

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

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



Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Zur Studie

- **Inhalt der Studie**

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse der achten Welle einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung mit Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren dar. Im Fokus der Befragung stehen die Themen Liquidität und Ausgabeverhalten sowie das Finanzwissen der Generation 50Plus. Die erste Befragung fand im Herbst 2013 statt.

- **Stichprobengröße**

1.001 Befragte zwischen 18 und 79 Jahren

- **Methode**

CATI-Befragung

- **Durchführendes Institut**

forsa marplan Markt- und Mediaforschungsgesellschaft mbH

- **Gewichtung**

Bevölkerungsrepräsentative Gewichtung der Personenstichprobe nach Region, Alter und Geschlecht. Die Ergebnisse wurden auf ganze Zahlen gerundet.

- **Befragungszeitraum**

Frühjahr 2020

Agenda

Zur Berechnung des TeamBank-Liquiditätsbarometers	Seite 4
Management Summary	Seite 7
Ergebnisse der Studie Liquidität 50Plus Deutschland	
1. Das TeamBank-Liquiditätsbarometer	Seite 11
2. Investitionspläne	Seite 15
3. Liquiditätssituation	Seite 18
4. Ausgabeverhalten	Seite 30
5. Finanzverhalten	Seite 37
6. Digitalisierung	Seite 40
7. Statistik	Seite 51

Das TeamBank- Liquiditätsbarometer

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer

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 2 (derzeitige finanzielle Situation, vgl. Seite 19) und Frage 3 (zukünftige finanzielle Situation, vgl. Seite 21).

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.

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Beispielrechnungen für das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Skala (Punktwert)		Extrem schlechte Stimmung		Eher schlechte Stimmung		Neutrale Stimmung		Eher gute Stimmung		Extrem gute Stimmung	
Frage 2	Frage 3	Frage 2	Frage 3	Frage 2	Frage 3	Frage 2	Frage 3	Frage 2	Frage 3	Frage 2	Frage 3
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:

$$\text{Saldo (F2)} = (\text{Sehr gut} + \text{Gut}) - (\text{Weniger gut} + \text{Schlecht})$$

$$\text{Saldo (F3)} = (\text{Deutlich besser} + \text{Etwas besser}) - (\text{Etwas schlechter} + \text{Deutlich schlechter})$$

2. Berechnung der Stimmung

$$\text{Stimmung} = \sqrt{(\text{Saldo (F2)} + 200) (\text{Saldo (F3)} + 200)}$$

3. Berechnung des Index

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

Management Summary

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Management Summary (1)

Das bereits zum fünften Mal ermittelte TeamBank-Liquiditätsbarometer zeigt auch in diesem Jahr eine positive Stimmung in der deutschen Bevölkerung. **Allerdings hat sich der Liquiditätsindex 2020 gegenüber dem Vorjahr um 3,53 Punkte merklich verschlechtert** und erreicht aktuell einen Stand von 27,75 Punkten (S. 12). Mehr als acht von zehn Deutschen schätzen ihre derzeitige finanzielle Situation trotzdem als gut bis sehr gut ein (S. 19) und jeder Zweite rechnet auch weiterhin mit einer positiven Entwicklung. Andererseits nimmt mittlerweile jeder Vierte an, dass sich seine finanzielle Situation verschlechtern wird (S. 21). Darüber hinaus ist die jüngere Generation deutlich zuversichtlicher, wenn sie an ihre zukünftige finanzielle Situation denkt: **In der Generation 50Plus erwartet nur rund ein Drittel eine finanzielle Verbesserung**, bei den unter 30-Jährigen sind es hingegen knapp 80 Prozent (S. 22).

Das zeigt sich ebenfalls im Wert des TeamBank-Liquiditätsbarometers für die Generation 50Plus. Der **Indexwert für die Generation 50Plus sinkt 2020 zum ersten Mal seit Beginn der Messung merklich**. Mit aktuell 17,74 Punkten liegt er 1,44 Punkte unter dem Wert des Vorjahres (S. 14).

Bei den **Investitionsplänen der Generation 50Plus stehen in den nächsten zwölf Monaten Urlaubsreisen an erster Stelle**. Die Bereitschaft der Älteren, für Gesundheits- und Pflegeleistungen oder für ihr Zuhause Geld auszugeben, ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangen. Für unter 30-Jährige haben Investitionen für Urlaub und Hobby höchste Priorität. Bei den 40- bis 49-Jährigen stehen in den nächsten zwölf Monaten ganz andere Investitionspläne vorne: Sie wollen vor allem andere Personen, wie z. B. Kinder oder Bedürftige, unterstützen (S. 17).

In Geldangelegenheiten sind die Deutschen, und insbesondere die Generation 50Plus, sehr gewissenhaft. Rechnungen werden in der Regel pünktlich gezahlt (91%) und nur selten wird wegen ungeplanter Ausgaben der Dispo-Kredit genutzt (20%). Rund zwei Drittel schauen sich außerdem alle paar Tage ihren Kontostand an und verfolgen alle Abbuchungen (S. 39).

