B. teure Garderobe, Schmuck	14 %	16 %	16 %	12 %
Gesundheits- und Pflegeleistungen, z. B. Zahnersatz	12 %	13 %	15 %	10 %
Fortbildung oder berufliche Ausbildung, z.B. Sprachen	12 %	18 %	14 %	9 %
Kauf eines Autos	11 %	12 %	13 %	10 %
Sportgeräte wie Heimtrainer, Fahrrad	11 %	13 %	13 %	10 %
Altersvorsorge	11 %	9 %	13 %	10 %
Einrichtung / Ausbau eines Homeoffice-Arbeitsplatzes (nur Berufstätige)	10 %	13 %	11 %	8 %
Unterstützung von Angehörigen, z. B. Kinder, Enkelinnen und Enkel	7 %	7 %	9 %	7 %

Frage 2: Inwieweit haben Sie in den folgenden Bereichen wegen der Corona-Krise Ihre Ausgaben in den letzten 12 Monaten angepasst?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2) * Es wurden Beispiele genannt

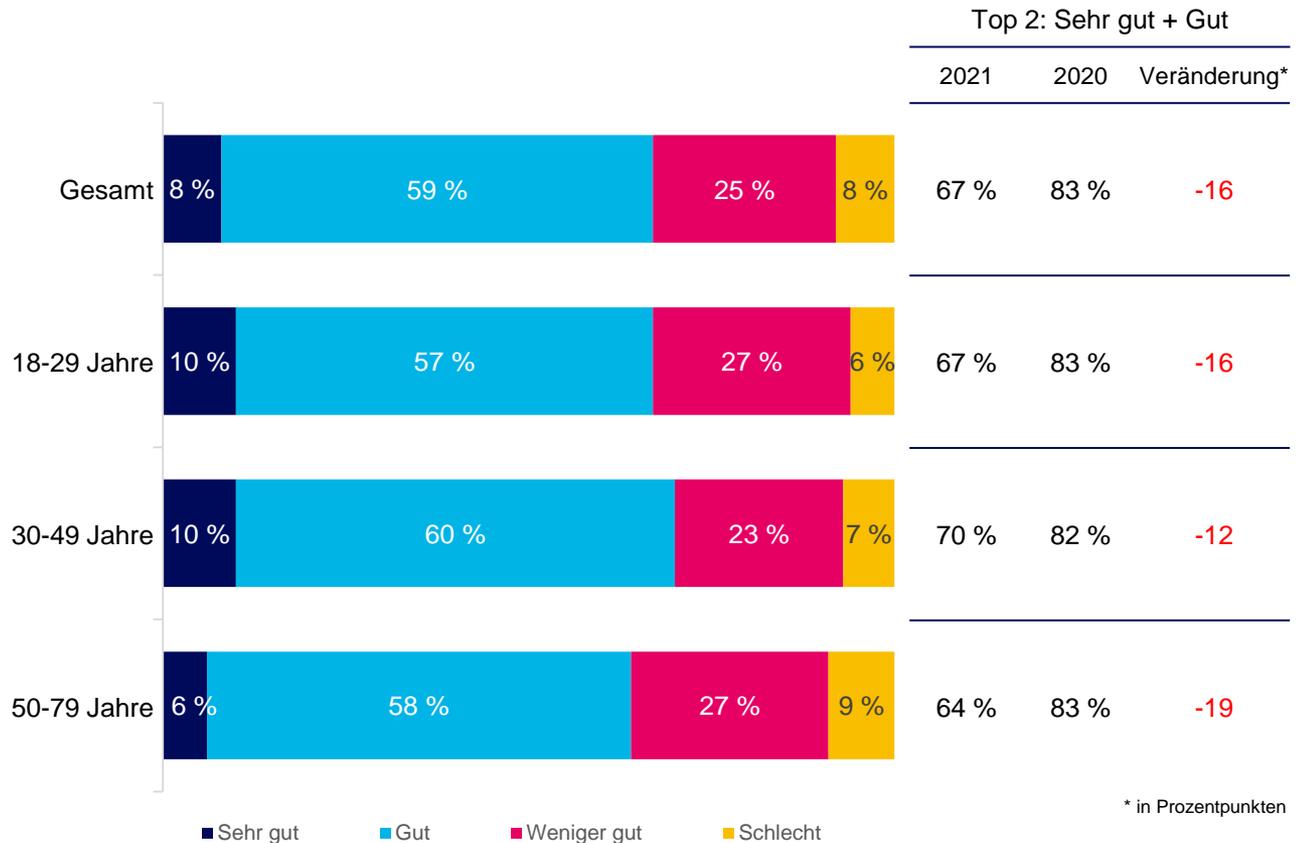
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Liquiditäts- situation

Derzeitige finanzielle Lage

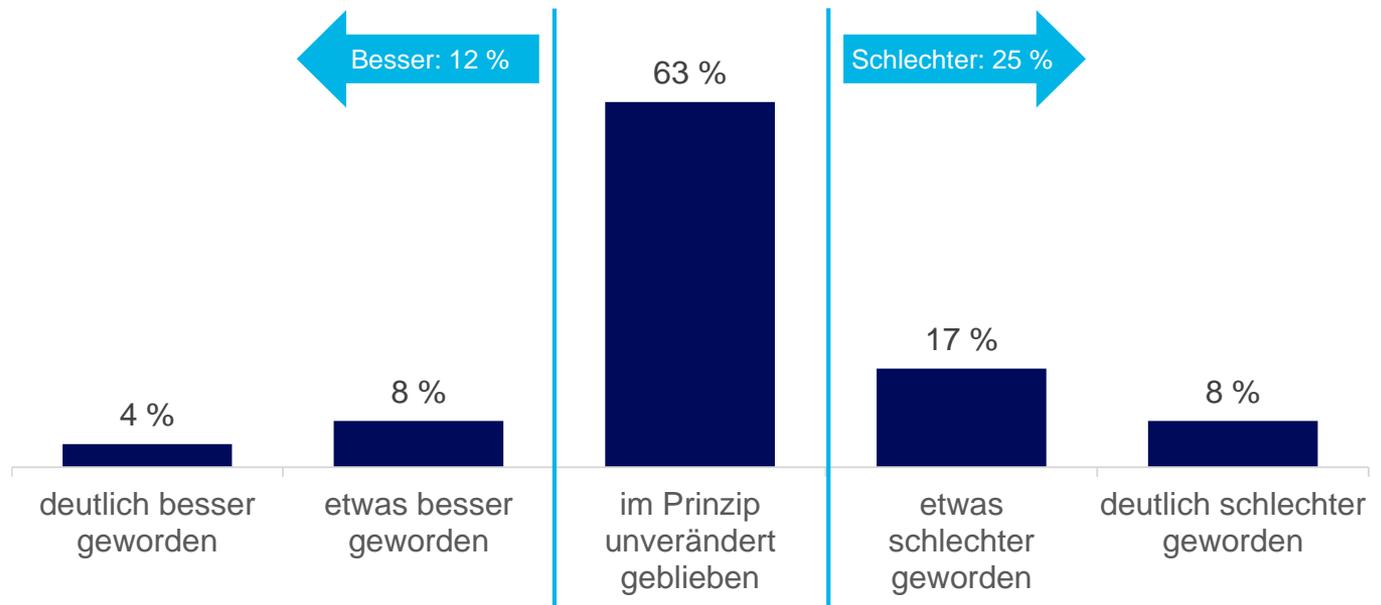
Zwei Drittel der Deutschen stufen ihre derzeitige finanzielle Situation als gut oder sehr gut ein. Vor einem Jahr waren es noch über 80 Prozent. Die schlechteren Einschätzungen gegenüber dem Vorjahr fallen bei den 50- bis 79-Jährigen etwas höher aus als in den anderen Altersgruppen.

Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)



Veränderte finanzielle Situation aufgrund der Corona-Krise

Für fast zwei Drittel der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger hatte die Corona-Krise keine Auswirkungen auf die finanzielle Situation. Ein Viertel berichtet allerdings von Verschlechterungen.



Frage 4: Inwieweit hat sich Ihre finanzielle Situation aufgrund der Corona-Krise verändert? Ist sie seit Beginn der Corona-Krise im März 2020 ...

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

Veränderte finanzielle Situation aufgrund der Corona-Krise

Vor allem bei der Generation 50Plus ist die Finanzlage überwiegend unverändert. Während sich die Situation bei Jüngeren überdurchschnittlich oft verbessert hat, klagen 30- bis 49-Jährige häufiger über eine schlechtere finanzielle Lage.

Finanzielle Situation ist aufgrund der Corona-Krise ...	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559
deutlich besser geworden	4 %	7 %	3 %	2 %
etwas besser geworden	8 %	15 %	9 %	6 %
im Prinzip unverändert geblieben	63 %	54 %	58 %	69 %
etwas schlechter geworden	17 %	17 %	20 %	15 %
deutlich schlechter geworden	8 %	7 %	10 %	8 %
∑ deutlich + etwas besser geworden	12 %	22 %	12 %	8 %
∑ etwas + deutlich schlechter geworden	25 %	24 %	30 %	23 %

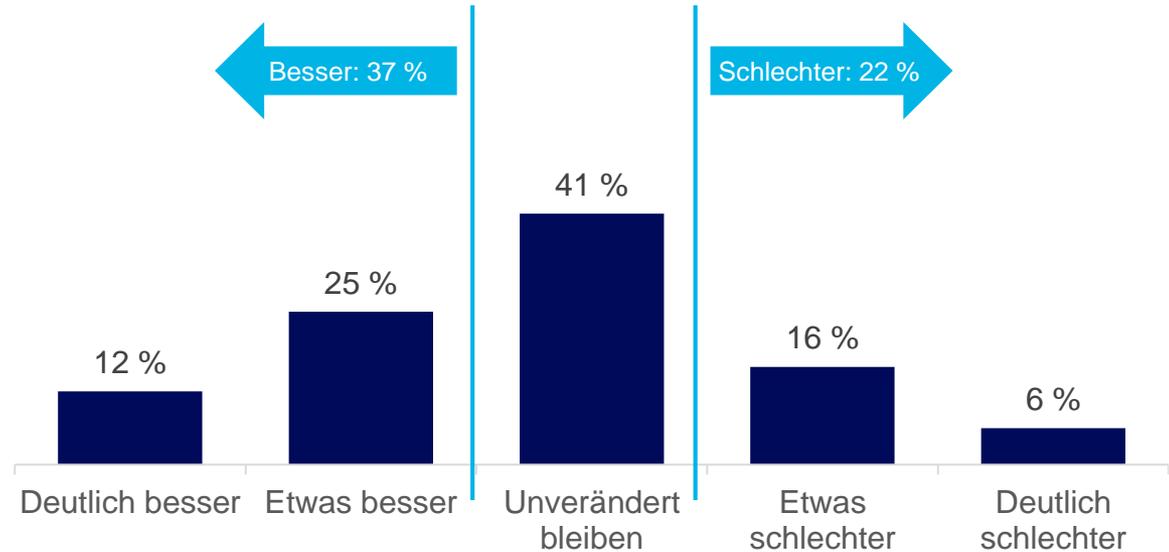
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 4: Inwieweit hat sich Ihre finanzielle Situation aufgrund der Corona-Krise verändert? Ist sie seit Beginn der Corona-Krise im März 2020 ...

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

Zukünftige finanzielle Situation

Fast vier von zehn Deutschen rechnen mit einer Verbesserung ihrer finanziellen Lage in den nächsten drei bis fünf Jahren. Der Anteil der Optimistinnen und Optimisten ist damit gegenüber 2020 um 13 Prozentpunkte gefallen. Deutlich angestiegen ist der Anteil derer, die von einer unveränderten Situation ausgehen.



Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

	Deutlich besser	Etwas besser	Unverändert bleiben	Etwas schlechter	Deutlich schlechter
2020*	12 %	38 %	23 %	21 %	5 %
Veränderung**	±0	-13	+18	-5	+1

* 2020: 1 % Weiß nicht / keine Angabe ** in Prozentpunkten

Zukünftige finanzielle Situation

Die Generation 50Plus geht seltener von einer Verbesserung, aber häufiger von einer Verschlechterung ihrer finanziellen Lage aus als die unter 50-Jährigen. Gegenüber 2020 sind beide Lager aber kleiner geworden, da mittlerweile die Hälfte der Älteren mit keinen Veränderungen rechnet.