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Management Summary (2)

Mehr als ein Drittel der Bundesbürger weiß so auch ganz genau, wie viel Geld ihnen monatlich, abzüglich aller Fixkosten, zur Verfügung steht. **In der Generation 50Plus kennen knapp 40 Prozent ihre monatlichen finanziellen Möglichkeiten im Detail** (S. 24). Dabei haben die Deutschen aber nur Teile ihrer regelmäßigen Ausgaben für den Bereich Wohnen sehr genau im Blick. **Rund 70 Prozent wissen exakt, wie hoch die monatlichen Wohnkosten sind.** Knapp 60 Prozent können ihre monatlichen Kosten für Versicherungen sehr genau nennen. Die monatlichen Stromkosten hat allerdings nur noch etwa jeder Zweite genaustens im Blick, die Kosten für Wasser kennt nur ein Drittel der Bundesbürger ganz genau (S. 25).

Nach **Steuerabgaben** (63%) finden die Bundesbürger vor allem die **Preise für Strom** (58%), **Tanken und für den öffentlichen (Nah-)Verkehr** (jeweils 57%) **zu hoch** (S. 27). Die Kosten für den öffentlichen (Nah-)Verkehr sowie für Miete bzw. Wohneigentum sehen dabei vor allem unter 30-Jährige als zu hoch an. Die **Höhe der Steuern bemängelt in erster Linie die Generation 50Plus** (S. 28). Wenn die Deutschen ihre Ausgaben reduzieren müssten, würden sie an erster Stelle bei Kleidung und Schuhen sparen. Mehr als jeder Dritte würde seine Ausgaben auch im Bereich Geldanlage und Altersvorsorge einschränken (S. 34). **Über 50-Jährige sind jedoch tendenziell etwas weniger zum Verzicht bereit** (S. 35).

Wenn allerdings die Umwelt, Ressourcen und das Klima geschont werden und/oder faire Arbeitsbedingungen, fairer Handel oder soziale Projekte gefördert werden, dann wären die **Bundesbürger durchaus dazu bereit, mehr Geld auszugeben**, vor allem für **nachhaltig hergestellte Kleidung** (80%), **Bio-Lebensmittel** (71%) oder **Öko-Strom** (67%). Mehr als jeder Zweite würde für **nachhaltige Geldanlagen oder Altersvorsorge** mehr Geld aufwenden (S. 31). Frauen sind häufiger als Männer bereit, für Bio-Lebensmittel, Öko-Strom und Flugreisen mehr zu bezahlen, wenn es der Nachhaltigkeit dient. **Unter 30-Jährige zeigen insgesamt eine höhere Bereitschaft, mehr Geld in nachhaltige Produkte zu investieren als die Generation 50Plus** (S. 32).

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Management Summary (3)

Der **digitale Wandel** ist im Gesellschafts-, Arbeits- und im Privatleben in vielen Bereichen längst Alltag geworden. Um daran teilhaben zu können, ist vor allem auch die **Netzgeschwindigkeit am Wohnort** wichtig. Diese beurteilen sechs von zehn Bundesbürgern als gut (S. 49). In ländlichen Gegenden ist damit allerdings nur jeder Zweite zufrieden (S. 50).

Mehr als die Hälfte der Deutschen meint, dass im Bereich Einkaufen mittlerweile zu viel Digitalisierung herrscht (S. 41). Vor allem **die Generation 50Plus findet die Digitalisierung im Bereich Einkaufen zu stark ausgeprägt** (S. 42). Sechs von zehn Bundesbürgern beurteilen hingegen den Stand der Digitalisierung in öffentlichen Einrichtungen sowie in **Schulen und Universitäten als zu gering** (S. 41). Insbesondere die unter 50-Jährigen sind der Ansicht, dass es dort in puncto Digitalisierung noch Nachholbedarf gibt (S. 43).

Im Zuge der Digitalisierung sollte der **Schutz ihrer persönlichen Daten** für die Bundesbürger eine hohe Relevanz haben: Die Mehrheit füllt bei Kontaktformularen deshalb auch nur die notwendigen und nicht alle Angaben aus. Allerdings bewahren nur **weniger als zwei Drittel ihre Passwörter für Kundenkonten oder Online-Banking an einem sicheren Ort** auf. Sechs von zehn Bundesbürgern akzeptieren alle Cookie-Hinweise auf Internetseiten, ohne sie vorab durchzulesen, und weniger als jeder Zweite liest Datenschutzrichtlinien und AGBs, bevor er einen Online-Dienst nutzt (S. 46). 83 Prozent der Deutschen erwarten, dass sie vorher um Erlaubnis gefragt werden, wenn jemand ein **Foto von ihnen auf Social-Media-Kanälen posten** will (S. 48). Allerdings holt vorher nur jeder Zweite die Erlaubnis anderer Personen ein (S. 46).

Mobile Endgeräte werden oft in der Öffentlichkeit im Beisein Fremder genutzt. Allerdings achten nur rund zwei Drittel darauf, dass niemand auf ihrem Smartphone oder Laptop, z. B. im Bus oder im Restaurant, mitliest (S. 46). **Knapp ein Viertel der Deutschen hat schon einmal bemerkt, dass Andere bei ihnen mitlesen** (S. 44). Je jünger die Deutschen sind, desto eher lesen sie auch insgeheim bei fremden Personen mit. Während nur 15 Prozent aus der Generation 50Plus schon einmal bei Anderen mitgeschaut haben, haben das bereits 42 Prozent der unter 30-Jährigen schon einmal getan (S. 45).

Ergebnisse der Studie

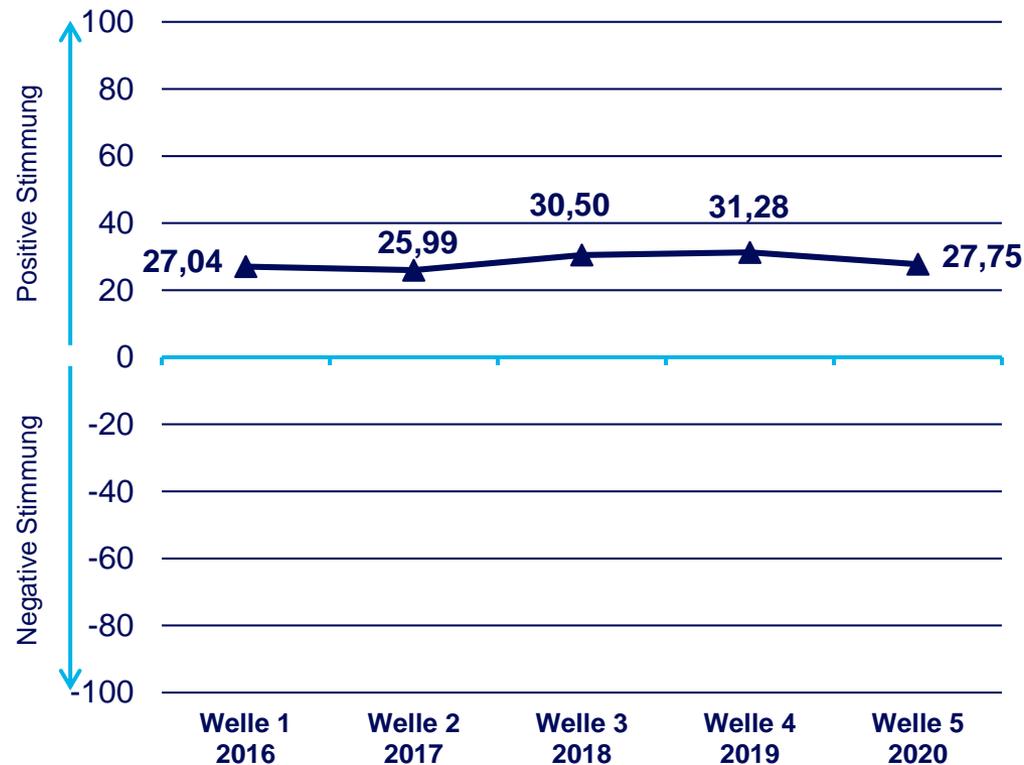
„Liquidität 50Plus“

Kapitel 1: Das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 1: Das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer - Gesamtbevölkerung



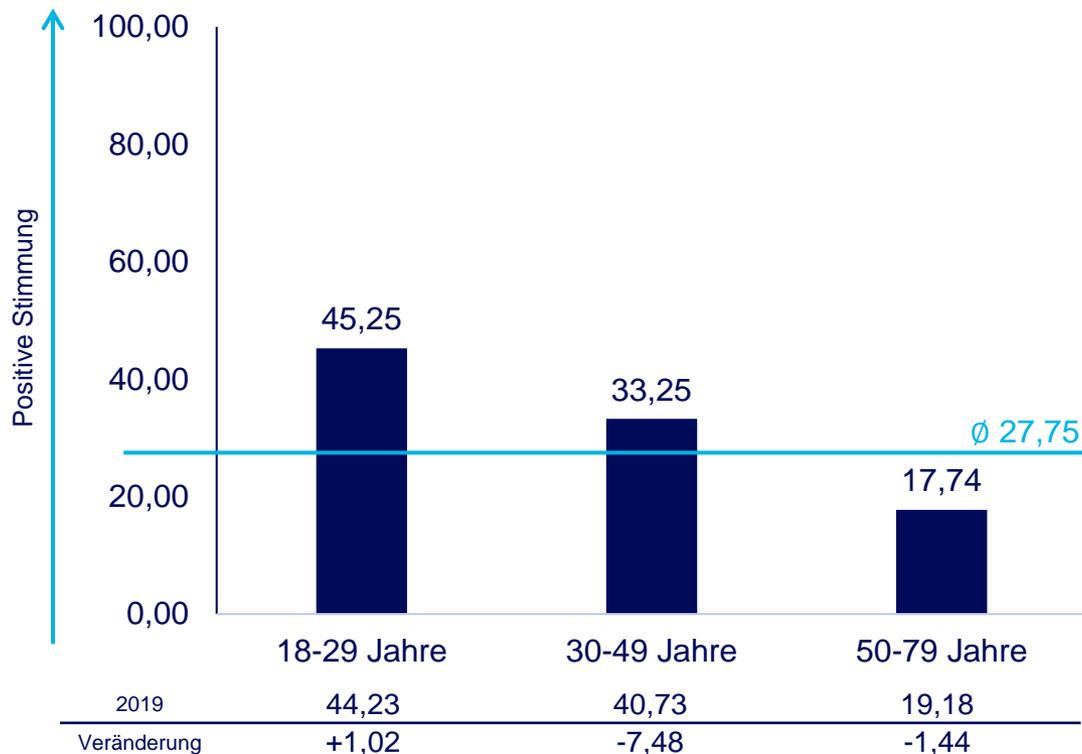
- Mit 27,75 Punkten verschlechtert sich der Liquiditätsindex 2020 gegenüber dem Vorjahr um 3,53 Punkte, zeigt aber weiterhin eine insgesamt positive Stimmung in der Bevölkerung.