Die zukünftige finanzielle Situation wird ...	Total	Altersgruppe (Jahre)			2020	
		18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559		
deutlich besser	12 %	29 %	11 %	6 %	5 %	+1
etwas besser	25 %	37 %	32 %	16 %	25 %	-9
unverändert bleiben	41 %	20 %	39 %	51 %	30 %	+21
etwas schlechter	16 %	9 %	12 %	20 %	31 %	-11
deutlich schlechter	6 %	5 %	6 %	7 %	8 %	-1
Σ deutlich + etwas besser	37 %	66 %	43 %	22 %	30 %	-8
Σ etwas + deutlich schlechter	22 %	14 %	18 %	27 %	39 %	-12

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

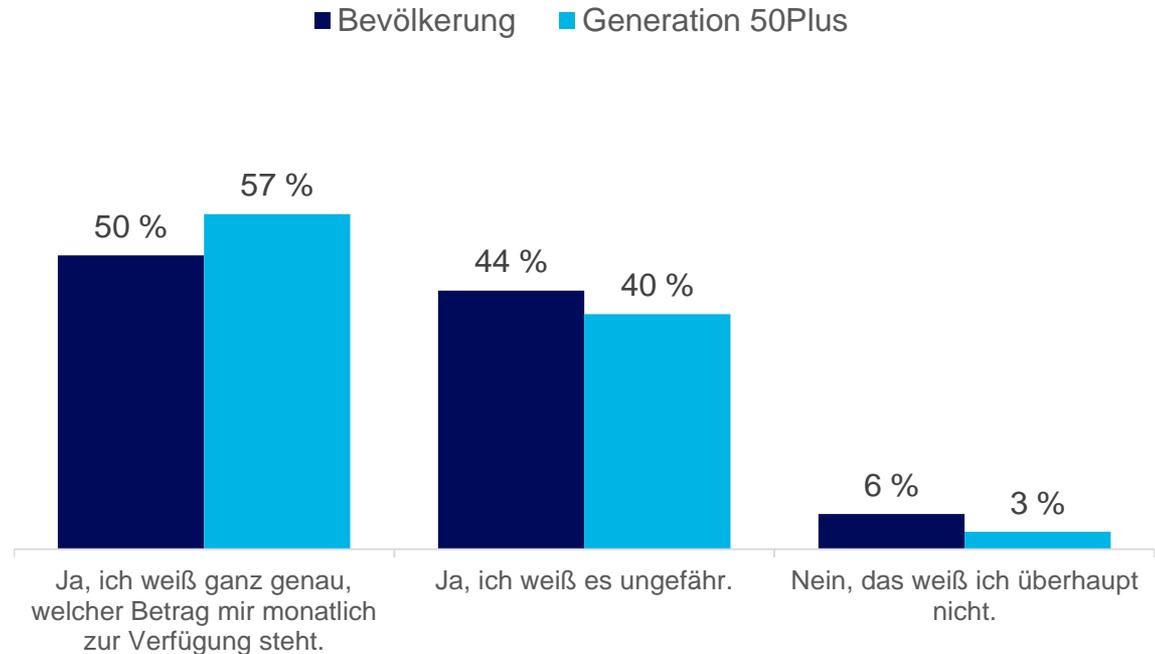
* in Prozentpunkten

Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

Finanzübersicht: Kenntnis der frei verfügbaren Mittel

Die Bundesbürgerinnen und Bundesbürger wissen besser als im Vorjahr, welcher Betrag genau ihnen monatlich zur Verfügung steht: Die Hälfte aller Deutschen und fast sechzig Prozent der Generation 50Plus können diesen Wert genau benennen.



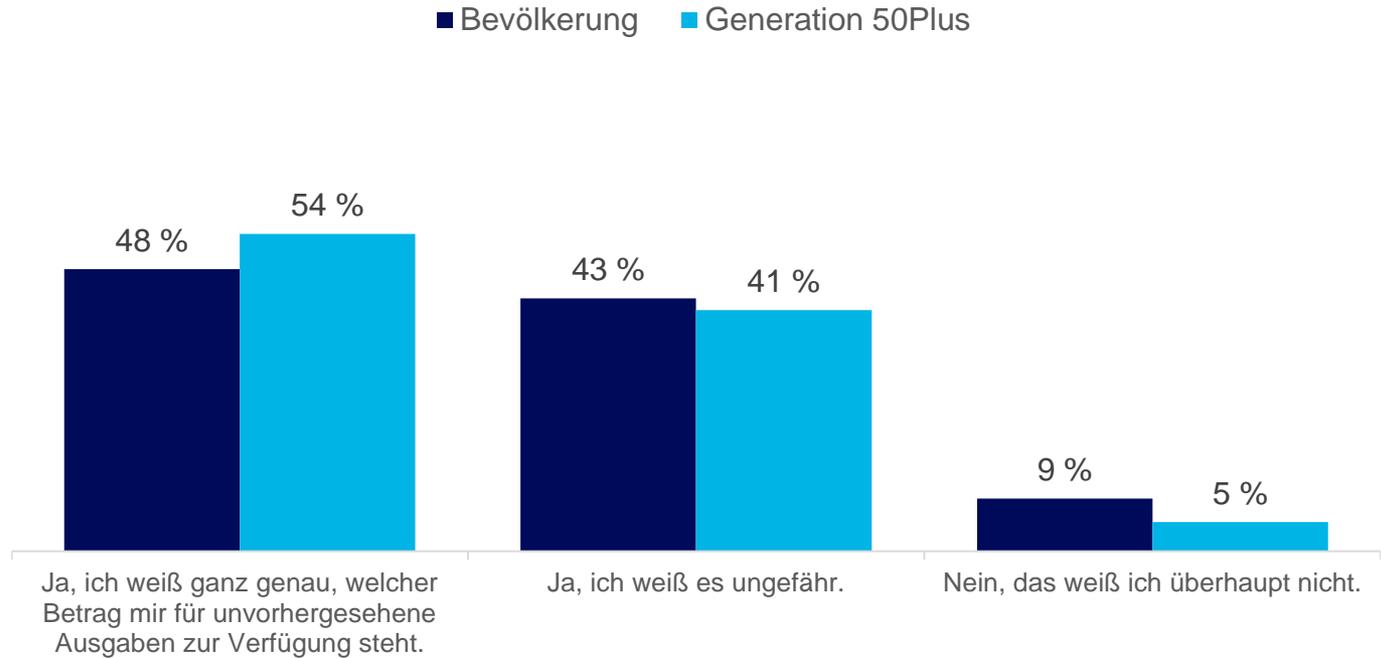
Frage 7: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten wie z. B. Miete, Strom, Telekommunikation oder Versicherungen abziehen: Wissen Sie dann ganz genau, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können?
Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

2020*	35 %	39 %	58 %	56 %	6 %	5 %
Veränderung**	+15	+18	-14	-16	±0	-2

* 2020: Differenzen zu 100 % = Weiß nicht / keine Angabe ** in Prozentpunkten

Finanzübersicht: Kenntnis des verfügbaren Betrags für unvorhergesehene Ausgaben

Fast die Hälfte der Deutschen weiß ganz genau, welcher Betrag ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht. In der Generation 50Plus kennen 54 Prozent diesen Betrag genau.



Frage 8: Und wie ist das mit dem Betrag, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht? Wissen Sie da ganz genau, welchen Betrag Sie zur Verfügung hätten, um eine unvorhergesehene Ausgabe ohne Kredit zu finanzieren?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

Finanzübersicht

Berlinerinnen und Berliner wissen tendenziell am häufigsten nicht, über welche Beträge sie monatlich frei verfügen können bzw. welche Summe ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht.

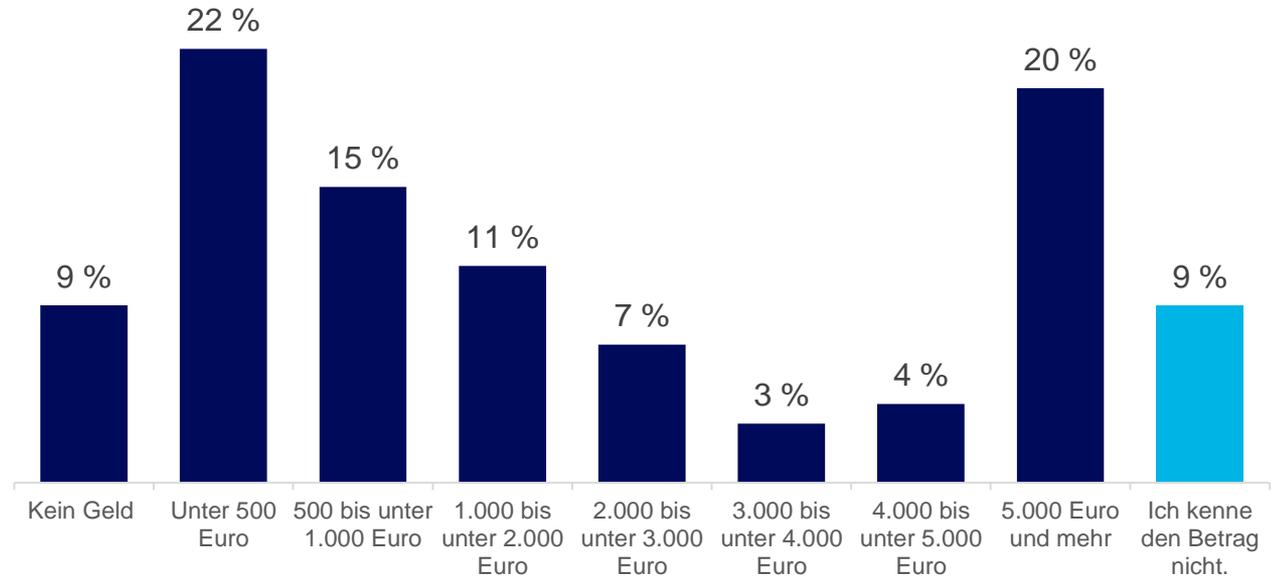
Finanzübersicht	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Frei verfügbare Mittel																	
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir monatlich zur Verfügung steht.	50 %	53 %	54 %	53 %	57 %	48 %	52 %	49 %	53 %	47 %	54 %	53 %	44 %	53 %	54 %	49 %	47 %
Ja, ich weiß es ungefähr.	44 %	44 %	39 %	43 %	37 %	45 %	44 %	47 %	41 %	45 %	40 %	41 %	47 %	44 %	42 %	46 %	48 %
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	6 %	3 %	7 %	4 %	6 %	6 %	4 %	4 %	6 %	7 %	6 %	6 %	9 %	3 %	4 %	6 %	5 %
Betrag für unvorhergesehene Ausgaben																	
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht.	48 %	48 %	52 %	50 %	58 %	48 %	43 %	43 %	50 %	51 %	50 %	53 %	39 %	51 %	52 %	41 %	47 %
Ja, ich weiß es ungefähr.	43 %	44 %	42 %	42 %	32 %	40 %	45 %	49 %	42 %	40 %	45 %	40 %	45 %	43 %	40 %	49 %	45 %
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	9 %	8 %	6 %	8 %	10 %	12 %	12 %	8 %	8 %	9 %	5 %	7 %	16 %	5 %	8 %	10 %	7 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 7: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten (...) abziehen: Wissen Sie dann ganz genau, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können? Frage 8: Und wie ist das mit dem Betrag, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht? Wissen Sie da ganz genau, welchen Betrag Sie zur Verfügung hätten, um eine unvorhergesehene Ausgabe ohne Kredit zu finanzieren?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennungen)

Höhe des für unvorhersehbare Ausgaben verfügbaren Betrags

Fast zehn Prozent der Befragten steht kein Geld für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung. 20 Prozent haben mindestens 5.000 Euro in der Reserve.



Frage 9: Und wie hoch ist dieser Betrag in etwa, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennungen)

Höhe des für unvorhersehbare Ausgaben verfügbaren Betrags

Unter 30-Jährige wissen am wenigsten über ihre finanziellen Reserven Bescheid.

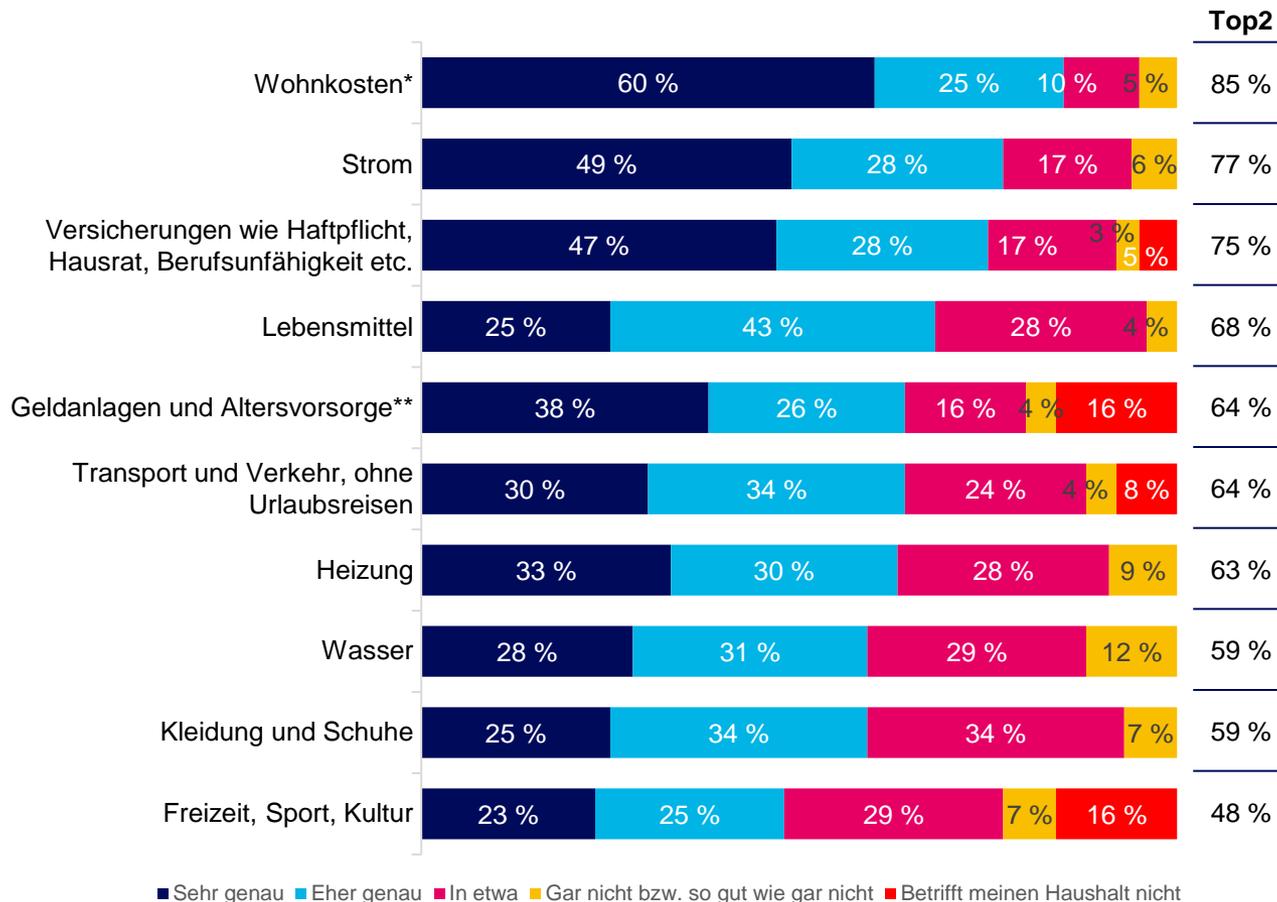
Verfügbarer Betrag für unvorhergesehene Ausgaben	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559
Mir steht kein Geld für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung	9 %	5 %	7 %	11 %
Unter 500 Euro	22 %	23 %	20 %	23 %
500 bis unter 1.000 Euro	15 %	12 %	16 %	16 %
1.000 bis unter 2.000 Euro	11 %	15 %	12 %	10 %
2.000 bis unter 3.000 Euro	7 %	7 %	7 %	7 %
3.000 bis unter 4.000 Euro	3 %	2 %	3 %	3 %
4.000 bis unter 5.000 Euro	4 %	3 %	4 %	3 %
5.000 Euro und mehr	20 %	13 %	21 %	22 %
Ich kenne den Betrag nicht.	9 %	20 %	10 %	5 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 9: Und wie hoch ist dieser Betrag in etwa, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158
 (Einfachnennungen)

Überblick über monatliche Ausgaben und Kosten

Die Deutschen kennen sich vor allem mit den Wohnkosten, aber auch ihren Ausgaben für Strom und Versicherungen genau aus.



Frage 10: Bleiben wir einmal bei den Ausgaben und Kosten: Wenn Sie einmal an die monatlichen Ausgaben in Ihrem Haushalt denken: Wie genau kennen Sie die Höhe der folgenden Ausgaben in Ihrem Haushalt?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

* also Miete bzw. Kredit-Tilgung für Wohneigentum inkl. Betriebskosten
 ** z. B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.

Überblick über monatliche Ausgaben und Kosten

Die Generation 50Plus kennt sich mit ihren Wohn- und Wohnnebenkosten überdurchschnittlich gut aus.

Sehr genau + Eher genau	Total	Altersgruppe (Jahre)			2020	
		18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559		
Wohnkosten, also Miete bzw. Kredit-Tilgung für Wohneigentum inkl. Betriebskosten	85 %	72 %	85 %	90 %	73 %	+17
Strom	77 %	57 %	76 %	86 %	62 %	+24
Versicherungen wie Haftpflicht, Hausrat, Berufsunfähigkeit etc.	75 %	61 %	69 %	82 %	60 %	+22
Lebensmittel	68 %	61 %	66 %	72 %	37 %	+35
Geldanlagen und Altersvorsorge, z. B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.	64 %	56 %	64 %	68 %	52 %	+16
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen	64 %	59 %	64 %	66 %	45 %	+21
Heizung	63 %	41 %	60 %	74 %	49 %	+25
Wasser	59 %	44 %	56 %	67 %	41 %	+26
Kleidung und Schuhe	59 %	59 %	59 %	60 %	35 %	+25
Freizeit, Sport, Kultur	48 %	45 %	50 %	49 %	35 %	+14

* in Prozentpunkten

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 10: Bleiben wir einmal bei den Ausgaben und Kosten: Wenn Sie einmal an die monatlichen Ausgaben in Ihrem Haushalt denken: Wie genau kennen Sie die Höhe der folgenden Ausgaben in Ihrem Haushalt?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Überblick über monatliche Ausgaben und Kosten

In Niedersachsen haben die Menschen einen besonders guten Überblick über ihre monatlichen Ausgaben.

Sehr genau + Eher genau	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Wohnkosten*	85 %	88 %	85 %	89 %	86 %	83 %	84 %	83 %	85 %	85 %	86 %	89 %	87 %	89 %	80 %	83 %	84 %
Strom	77 %	77 %	81 %	85 %	80 %	75 %	76 %	75 %	78 %	77 %	75 %	81 %	73 %	82 %	81 %	80 %	78 %
Versicherungen**	75 %	74 %	71 %	76 %	71 %	72 %	68 %	69 %	73 %	73 %	80 %	78 %	71 %	78 %	76 %	76 %	76 %
Lebensmittel	68 %	70 %	66 %	77 %	70 %	66 %	68 %	63 %	70 %	65 %	68 %	66 %	70 %	69 %	66 %	67 %	65 %
Geldanlagen und Altersvorsorge***	64 %	61 %	64 %	72 %	63 %	62 %	64 %	59 %	66 %	63 %	70 %	61 %	52 %	71 %	62 %	57 %	66 %
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen	64 %	63 %	65 %	69 %	67 %	60 %	63 %	58 %	65 %	67 %	68 %	67 %	60 %	64 %	65 %	64 %	63 %
Heizung	63 %	66 %	66 %	72 %	64 %	61 %	62 %	68 %	68 %	61 %	62 %	69 %	51 %	73 %	66 %	58 %	64 %
Wasser	59 %	58 %	68 %	70 %	65 %	55 %	54 %	57 %	61 %	59 %	62 %	65 %	43 %	68 %	67 %	56 %	63 %
Kleidung und Schuhe	59 %	57 %	52 %	63 %	52 %	57 %	59 %	56 %	55 %	64 %	62 %	55 %	56 %	60 %	59 %	58 %	58 %
Freizeit, Sport, Kultur	48 %	51 %	54 %	55 %	55 %	45 %	52 %	45 %	45 %	49 %	49 %	49 %	48 %	52 %	47 %	44 %	42 %

* also Miete bzw. Kredit-Tilgung für Wohneigentum inkl. Betriebskosten
 ** wie Haftpflicht, Hausrat, Berufsunfähigkeit etc.
 *** z. B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.

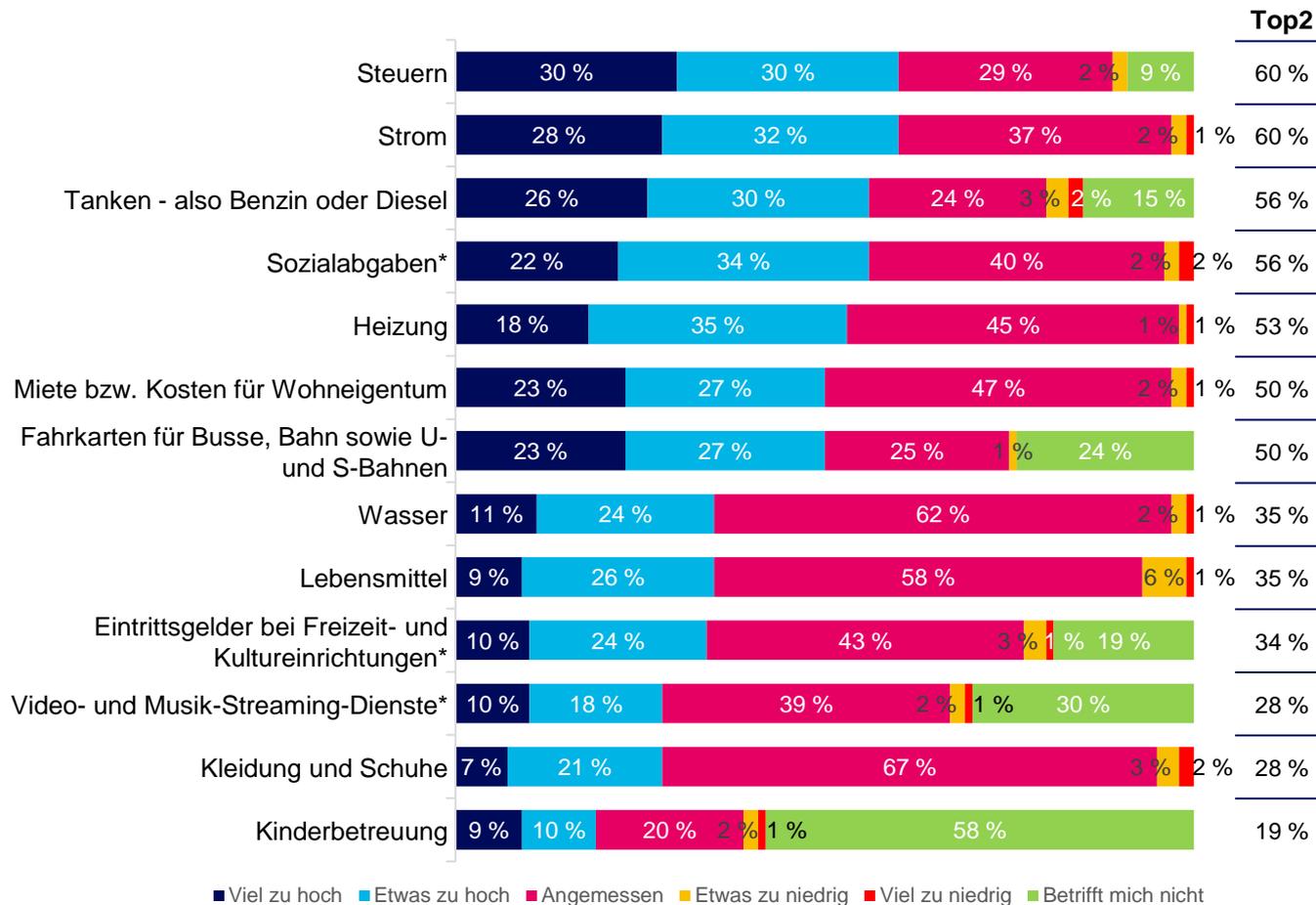
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 10: Bleiben wir einmal bei den Ausgaben und Kosten: Wenn Sie einmal an die monatlichen Ausgaben in Ihrem Haushalt denken: Wie genau kennen Sie die Höhe der folgenden Ausgaben in Ihrem Haushalt?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Preise für Abgaben, Produkte und Leistungen

Sechs von zehn Bundesbürgerinnen und Bundesbürgern empfinden die Steuern sowie die Preise für Strom als zu hoch. Knapp dahinter folgen die Kosten für das Tanken und die Sozialabgaben.