Frage 2: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben? / Frage 3: 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 = 1.001 (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 1: Das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer im Generationenvergleich



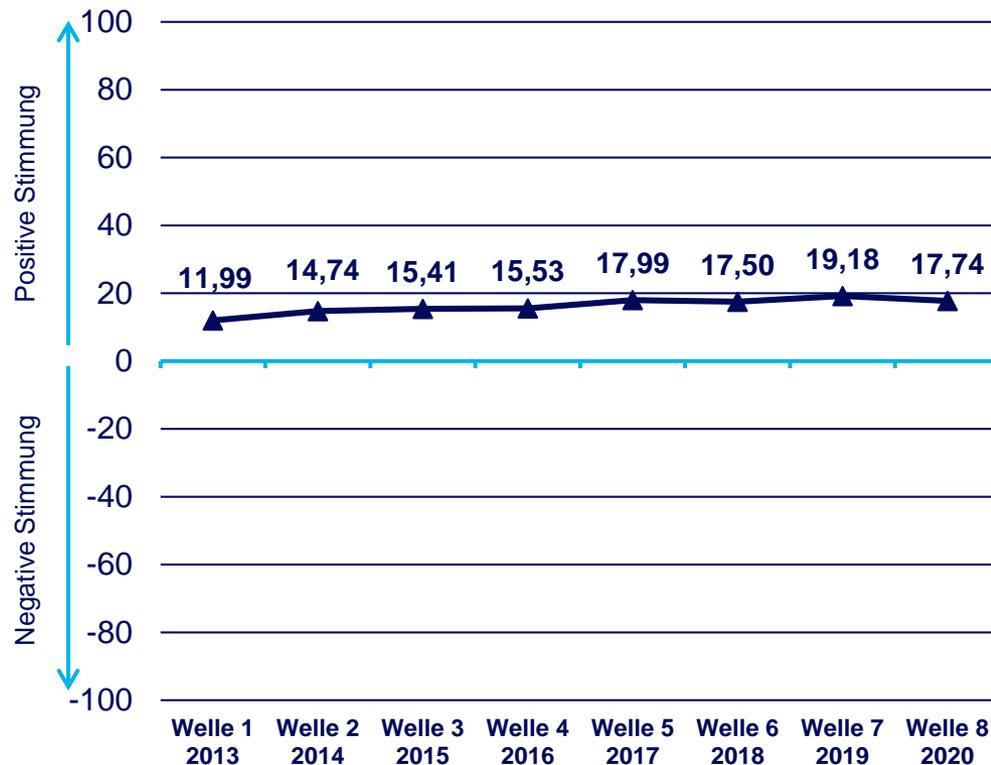
- Verglichen mit den jüngeren Altersgruppen schätzt die Generation 50Plus mit einem Indexwert von 17,74 die eigene finanzielle Situation deutlich negativer ein. Außerdem ist dieser im Vergleich zum Vorjahr um rund 1,5 Punkte gesunken.
- Der Indexwert der jungen Altersgruppe steigt auf mehr als 45 Punkte. Bei der mittleren Altersgruppe sinkt er mit einem Minus von 7,48 Punkten deutlich.

Frage 2: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben? / Frage 3: 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 = 1.001 (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 1: Das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer der Generation 50Plus



- Der Indexwert für die Generation 50Plus sinkt 2020 zum ersten Mal seit Beginn der Messung merklich. Mit aktuell 17,74 Punkten liegt er 1,44 Punkte unter dem Wert des Vorjahres.

Frage 2: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben? / Frage 3: 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 = 1.001 (Einfachnennung)