Frage 11: Wenn Sie jetzt einmal an die Preise für die folgenden Abgaben, Produkte und Leistungen denken: Sind diese aus Ihrer Sicht viel zu hoch, etwas zu hoch, angemessen, etwas zu niedrig oder viel zu niedrig?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

* Es wurden Beispiele gegeben.

Preise für Abgaben, Produkte und Leistungen

Die Generation 50Plus hält vor allem die Heizkosten und die Lebensmittelpreise häufiger als 2020 als zu hoch.

Viel zu hoch + Etwas zu hoch	Total	Altersgruppe (Jahre)			2020	
		18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559		
Steuern	60 %	55 %	64 %	61 %	70 %	-9
Strom	60 %	51 %	63 %	62 %	62 %	±0
Tanken - also Benzin oder Diesel	56 %	45 %	59 %	59 %	59 %	±0
Sozialabgaben - d.h. Renten-, Arbeitslosen-, Kranken- und Pflegeversicherung	56 %	44 %	59 %	60 %	49 %	+11
Heizung	53 %	41 %	55 %	55 %	41 %	+14
Miete bzw. Kosten für Wohneigentum	50 %	58 %	52 %	45 %	43 %	+2
Fahrkarten für Busse, Bahn sowie U- und S-Bahnen	50 %	57 %	53 %	44 %	53 %	-9
Wasser	35 %	30 %	33 %	39 %	27 %	+12
Lebensmittel	35 %	31 %	40 %	32 %	17 %	+15
Eintrittsgelder bei Freizeit- und Kultureinrichtungen wie z. B. Schwimmbäder, Museen	34 %	36 %	37 %	33 %	30 %	+3
Video- und Musik-Streaming-Dienste wie z. B. Sky, Netflix, Amazon etc.	28 %	34 %	33 %	22 %	Nicht erhoben	
Kleidung und Schuhe	28 %	34 %	31 %	23 %	11 %	+12
Kinderbetreuung	19 %	26 %	26 %	12 %	Nicht erhoben	

Frage 11: Wenn Sie jetzt einmal an die Preise für die folgenden Abgaben, Produkte und Leistungen denken: Sind diese aus Ihrer Sicht viel zu hoch, etwas zu hoch, angemessen, etwas zu niedrig oder viel zu niedrig?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* in Prozentpunkten

Beurteilung der Wohnkosten – Regionalvergleich

Die Wohnkosten sind vor allem den Menschen in Berlin, Hamburg, Baden-Württemberg und Brandenburg zu hoch.



Land	Viel / etwas zu hoch	Land	Viel / etwas zu hoch
Berlin	59 %	Niedersachsen	47 %
Hamburg	56 %	Schleswig-Holstein	46 %
Baden-Württemberg	54 %	Hessen	46 %
Brandenburg	54 %	Bremen	45 %
Bayern	53 %	Saarland	43 %
Thüringen	51 %	Mecklenburg-Vorpommern	42 %
Nordrhein-Westfalen	49 %	Sachsen-Anhalt	40 %
Rheinland-Pfalz	48 %	Sachsen	38 %

Viel zu hoch + Etwas zu hoch:
Bundesweit 50 %

Wohnkosten

- unter 42 %
- 42 % bis unter 46 %
- 46 % bis unter 50 %
- 50 % bis unter 54 %
- 54 % und mehr

Frage 11: Wenn Sie jetzt einmal an die Preise für die folgenden Abgaben, Produkte und Leistungen denken: Sind diese aus Ihrer Sicht viel zu hoch, etwas zu hoch, angemessen, etwas zu niedrig oder viel zu niedrig?

Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, dargestellt: Top2)

Preise für Abgaben, Produkte und Leistungen

In Hamburg werden neben den Steuern und Strompreisen vor allem die Kosten für den ÖPNV als zu hoch angesehen.

Viel zu hoch + Etwas zu hoch	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Steuern	60 %	56 %	60 %	63 %	55 %	61 %	65 %	57 %	64 %	62 %	59 %	54 %	64 %	64 %	61 %	58 %	63 %
Strom	60 %	63 %	64 %	62 %	55 %	63 %	62 %	61 %	65 %	60 %	52 %	55 %	66 %	63 %	59 %	58 %	68 %
Tanken - also Benzin oder Diesel	56 %	59 %	37 %	61 %	46 %	59 %	54 %	58 %	60 %	59 %	54 %	56 %	43 %	60 %	58 %	54 %	61 %
Sozialabgaben*	56 %	51 %	48 %	60 %	44 %	54 %	56 %	51 %	57 %	62 %	57 %	53 %	61 %	59 %	55 %	54 %	60 %
Heizung	53 %	54 %	50 %	49 %	52 %	57 %	50 %	55 %	65 %	57 %	45 %	49 %	53 %	55 %	52 %	49 %	56 %
Miete bzw. Kosten für Wohneigentum	50 %	46 %	56 %	47 %	45 %	49 %	46 %	48 %	43 %	54 %	53 %	42 %	59 %	54 %	40 %	38 %	51 %
Fahrkarten für Busse, Bahn sowie U- und S-Bahnen	50 %	48 %	61 %	44 %	51 %	46 %	54 %	50 %	59 %	52 %	48 %	33 %	60 %	53 %	49 %	50 %	51 %
Wasser	35 %	34 %	33 %	39 %	30 %	31 %	37 %	39 %	45 %	36 %	33 %	34 %	35 %	40 %	44 %	34 %	47 %
Lebensmittel	35 %	31 %	32 %	31 %	29 %	37 %	31 %	36 %	41 %	35 %	35 %	36 %	34 %	37 %	34 %	28 %	40 %
Eintrittsgelder bei Freizeit- und Kultureinrichtungen*	34 %	35 %	41 %	32 %	35 %	37 %	34 %	35 %	34 %	36 %	31 %	31 %	44 %	38 %	29 %	35 %	34 %
Video- und Musik-Streaming-Dienste*	28 %	31 %	29 %	33 %	32 %	30 %	32 %	25 %	32 %	24 %	29 %	16 %	32 %	27 %	22 %	23 %	22 %
Kleidung und Schuhe	28 %	19 %	29 %	26 %	27 %	32 %	31 %	27 %	29 %	26 %	28 %	26 %	34 %	21 %	26 %	22 %	28 %
Kinderbetreuung	19 %	25 %	15 %	16 %	18 %	20 %	20 %	14 %	25 %	22 %	18 %	10 %	18 %	26 %	18 %	16 %	23 %

* Es wurden Beispiele gegeben.

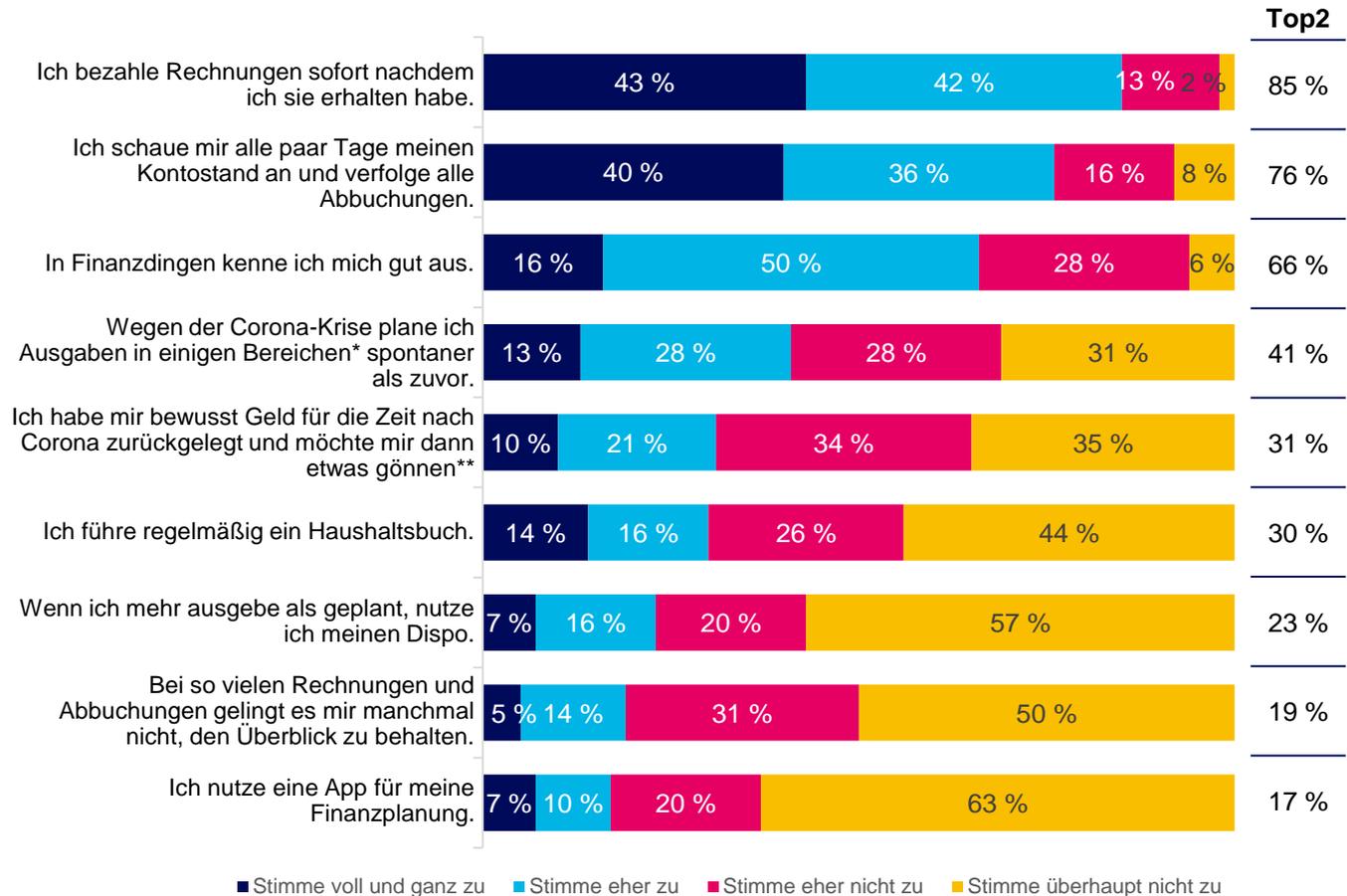
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 11: Wenn Sie jetzt einmal an die Preise für die folgenden Abgaben, Produkte und Leistungen denken: Sind diese aus Ihrer Sicht viel zu hoch, etwas zu hoch, angemessen, etwas zu niedrig oder viel zu niedrig?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Finanzverhalten

Finanzverhalten der Deutschen

Vier von zehn Deutschen planen wegen der Corona-Krise Ausgaben spontaner als zuvor. Ein knappes Drittel hat sich bewusst Geld zur Seite gelegt, um sich nach der Corona-Krise etwas zu gönnen.



Frage 6: Jetzt einmal allgemein zum Thema Finanzen: Jeder Mensch hat ja zu Finanzdingen andere Vorstellungen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

* z.B. Urlaubsreisen, Freizeit, Hobby und Kultur
 ** z.B. einen Urlaub, einen teuren Restaurantbesuch, Konzerte o.ä.

Finanzverhalten der Deutschen

Die Generation 50Plus schaut häufiger als vor der Corona-Krise den Kontostand an und führt öfter ein Haushaltsbuch. Entsprechend geben sie seltener an, manchmal den Überblick über ihre Finanzen zu verlieren.

Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Total	Altersgruppe (Jahre)			2020	
		18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559		
Ich bezahle Rechnungen sofort nachdem ich sie erhalten habe.	85 %	82 %	84 %	88 %	94 %	-6
Ich schaue mir alle paar Tage meinen Kontostand an und verfolge alle Abbuchungen.	76 %	76 %	76 %	77 %	60 %	+17
In Finanzdingen kenne ich mich gut aus.	66 %	57 %	62 %	71 %	63 %	+8
Wegen der Corona-Krise plane ich Ausgaben in einigen Bereichen, z.B. Urlaubsreisen, Freizeit, Hobby und Kultur, spontaner als zuvor.	41 %	55 %	49 %	31 %	Nicht erhoben	
Ich habe mir bewusst Geld für die Zeit nach Corona zurückgelegt und möchte mir dann etwas gönnen, z.B. einen Urlaub, einen teuren Restaurantbesuch, Konzerte o.ä.	31 %	40 %	34 %	26 %	Nicht erhoben	
Ich führe regelmäßig ein Haushaltsbuch.	30 %	33 %	31 %	28 %	14 %	+14
Wenn ich mehr ausbebe als geplant, nutze ich meinen Dispo.	23 %	24 %	24 %	23 %	18 %	+5
Bei so vielen Rechnungen und Abbuchungen gelingt es mir manchmal nicht, den Überblick zu behalten.	19 %	34 %	24 %	10 %	22 %	-12
Ich nutze eine App für meine Finanzplanung.	17 %	33 %	20 %	9 %	7 %	+2

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* in Prozentpunkten

Frage 6: Jetzt einmal allgemein zum Thema Finanzen: Jeder Mensch hat ja zu Finanzdingen andere Vorstellungen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Einstufung des Kenntnisstandes in Finanzdingen

Zwei Drittel der Deutschen stufen ihre Finanzkenntnisse als gut ein. In Berlin, dem Saarland und Baden-Württemberg kennen sich die Menschen am schlechtesten in Finanzdingen aus.