Ergebnisse der Studie

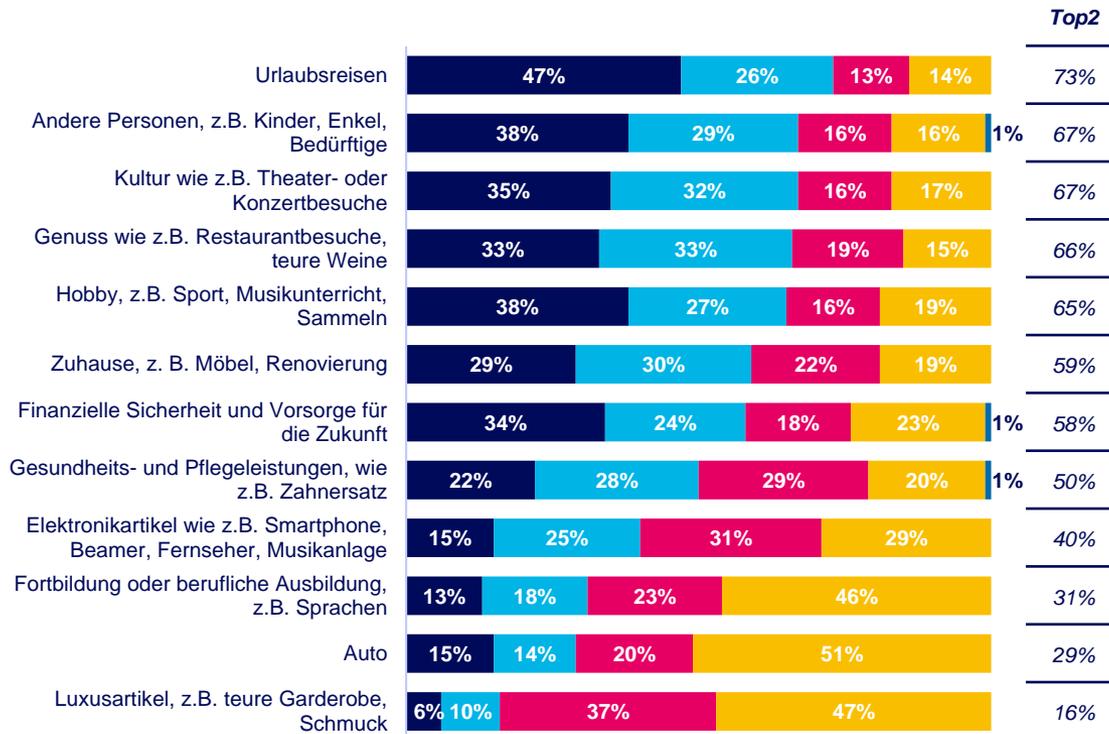
„Liquidität 50Plus“

Kapitel 2: Investitionspläne

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 2: Investitionspläne

Ausgaben in den nächsten 12 Monaten



■ Ganz sicher ■ Wahrscheinlich ■ Wahrscheinlich nicht ■ Auf keinen Fall ■ Weiß nicht / keine Angabe

- Investitionen in andere Personen und Ausgaben für sich selbst stehen bei den Deutschen in den nächsten zwölf Monaten im Fokus.

Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten in die folgenden Bereiche Geld investieren werden? Wie ist es mit ...? Werden Sie da ganz sicher Geld investieren – wahrscheinlich – wahrscheinlich nicht oder auf keinen Fall?
 Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top-2: Ganz sicher + Wahrscheinlich)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 2: Investitionspläne

Ausgaben in den nächsten 12 Monaten

Top-2: Ganz sicher + Wahrscheinlich	Altersklasse (Jahre)				2019	
	Total	18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	1.001	181	331	489		
Urlaubsreisen ¹⁾	73%	79%	73%	71%	70%	+1
Andere Personen, z.B. Kinder, Enkel, Bedürftige	67%	56%	75%	65%	73%	-8
Kultur wie z.B. Theater- oder Konzertbesuche	67%	71%	62%	68%	60%	+8
Genuss wie z.B. Restaurantbesuche, teure Weine	66%	67%	70%	64%	56%	+8
Hobby, z.B. Sport, Musikunterricht, Sammeln	65%	79%	69%	58%	57%	+1
Finanzielle Sicherheit und Vorsorge für die Zukunft	59%	49%	66%	58%	50%	+8
Zuhause, z. B. Möbel, Renovierung ²⁾	58%	63%	69%	51%	71%	-20
Gesundheits- und Pflegeleistungen, wie z.B. Zahnersatz	50%	44%	55%	49%	61%	-12
Elektronikartikel wie z.B. Smartphone, Beamer, Fernseher, Musikanlage	40%	52%	47%	31%	33%	-2
Fortbildung oder berufliche Ausbildung, z.B. Sprachen	31%	54%	35%	20%	20%	±0
Auto ³⁾	29%	34%	28%	27%	11%	+16
Luxusartikel, z.B. teure Garderobe, Schmuck	16%	22%	18%	11%	10%	+1

- Die Bereitschaft der Generation 50Plus für Gesundheits- und Pflegeleistungen Geld auszugeben, ist im Vergleich zum Vorjahr deutlich zurückgegangen.

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

*in Prozentpunkten

Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 12 Monaten in die folgenden Bereiche Geld investieren werden? Wie ist es mit ...? Werden Sie da ganz sicher Geld investieren – wahrscheinlich – wahrscheinlich nicht oder auf keinen Fall?

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top-2: Ganz sicher + Wahrscheinlich)

2018: ¹⁾ „Urlaub und Reisen“ / ²⁾ „Ein schönes Zuhause“ / ³⁾ „Ein schönes Auto“

Ergebnisse der Studie

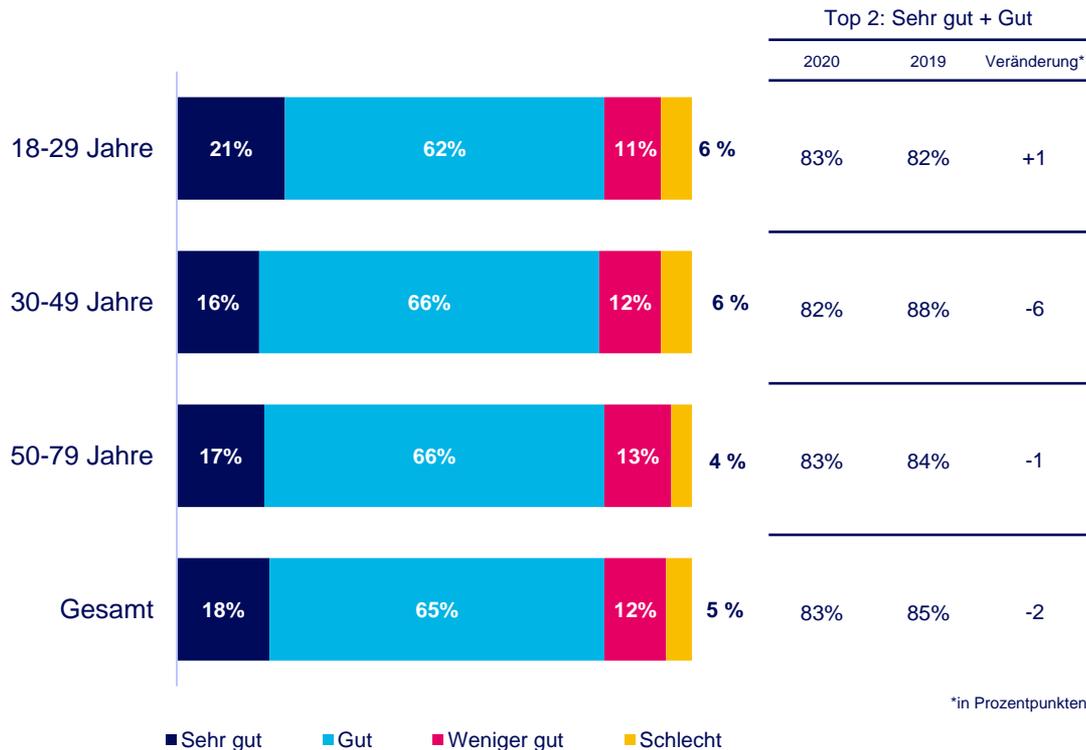
„Liquidität 50Plus“

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Die derzeitige finanzielle Situation



- Mehr als acht von zehn Bundesbürgern schätzen ihre derzeitige finanzielle Situation als gut bis sehr gut ein.
- Die 30-49 Jährigen geben eine schlechtere Einschätzung gegenüber dem Vorjahr ab.

Frage 2: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (18-29 Jahre, N = 180 / 30-49 Jahre, N = 329 / 50-79 Jahre, N = 492) (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Die derzeitige finanzielle Situation

	Wohnsituation			
	Total	Zur Miete	In der eigenen Eigentumswohnung	Im eigenen Haus
Basis (Fallzahl)	1.001	458	85	459
Sehr gut	18%	12%	24%	22%
Gut	65%	65%	65%	67%
Weniger gut	12%	15%	10%	9%
Schlecht	5%	8%	0%	2%
Weiß nicht / keine Angabe	0%	0%	1%	0%
Top 2: Sehr gut + Gut	83%	77%	89%	89%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

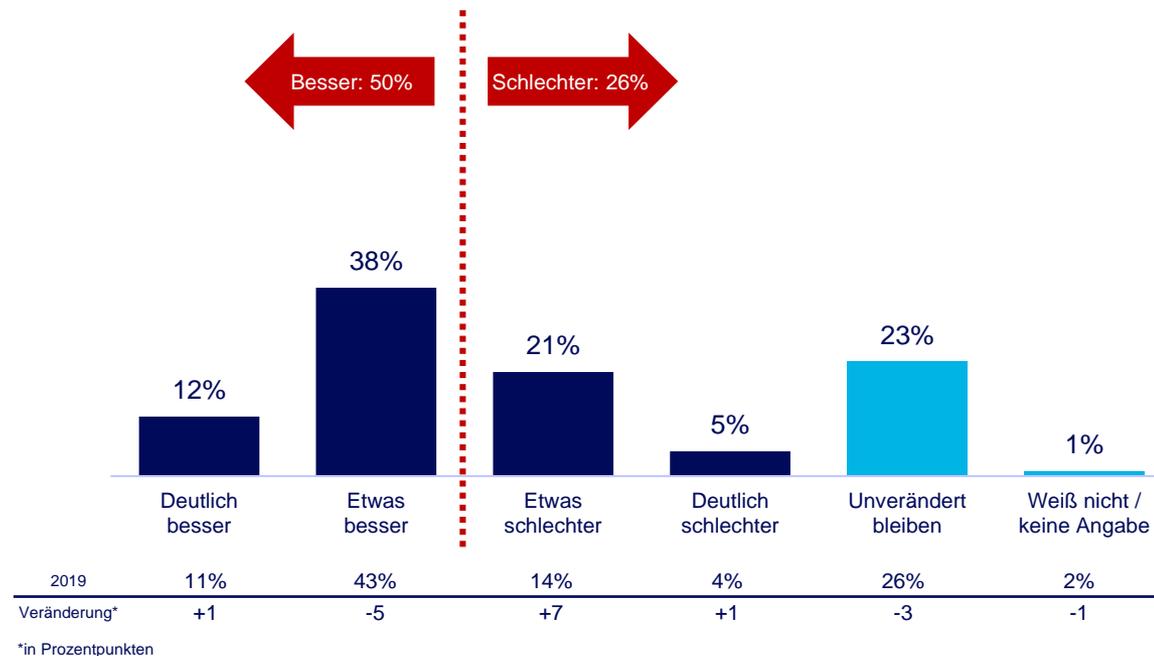
- Mieter sehen ihre derzeitige finanzielle Situation deutlich negativer als Immobilienbesitzer.