„In Finanzdingen kenne ich mich gut aus“



Land	Stimme voll und ganz / eher zu	Land	Stimme voll und ganz / eher zu
Hessen	71 %	Mecklenburg-Vorpommern	67 %
Brandenburg	70 %	Thüringen	66 %
Schleswig-Holstein	69 %	Nordrhein-Westfalen	65 %
Niedersachsen	69 %	Sachsen-Anhalt	65 %
Bremen	69 %	Sachsen	64 %
Rheinland-Pfalz	69 %	Saarland	60 %
Hamburg	68 %	Baden-Württemberg	60 %
Bayern	67 %	Berlin	58 %

Stimme voll und ganz zu +
Stimme eher zu: Bundesweit 66 %

Finanzwissen

- unter 63 %
- 63 % bis unter 66 %
- 66 % bis unter 69 %
- 69 % und mehr

Frage 6: Jetzt einmal allgemein zum Thema Finanzen: Jeder Mensch hat ja zu Finanzdingen andere Vorstellungen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, dargestellt: Top2)

Finanzverhalten der Deutschen

Die Zahlungsmoral ist in Mecklenburg-Vorpommern, Brandenburg und Sachsen besonders hoch: Neun von Zehn bezahlen hier ihre Rechnungen sofort nach Erhalt.

Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Ich bezahle Rechnungen sofort nachdem ich sie erhalten habe.	85 %	88 %	88 %	84 %	87 %	85 %	83 %	86 %	89 %	80 %	86 %	90 %	86 %	90 %	88 %	91 %	84 %
Ich schaue mir alle paar Tage meinen Kontostand an und verfolge alle Abbuchungen.	76 %	80 %	74 %	80 %	79 %	73 %	72 %	80 %	78 %	79 %	77 %	74 %	73 %	81 %	79 %	75 %	76 %
In Finanzdingen kenne ich mich gut aus.	66 %	69 %	68 %	69 %	69 %	65 %	71 %	69 %	60 %	60 %	67 %	67 %	58 %	70 %	65 %	64 %	66 %
Wegen der Corona-Krise plane ich Ausgaben in einigen Bereichen* spontaner als zuvor.	41 %	35 %	42 %	35 %	55 %	35 %	51 %	30 %	35 %	44 %	46 %	45 %	43 %	47 %	40 %	46 %	41 %
Ich habe mir bewusst Geld für die Zeit nach Corona zurückgelegt und möchte mir dann etwas gönnen**	31 %	24 %	35 %	26 %	44 %	31 %	30 %	27 %	27 %	33 %	35 %	35 %	32 %	32 %	34 %	29 %	30 %
Ich führe regelmäßig ein Haushaltsbuch.	30 %	33 %	26 %	28 %	28 %	32 %	30 %	28 %	25 %	30 %	26 %	33 %	30 %	33 %	38 %	31 %	35 %
Wenn ich mehr ausbebe als geplant, nutze ich meinen Dispo.	23 %	19 %	20 %	20 %	20 %	24 %	27 %	29 %	22 %	26 %	24 %	21 %	22 %	25 %	22 %	18 %	20 %
Bei so vielen Rechnungen und Abbuchungen gelingt es mir manchmal nicht, den Überblick zu behalten.	19 %	19 %	16 %	22 %	23 %	19 %	17 %	16 %	19 %	26 %	16 %	14 %	17 %	15 %	19 %	11 %	13 %
Ich nutze eine App für meine Finanzplanung.	17 %	18 %	18 %	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %	17 %	21 %	19 %	13 %	19 %	13 %	22 %	14 %	15 %

Frage 6: Jetzt einmal allgemein zum Thema Finanzen: Jeder Mensch hat ja zu Finanzdingen andere Vorstellungen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

* z.B. Urlaubsreisen, Freizeit, Hobby und Kultur

** z.B. einen Urlaub, einen teuren Restaurantbesuch, Konzerte o.ä.

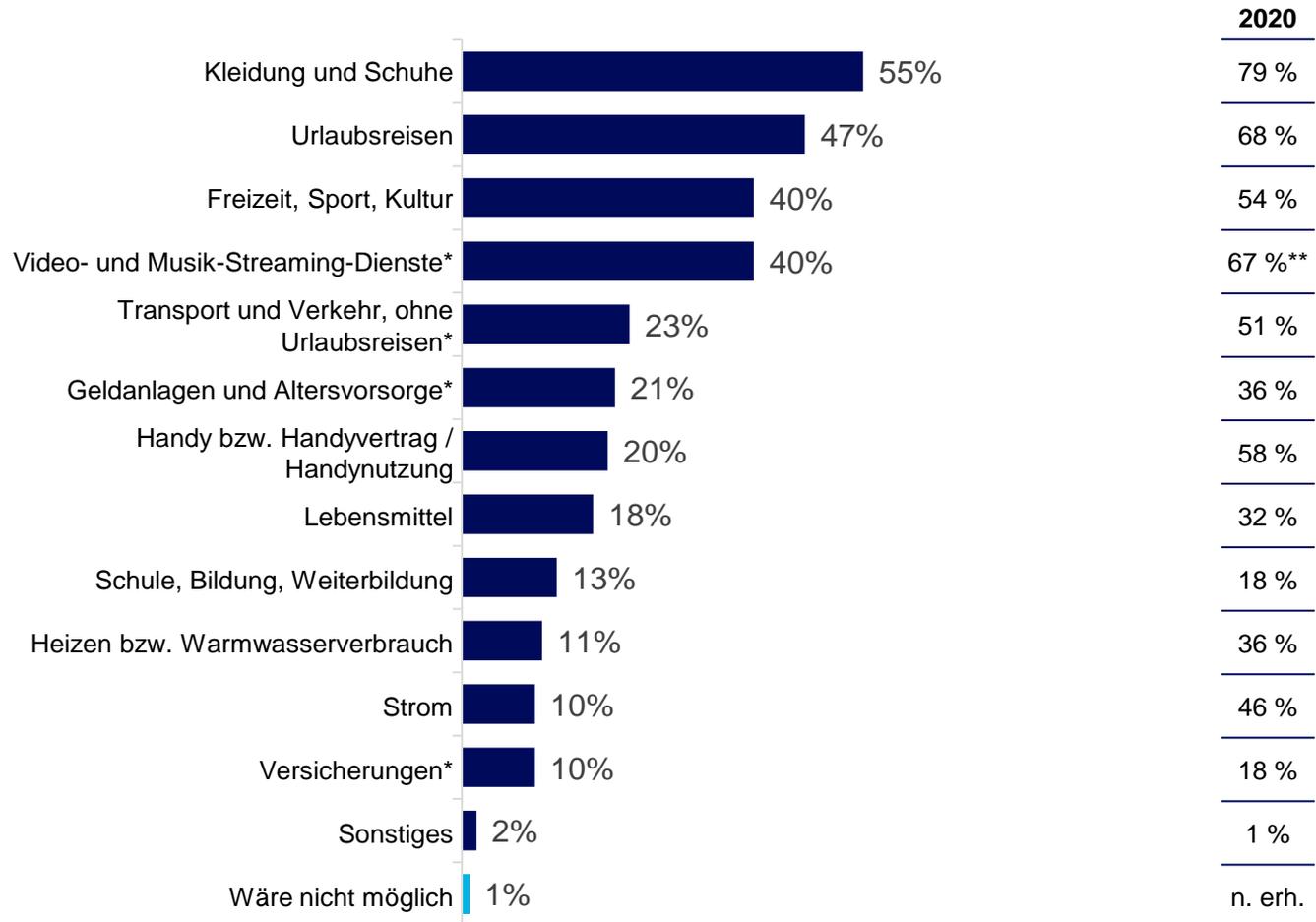
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Ausgabeverhalten

Bereitschaft zum Sparen

Wenn die Deutschen ihre Ausgaben reduzieren müssten, würde mehr als die Hälfte an Kleidung und Schuhen sparen. 21 Prozent würden ihre Ausgaben im Bereich Geldanlagen und Altersvorsorge einschränken.



* Beispiele wurden genannt ** TV- und Musik-Streaming-Dienste

Frage 12: Einmal angenommen, Sie müssten Ihre Ausgaben um 100 Euro pro Monat reduzieren: An welchen Stellen wären Sie am ehesten bereit zu sparen?
Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Mehrfachnennungen)

Bereitschaft zum Sparen

Die Bereitschaft, beim Strom und beim Handy bzw. dem Handyvertrag zu sparen, ist in der Generation 50Plus besonders stark zurückgegangen.

Bereitschaft zum Sparen	Total	Geschlecht		Altersgruppe (Jahre)			2020	
		Männer	Frauen	18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	3.158	1.576	1.582	561	1.038	1.559		
Kleidung und Schuhe	55 %	47 %	63 %	61 %	54 %	53 %	75 %	-22
Urlaubsreisen	47 %	47 %	47 %	43 %	46 %	49 %	65 %	-16
Freizeit, Sport, Kultur	40 %	39 %	42 %	37 %	40 %	42 %	49 %	-7
Video- und Musik-Streaming-Dienste wie z. B. Sky, Netflix, Amazon etc.	40 %	39 %	41 %	33 %	38 %	44 %	68 %	-24
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen, z. B. Auto, Sprit, KFZ-Versicherung, öffentliche Verkehrsmittel, Taxi	23 %	22 %	23 %	22 %	19 %	25 %	51 %	-26
Geldanlagen und Altersvorsorge, z.B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.	21 %	21 %	21 %	16 %	18 %	25 %	36 %	-11
Handy bzw. Handyvertrag / Handynutzung	20 %	20 %	21 %	23 %	20 %	20 %	54 %	-34
Lebensmittel	18 %	17 %	20 %	21 %	20 %	16 %	28 %	-12
Schule, Bildung, Weiterbildung	13 %	13 %	12 %	6 %	8 %	18 %	23 %	-5
Heizen bzw. Warmwasserverbrauch	11 %	11 %	11 %	12 %	12 %	10 %	35 %	-25
Strom	10 %	11 %	9 %	11 %	9 %	10 %	48 %	-38
Versicherungen wie Haftpflicht, Hausrat, Berufsunfähigkeit etc.	10 %	11 %	8 %	7 %	11 %	10 %	19 %	-9
Sonstiges	2 %	2 %	1 %	2 %	1 %	2 %	2 %	±0
Wäre nicht möglich	1 %	1 %	1 %	0 %	1 %	1 %		Nicht erhoben

Frage 12: Einmal angenommen, Sie müssten Ihre Ausgaben um 100 Euro pro Monat reduzieren: An welchen Stellen wären Sie am ehesten bereit zu sparen?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Mehrfachnennungen)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* in Prozentpunkten

Bereitschaft zum Sparen

In Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Berlin würden überdurchschnittlich viele Menschen bei den Ausgaben für Geldanlagen und Altersvorsorge sparen.