Frage 2: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?
Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Die zukünftige finanzielle Situation



- Jeder zweite Deutsche rechnet damit, dass sich seine finanzielle Situation innerhalb der nächsten drei bis fünf Jahre verbessern wird.
- Allerdings nimmt mittlerweile jeder Vierte an, dass sich seine finanzielle Situation verschlechtern wird.

Frage 3: 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 = 1.001 (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Die zukünftige finanzielle Situation

	Total	Geschlecht		Altersklasse (Jahre)			2019	
		Männer	Frauen	18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung
Basis (Fallzahl)	1.001	500	501	180	329	492		
Deutlich besser	12%	16%	8%	31%	11%	5%	2%	+3
Etwas besser	38%	41%	35%	48%	54%	25%	32%	-7
Etwas schlechter	21%	22%	21%	9%	13%	31%	20%	+11
Deutlich schlechter	5%	2%	7%	1%	3%	8%	7%	+1
Unverändert bleiben	23%	18%	28%	11%	18%	30%	38%	-8
Weiß nicht / Keine Angabe	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	±0
Top-2: Deutlich besser + Etwas besser	50%	57%	43%	79%	65%	30%	34%	-4
Bottom-2: Etwas schlechter + Deutlich schlechter	26%	24%	28%	10%	16%	39%	27%	+12

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

*in Prozentpunkten

- Ältere sind deutlich pessimistischer, wenn sie an ihre zukünftige finanzielle Situation denken.
- Nur 30 Prozent in der Generation 50Plus rechnen mit einer finanziellen Verbesserung.
- Von einer Verschlechterung ihrer finanziellen Lage gehen hingegen 39 Prozent der über 50-Jährigen aus.
- Gegenüber dem Vorjahr ist dieser Anteil um 12 Prozentpunkte gestiegen.

Frage 3: 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 = 1.001 (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Die zukünftige finanzielle Situation

	Total	Berufstätigkeit*		
		Voll / teilweise berufstätig	Im Ruhestand	Nicht berufstätig
Basis (Fallzahl)	1.001	661	136	139
Deutlich besser	12%	11%	1%	29%
Etwas besser	38%	40%	23%	39%
Etwas schlechter	21%	21%	30%	14%
Deutlich schlechter	5%	6%	5%	5%
Unverändert bleiben	23%	22%	37%	13%
Weiß nicht / keine Angabe	1%	0%	4%	0%
Top-2: Deutlich besser + Etwas besser	50%	51%	24%	68%
Bottom-2: Etwas schlechter + Deutlich schlechter	26%	27%	35%	19%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

*Ohne „Keine Angabe“

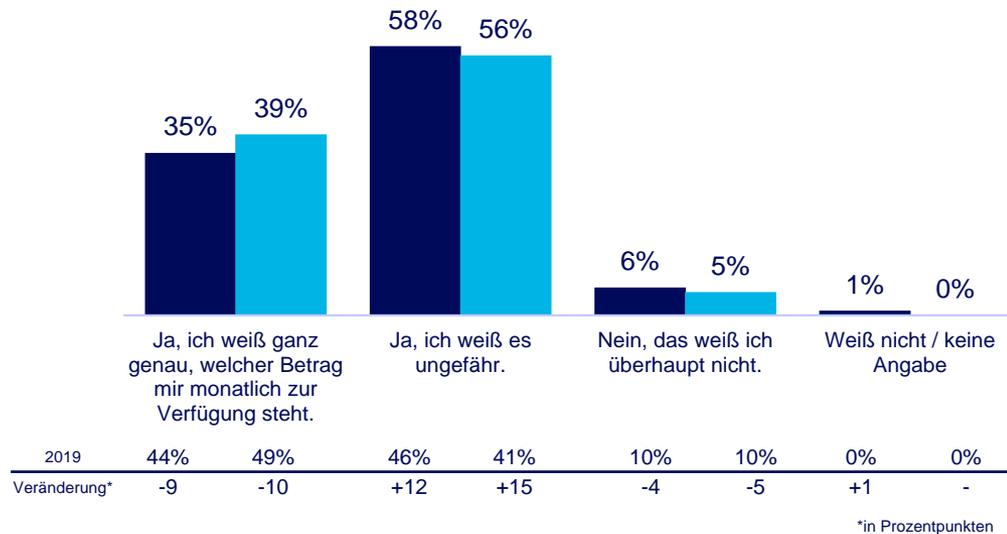
- Befragte im Ruhestand glauben am wenigsten an eine Verbesserung ihrer finanziellen Lage.