Bereitschaft zum Sparen	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Kleidung und Schuhe	55 %	50 %	54 %	56 %	47 %	57 %	58 %	57 %	50 %	51 %	56 %	51 %	59 %	56 %	49 %	52 %	56 %
Urlaubsreisen	47 %	52 %	45 %	55 %	40 %	43 %	55 %	49 %	52 %	50 %	44 %	43 %	47 %	47 %	42 %	44 %	44 %
Freizeit, Sport, Kultur	40 %	38 %	36 %	47 %	37 %	37 %	38 %	45 %	37 %	41 %	42 %	38 %	42 %	43 %	37 %	34 %	41 %
Video- und Musik-Streaming-Dienste*	40 %	40 %	36 %	37 %	41 %	34 %	42 %	49 %	42 %	43 %	43 %	42 %	42 %	45 %	35 %	40 %	46 %
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen*	23 %	22 %	22 %	26 %	32 %	20 %	26 %	24 %	19 %	19 %	24 %	29 %	18 %	27 %	20 %	20 %	26 %
Geldanlagen und Altersvorsorge*	21 %	28 %	15 %	21 %	24 %	20 %	25 %	19 %	23 %	16 %	19 %	26 %	27 %	25 %	23 %	20 %	24 %
Handy bzw. Handyvertrag / Handynutzung	20 %	19 %	21 %	18 %	21 %	22 %	21 %	23 %	20 %	23 %	18 %	23 %	16 %	22 %	19 %	20 %	19 %
Lebensmittel	18 %	21 %	18 %	22 %	16 %	15 %	18 %	15 %	23 %	21 %	15 %	22 %	24 %	27 %	21 %	17 %	20 %
Schule, Bildung, Weiterbildung	13 %	12 %	12 %	19 %	15 %	13 %	11 %	13 %	11 %	11 %	12 %	14 %	15 %	14 %	9 %	12 %	11 %
Heizen bzw. Warmwasserverbrauch	11 %	10 %	11 %	11 %	10 %	9 %	10 %	12 %	13 %	11 %	8 %	13 %	15 %	16 %	12 %	15 %	18 %
Strom	10 %	12 %	12 %	11 %	8 %	8 %	7 %	11 %	9 %	11 %	10 %	10 %	12 %	12 %	9 %	7 %	19 %
Versicherungen*	10 %	10 %	6 %	11 %	8 %	7 %	12 %	8 %	15 %	12 %	9 %	8 %	10 %	9 %	11 %	10 %	14 %
Sonstiges	2 %	0 %	4 %	1 %	2 %	3 %	1 %	1 %	1 %	4 %	-	1 %	1 %	2 %	3 %	1 %	3 %
Wäre nicht möglich	1 %	-	2 %	1 %	-	2 %	0 %	-	-	1 %	-	1 %	0 %	-	0 %	1 %	-

* Beispiele wurden genannt

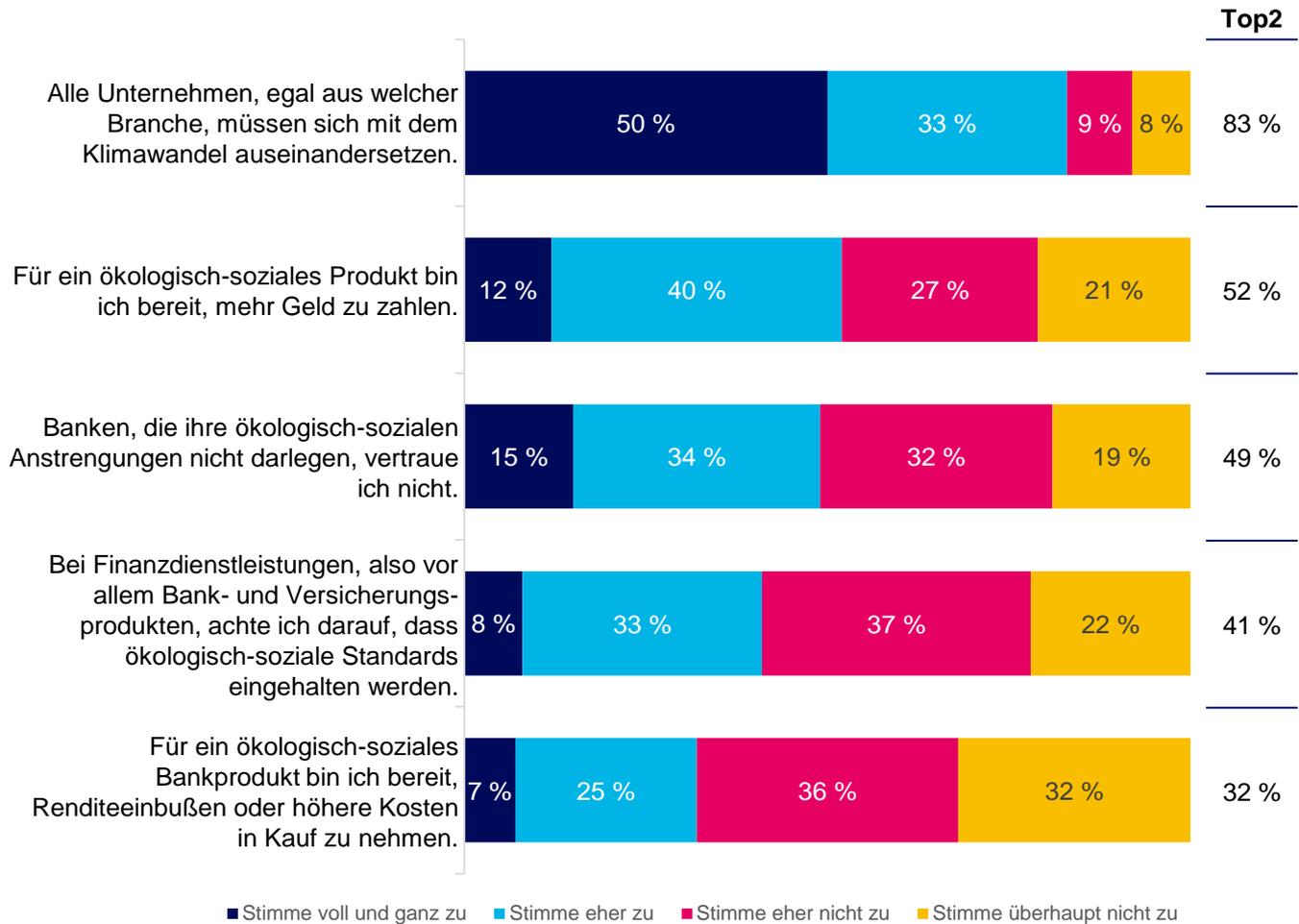
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 12: Einmal angenommen, Sie müssten Ihre Ausgaben um 100 Euro pro Monat reduzieren: An welchen Stellen wären Sie am ehesten bereit zu sparen? Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Mehrfachnennungen)

Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

Die Hälfte der Deutschen vertraut Banken nicht, die ihre ökologisch-sozialen Anstrengungen nicht darlegen. Allerdings wäre nur ein Drittel der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger bereit, für ein nachhaltiges Bankprodukt Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.

Frage 13: Viele Unternehmen legen ökologisch-soziale Mindeststandards fest, die für ihre Produkte und Dienstleistungen gelten müssen, z.B. Mindeststandards bei den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern, Maßnahmen zum Klimaschutz oder Ausschluss von Branchen wie Waffenherstellern. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung zu? Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage)



Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

Vor allem die Generation 50Plus möchte nicht auf Rendite verzichten oder mehr zahlen, um ein ökologisch-soziales Bankprodukt zu nutzen.

Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559
Alle Unternehmen, egal aus welcher Branche, müssen sich mit dem Klimawandel auseinandersetzen.	83 %	77 %	79 %	87 %
Für ein ökologisch-soziales Produkt bin ich bereit, mehr Geld zu zahlen.	52 %	64 %	49 %	48 %
Banken, die ihre ökologisch-sozialen Anstrengungen nicht darlegen, vertraue ich nicht.	49 %	50 %	43 %	53 %
Bei Finanzdienstleistungen, also vor allem Bank- und Versicherungsprodukten, achte ich darauf, dass ökologisch-soziale Standards eingehalten werden.	41 %	42 %	34 %	44 %
Für ein ökologisch-soziales Bankprodukt bin ich bereit, Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.	32 %	45 %	32 %	27 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 13: Viele Unternehmen legen ökologisch-soziale Mindeststandards fest, die für ihre Produkte und Dienstleistungen gelten müssen, z.B. Mindeststandards bei den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern, Maßnahmen zum Klimaschutz oder Ausschluss von Branchen wie Waffenherstellern. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung zu? Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage)

Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

In Hamburg, Bremen und dem Saarland sind die Menschen häufiger bereit, für ein nachhaltiges Bankprodukt höhere Kosten bzw. weniger Rendite hinzunehmen.

Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Alle Unternehmen, egal aus welcher Branche, müssen sich mit dem Klimawandel auseinandersetzen.	82 %	83 %	79 %	85 %	79 %	79 %	89 %	82 %	83 %	83 %	83 %	84 %	82 %	85 %	80 %	78 %	84 %
Für ein ökologisch-soziales Produkt bin ich bereit, mehr Geld zu zahlen.	51 %	53 %	59 %	49 %	61 %	50 %	52 %	53 %	48 %	50 %	58 %	50 %	53 %	52 %	49 %	39 %	45 %
Banken, die ihre ökologisch-sozialen Anstrengungen nicht darlegen, vertraue ich nicht.	49 %	57 %	53 %	50 %	50 %	44 %	51 %	58 %	58 %	44 %	53 %	49 %	50 %	52 %	54 %	45 %	51 %
Bei Finanzdienstleistungen, also vor allem Bank- und Versicherungsprodukten, achte ich darauf, dass ökologisch-soziale Standards eingehalten werden.	40 %	42 %	43 %	41 %	43 %	39 %	44 %	40 %	48 %	40 %	40 %	44 %	37 %	45 %	45 %	36 %	38 %
Für ein ökologisch-soziales Bankprodukt bin ich bereit, Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.	32 %	35 %	41 %	23 %	38 %	34 %	33 %	31 %	40 %	32 %	35 %	28 %	36 %	26 %	28 %	22 %	28 %

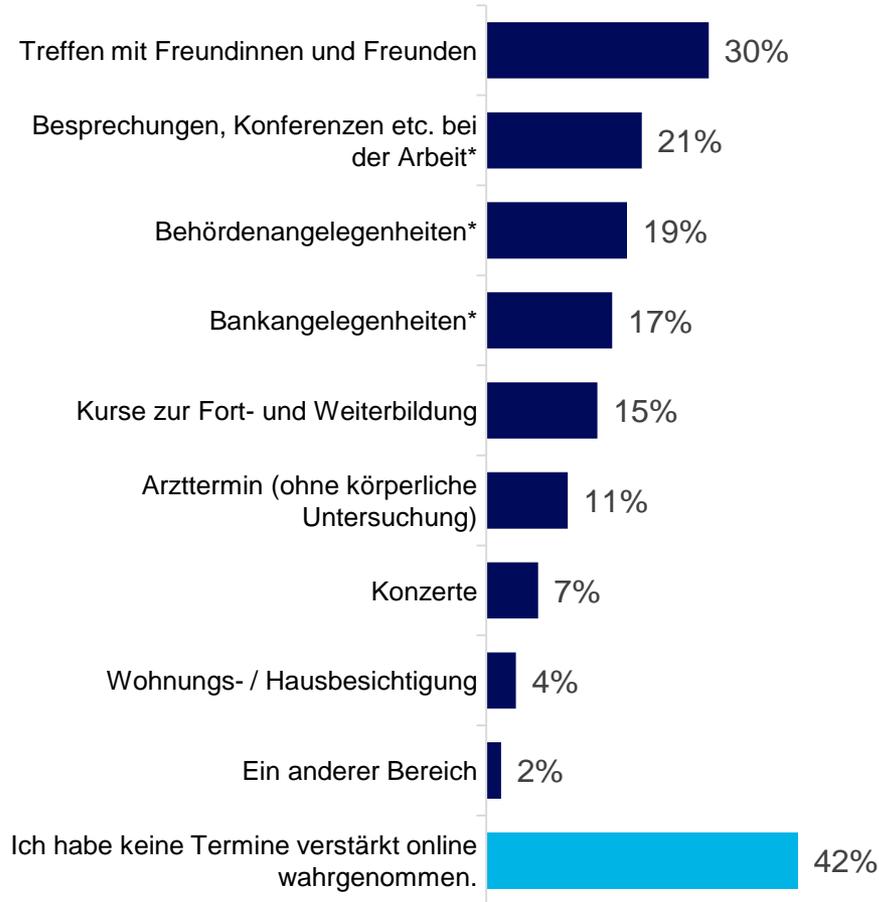
Frage 13: Viele Unternehmen legen ökologisch-soziale Mindeststandards fest, die für ihre Produkte und Dienstleistungen gelten müssen, z.B. Mindeststandards bei den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern, Maßnahmen zum Klimaschutz oder Ausschluss von Branchen wie Waffenherstellern. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung zu? Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Digitalisierung

Online verstärkt wahrgenommene Termine

In der Corona-Krise wurden vor allem persönliche Treffen – privat wie beruflich – verstärkt online wahrgenommen.



* Beispiele wurden genannt

Frage 14: Kommen wir zur Nutzung digitaler Möglichkeiten: In welchen Bereichen haben Sie aufgrund der Corona-Krise Termine verstärkt online statt persönlich wahrgenommen?
Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Mehrfachnennungen)

Online verstärkt wahrgenommene Termine

Die Hälfte der Deutschen ab 50 Jahren hat keine Termine verstärkt online wahrgenommen.

Termine verstärkt online wahrgenommen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559
Treffen mit Freundinnen und Freunden	30 %	38 %	31 %	27 %
Besprechungen, Konferenzen etc. bei der Arbeit, z.B. mit Kolleginnen und Kollegen, Kundinnen und Kunden oder Dienstleisterinnen und Dienstleistern	21 %	25 %	31 %	13 %
Behördenangelegenheiten, z.B. Einreichen von Unterlagen, Kfz-Zulassung	19 %	17 %	19 %	19 %
Bankangelegenheiten, z.B. Beratung zu Geldanlagen oder einem Kredit	17 %	12 %	17 %	18 %
Kurse zur Fort- und Weiterbildung	15 %	25 %	18 %	9 %
Arzttermin (ohne körperliche Untersuchung)	11 %	8 %	9 %	12 %
Konzerte	7 %	10 %	7 %	5 %
Wohnungs- / Hausbesichtigung	4 %	6 %	4 %	2 %
Ein anderer Bereich	2 %	4 %	2 %	2 %
Ich habe keine Termine verstärkt online wahrgenommen.	42 %	29 %	37 %	50 %

Frage 14: Kommen wir zur Nutzung digitaler Möglichkeiten: In welchen Bereichen haben Sie aufgrund der Corona-Krise Termine verstärkt online statt persönlich wahrgenommen?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158
 (Mehrfachnennungen)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Online verstärkt wahrgenommene Termine

Vor allem im Saarland wurden Bankangelegenheiten im Zuge der Corona-Krise verstärkt online erledigt.

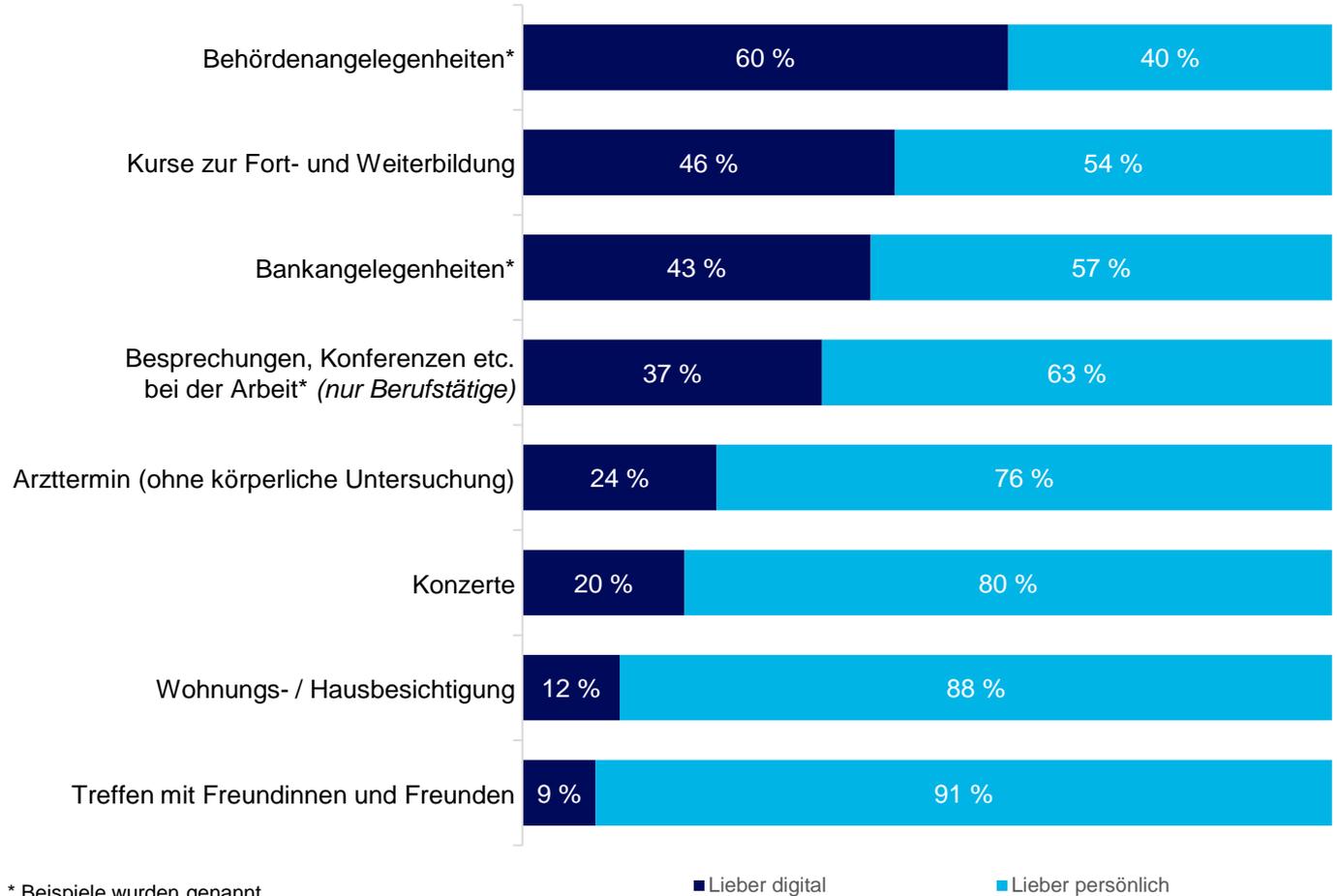
Termine verstärkt online wahrgenommen	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Treffen mit Freundinnen und Freunden	30 %	33 %	29 %	29 %	40 %	28 %	33 %	30 %	29 %	31 %	34 %	27 %	36 %	28 %	24 %	22 %	31 %
Besprechungen, Konferenzen etc. bei der Arbeit, z.B. mit Kolleginnen und Kollegen, Kundinnen und Kunden oder Dienstleisterinnen und Dienstleistern	21 %	19 %	30 %	21 %	16 %	20 %	24 %	19 %	19 %	22 %	25 %	14 %	26 %	18 %	15 %	17 %	14 %
Behördenangelegenheiten, z.B. Einreichen von Unterlagen, Kfz-Zulassung	19 %	16 %	18 %	20 %	13 %	20 %	19 %	17 %	28 %	17 %	19 %	24 %	18 %	21 %	16 %	15 %	20 %
Bankangelegenheiten, z.B. Beratung zu Geldanlagen oder einem Kredit	17 %	16 %	18 %	21 %	18 %	18 %	12 %	14 %	23 %	18 %	14 %	12 %	14 %	14 %	15 %	17 %	16 %
Kurse zur Fort- und Weiterbildung	15 %	15 %	15 %	14 %	15 %	14 %	17 %	15 %	11 %	15 %	17 %	11 %	19 %	18 %	10 %	8 %	10 %
Arzttermin (ohne körperliche Untersuchung)	11 %	12 %	13 %	10 %	12 %	7 %	12 %	13 %	12 %	10 %	13 %	9 %	15 %	11 %	10 %	8 %	11 %
Konzerte	7 %	4 %	10 %	6 %	10 %	7 %	7 %	4 %	7 %	4 %	7 %	6 %	10 %	8 %	7 %	4 %	9 %
Wohnungs- / Hausbesichtigung	4 %	3 %	4 %	2 %	7 %	5 %	4 %	5 %	3 %	2 %	3 %	3 %	6 %	3 %	3 %	3 %	2 %
Ein anderer Bereich	2 %	3 %	3 %	1 %	-	2 %	1 %	3 %	4 %	2 %	3 %	2 %	2 %	2 %	1 %	3 %	2 %
Ich habe keine Termine verstärkt online wahrgenommen.	42 %	44 %	36 %	39 %	28 %	42 %	44 %	44 %	40 %	42 %	38 %	50 %	35 %	43 %	54 %	53 %	48 %

Frage 14: Kommen wir zur Nutzung digitaler Möglichkeiten: In welchen Bereichen haben Sie aufgrund der Corona-Krise Termine verstärkt online statt persönlich wahrgenommen?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158
 (Mehrfachnennungen)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Bevorzugte Art der Terminwahrnehmung

Wenn die Deutschen wählen dürften, würden sechs von zehn Behörden- und mehr als vier von zehn Bankangelegenheiten lieber online als persönlich erledigen.



* Beispiele wurden genannt

Frage 15: Losgelöst von der Corona-Krise und davon, ob und wenn ja wie Sie Termine verstärkt online wahrgenommen haben: Geben Sie bitte an, ob Sie den jeweiligen Termin lieber persönlich oder digital wahrnehmen würden.
Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Bevorzugte Art der Terminwahrnehmung

Ein Fünftel der Generation 50Plus würde die Sprechstunde beim Arzt oder bei der Ärztin gerne virtuell wahrnehmen, wenn keine körperliche Untersuchung ansteht.

Lieber digital	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559
Behördenangelegenheiten, z.B. Einreichen von Unterlagen, Kfz-Zulassung	60 %	62 %	61 %	58 %
Kurse zur Fort- und Weiterbildung	46 %	49 %	46 %	45 %
Bankangelegenheiten, z.B. Beratung zu Geldanlagen oder einem Kredit	43 %	43 %	48 %	40 %
Besprechungen, Konferenzen etc. bei der Arbeit, z.B. mit Kolleginnen und Kollegen, Kundinnen und Kunden oder Dienstleisterinnen und Dienstleistern (<i>nur Berufstätige</i>)	37 %	38 %	41 %	33 %
Arzttermin (ohne körperliche Untersuchung)	24 %	26 %	28 %	21 %
Konzerte	20 %	17 %	18 %	22 %
Wohnungs- / Hausbesichtigung	12 %	9 %	12 %	13 %
Treffen mit Freundinnen und Freunden	9 %	9 %	9 %	8 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 15: Losgelöst von der Corona-Krise und davon, ob und wenn ja wie Sie Termine verstärkt online wahrgenommen haben: Geben Sie bitte an, ob Sie den jeweiligen Termin lieber persönlich oder digital wahrnehmen würden.
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Bevorzugte Art der Terminwahrnehmung

In Berlin, Niedersachsen und dem Saarland favorisiert rund die Hälfte der Bankkundinnen und Bankkunden eine digitale Abwicklung ihrer Bankgeschäfte.

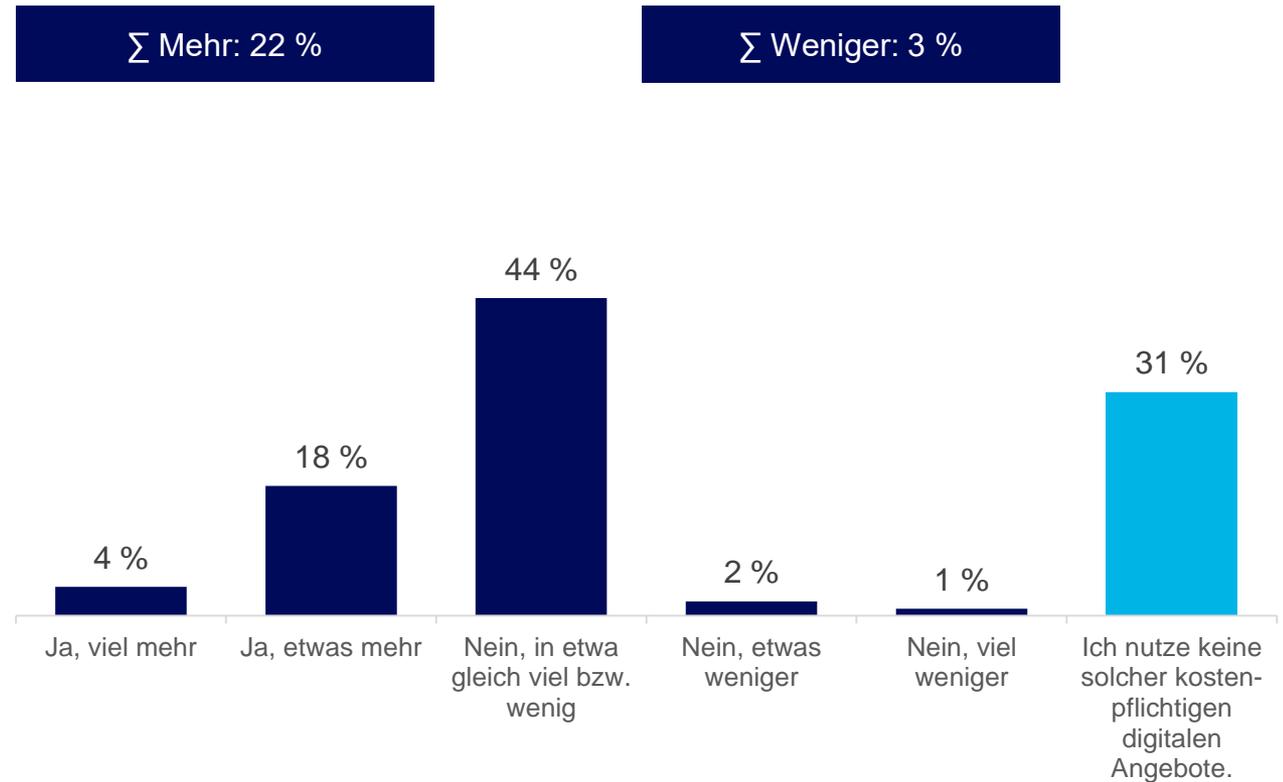
Lieber digital	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl ungewichtet)	3.158	202	201	208	90	208	204	204	141	214	203	220	210	218	206	210	219
Behördenangelegenheiten, z.B. Einreichen von Unterlagen, Kfz-Zulassung	60 %	61 %	62 %	68 %	56 %	59 %	63 %	60 %	63 %	56 %	57 %	56 %	69 %	59 %	52 %	56 %	58 %
Kurse zur Fort- und Weiterbildung	46 %	44 %	50 %	52 %	41 %	49 %	40 %	48 %	49 %	41 %	45 %	45 %	49 %	42 %	53 %	43 %	46 %
Bankangelegenheiten, z.B. Beratung zu Geldanlagen oder einem Kredit	43 %	37 %	48 %	50 %	50 %	40 %	46 %	41 %	49 %	39 %	41 %	44 %	53 %	46 %	46 %	47 %	42 %
Besprechungen, Konferenzen etc. bei der Arbeit, z.B. mit Kolleginnen und Kollegen, Kundinnen und Kunden oder Dienstleisterinnen und Dienstleistern (nur Berufstätige)	37 %	42 %	40 %	41 %	39 %	36 %	41 %	47 %	48 %	32 %	35 %	38 %	45 %	39 %	33 %	34 %	36 %
Arzttermin (ohne körperliche Untersuchung)	24 %	24 %	28 %	31 %	22 %	22 %	26 %	25 %	30 %	27 %	22 %	18 %	25 %	22 %	20 %	19 %	20 %
Konzerte	20 %	19 %	18 %	29 %	18 %	20 %	19 %	25 %	22 %	17 %	16 %	25 %	17 %	17 %	19 %	20 %	24 %
Wohnungs- / Hausbesichtigung	12 %	10 %	10 %	15 %	11 %	14 %	11 %	11 %	9 %	11 %	10 %	6 %	14 %	8 %	11 %	15 %	15 %
Treffen mit Freundinnen und Freunden	9 %	9 %	9 %	12 %	9 %	10 %	11 %	6 %	5 %	5 %	9 %	7 %	6 %	5 %	7 %	8 %	10 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 15: Losgelöst von der Corona-Krise und davon, ob und wenn ja wie Sie Termine verstärkt online wahrgenommen haben: Geben Sie bitte an, ob Sie den jeweiligen Termin lieber persönlich oder digital wahrnehmen würden.
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top2)

Mehrausgaben für Nutzung digitaler Angebote

Ein Fünftel der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger hat während der Corona-Krise mehr Geld für die Nutzung digitaler Inhalte ausgegeben als davor.



Frage 16: Haben Sie während der Corona-Krise in den letzten zwölf Monaten mehr Geld für die Nutzung digitaler Inhalte ausgegeben, z.B. Filme online schauen, Musik online hören, E-Books, digitale Zeitungen/Zeitschriften?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

Mehrausgaben für Nutzung digitaler Angebote

In der Generation 50Plus hat im vergangenen Jahr nur jede bzw. jeder Zehnte mehr Geld für digitale Angebote gezahlt als vor der Corona-Krise. Allerdings nutzen die Älteren häufiger gar keine digitalen Inhalte.

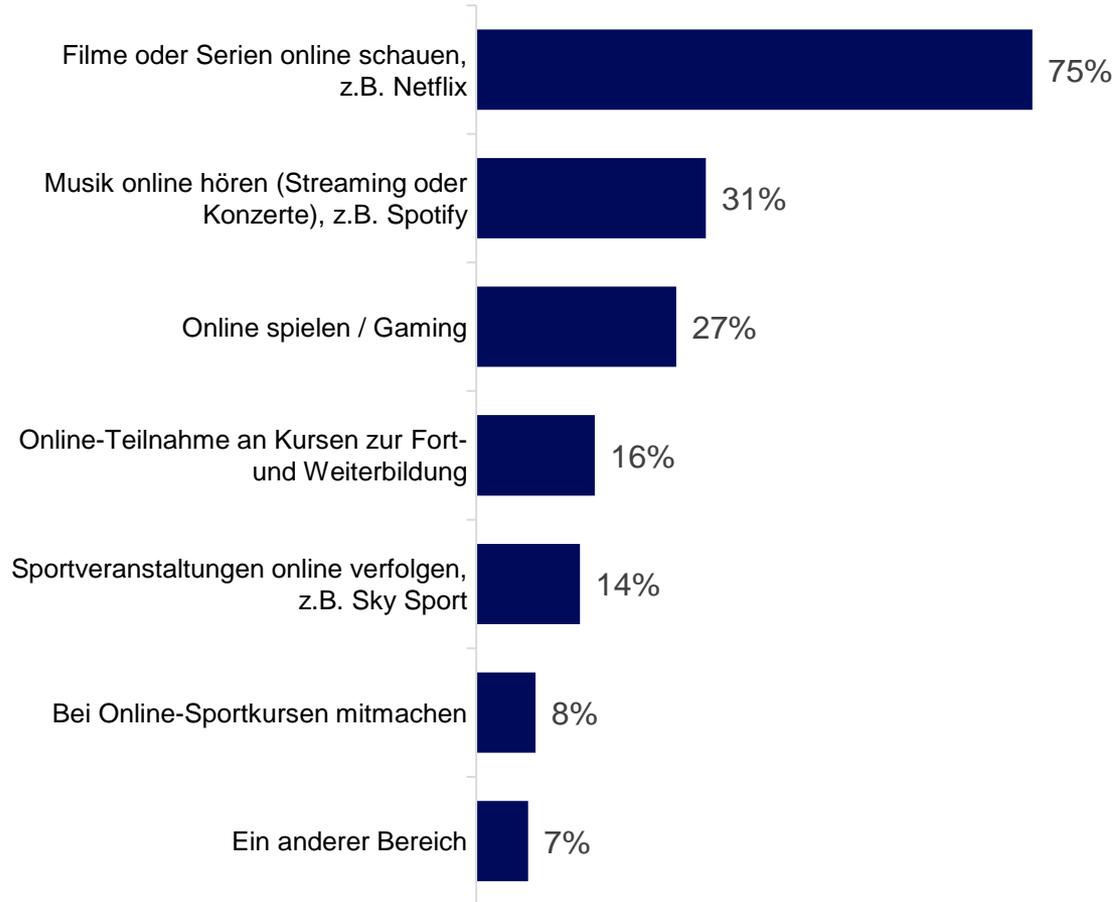
Mehrausgaben für Nutzung digitaler Inhalte	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.158	561	1.038	1.559
Ja, viel mehr	4 %	7 %	6 %	1 %
Ja, etwas mehr	18 %	28 %	23 %	10 %
Nein, in etwa gleich viel bzw. wenig	44 %	45 %	44 %	44 %
Nein, etwas weniger	2 %	3 %	3 %	1 %
Nein, viel weniger	1 %	3 %	2 %	1 %
Ich nutze keine solcher kostenpflichtigen digitalen Angebote.	31 %	14 %	22 %	43 %
Σ Mehr	22 %	35 %	29 %	11 %
Σ Weniger	3 %	6 %	5 %	2 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 16: Haben Sie während der Corona-Krise in den letzten zwölf Monaten mehr Geld für die Nutzung digitaler Inhalte ausgegeben, z.B. Filme online schauen, Musik online hören, E-Books, digitale Zeitungen/Zeitschriften?
 Basis: Alle Befragten, N = 3.158 (Einfachnennung)

Mehrausgaben für digitale Inhalte

Wenn mehr Geld für digitale Inhalte ausgegeben wurde, dann vor allem für Netflix & Co. Nicht einmal jeder Zehnte hat die Mehrausgaben für Online-Sportkurse eingesetzt.



Frage 17: Und für welche digitalen Inhalte haben Sie während der Corona-Krise in den letzten zwölf Monaten mehr Geld ausgegeben?

Basis: Befragte, die für digitale Inhalte mehr Geld ausgegeben haben N = 684 (Mehrfachnennungen)

Mehrausgaben für digitale Inhalte

Die Generation 50Plus hat seltener als Jüngere mehr Geld ausgegeben, um Musik online zu hören oder online zu spielen.

Mehrausgaben für digitale Inhalte	Total	Geschlecht		Altersgruppe (Jahre)		
		Männer	Frauen	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	684	370	313	201	306	177
Filme oder Serien online schauen, z.B. Netflix	75 %	72 %	80 %	74 %	77 %	74 %
Musik online hören (Streaming oder Konzerte), z.B. Spotify	31 %	29 %	34 %	38 %	32 %	23 %
Online spielen / Gaming	27 %	30 %	23 %	32 %	30 %	16 %
Online-Teilnahme an Kursen zur Fort- und Weiterbildung	16 %	15 %	16 %	14 %	16 %	16 %
Sportveranstaltungen online verfolgen, z.B. Sky Sport	14 %	21 %	7 %	12 %	15 %	15 %
Bei Online-Sportkursen mitmachen	8 %	7 %	8 %	10 %	9 %	3 %
Ein anderer Bereich	7 %	7 %	6 %	3 %	5 %	13 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 17: Und für welche digitalen Inhalte haben Sie während der Corona-Krise in den letzten zwölf Monaten mehr Geld ausgegeben? Basis: Befragte, die für digitale Inhalte mehr Geld ausgegeben haben N = 684 (Mehrfachnennungen)

Statistik

Geschlecht	
Männer	50 %
Frauen	50 %

Altersgruppe	
18-29 Jahre	18 %
30-39 Jahre	17 %
40-49 Jahre	16 %
50-59 Jahre	21 %
60-69 Jahre	16 %
70-79 Jahre	12 %

Zusammenleben mit Partnerin / Partner	
Ja	57 %
Nein	41 %
Keine Angabe	2 %

Berufstätigkeit	
Voll / teilweise berufstätig	57 %
Im Ruhestand	25 %
Nicht berufstätig	18 %

Statistik. Basis: Alle Befragten (Einfachnennungen)

Höchster Schul- bzw. Hochschulabschluss	
ohne Haupt- / Volksschulabschluss	1 %
Haupt- / Volksschulabschluss, ESA	11 %
Mittlere Reife, MSA, Realschulabschluss, Fachschulreife / Polytechnische Oberschule	36 %
Fachoberschule, (Fach-)Hochschulreife	26 %
(Fach-)Hochschulstudium	25 %
Anderer Abschluss	1 %

Haushaltsnettoeinkommen	
Bis unter 1.000 Euro	10 %
1.000 bis unter 2.000 Euro	20 %
2.000 bis unter 3.000 Euro	19 %
3.000 bis unter 4.000 Euro	14 %
4.000 Euro und mehr	18 %
Keine Angabe	19 %

Ortscharakter	
Großstadt	26 %
Umland bzw. Metropolregion einer Großstadt	8 %
Mittelgroße Stadt	18 %
Kleinstadt	23 %
Ländliche Gegend / auf dem Land	25 %

Wohnsituation	
Zur Miete	59 %
In der eigenen Eigentumswohnung	9 %
Im eigenen Haus	29 %
Keine Angabe	3 %

Bundesland	
Schleswig-Holstein	3 %
Hamburg	2 %
Niedersachsen	10 %
Bremen	1 %
Nordrhein-Westfalen	21 %
Hessen	8 %
Rheinland-Pfalz	5 %
Saarland	1 %
Baden-Württemberg	13 %
Bayern	16 %
Mecklenburg-Vorpommern	2 %
Berlin	4 %
Brandenburg	3 %
Sachsen-Anhalt	3 %
Sachsen	5 %
Thüringen	3 %

Vielen Dank für deine Aufmerksamkeit!

Marc-Olivier Weber | Kommunikation

T +49 (0) 911 / 53 90 – 12 45

F +49 (0) 911 / 53 90 – 10 38

E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Straße 25

90471 Nürnberg

Germany

www.teambank.de