Frage 3: 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 = 1.001 (Einfachnennung)

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Finanzübersicht

■ ... der Bevölkerung ■ ... der Generation 50Plus



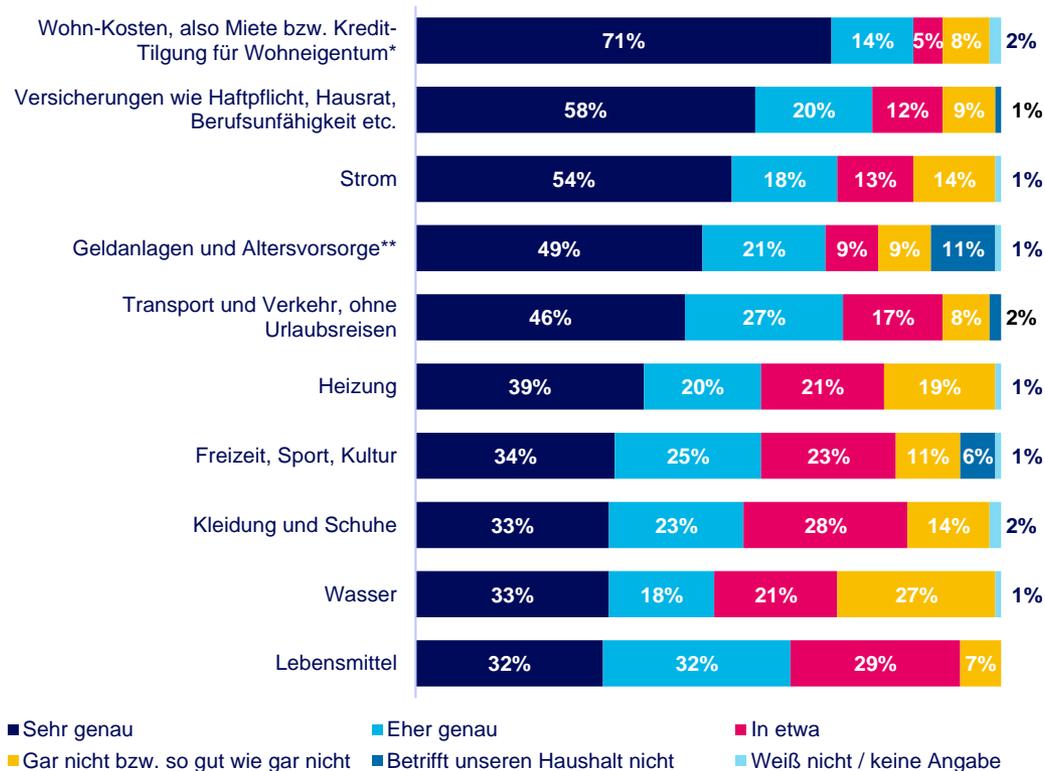
- Etwas mehr als ein Drittel der Deutschen weiß ganz genau, wie viel Geld ihnen monatlich, abzüglich aller Fixkosten, zur Verfügung steht.
- In der Generation 50Plus wissen knapp 40 Prozent genau, welcher Betrag ihnen im Monat frei zur Verfügung steht.

Frage 5: 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 - wissen Sie es ungefähr oder überhaupt nicht? Ohne: Weiß nicht / keine Angabe
Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Überblick über monatliche Ausgaben und Kosten



- Die Bundesbürger kennen sich vor allem mit ihren Wohnkosten genau aus.

* inkl. Betriebskosten

** z.B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.

Frage 6: 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? Wie ist es mit...? Wie genau kennen Sie die monatliche Höhe der folgenden Ausgaben in Ihrem Haushalt?

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top: Sehr genau)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Überblick über monatliche Ausgaben und Kosten

Top: Sehr genau	Altersklasse (Jahre)				2019	
	Total	18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	1.001	180	329	492		
Wohn-Kosten, also Miete bzw. Kredit-Tilgung für Wohneigentum inkl. Betriebskosten	71%	55%	77%	73%	71% ¹⁾	+2
Versicherungen wie Haftpflicht, Hausrat, Berufsunfähigkeit etc.	58%	44%	61%	60%	59%	+1
Strom	54%	28%	56%	62%	65%	-3
Geldanlagen und Altersvorsorge, z. B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.	49%	33%	54%	52%	45%	+7
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen	46%	44%	50%	45%	43%	+2
Heizung	39%	18%	35%	49%	- ²⁾	-
Freizeit, Sport, Kultur	34%	47%	26%	35%	32%	+3
Kleidung und Schuhe	33%	41%	26%	35%	34%	+1
Wasser	33%	18%	30%	41%	- ²⁾	-
Lebensmittel	32%	25%	29%	37%	37%	±0

- Deutsche ab 30 Jahren kennen sich mit ihren Wohnkosten besser aus als Jüngere.
- Die Generation 50Plus hat neben den Wohnkosten auch die Stromkosten genau im Blick.

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

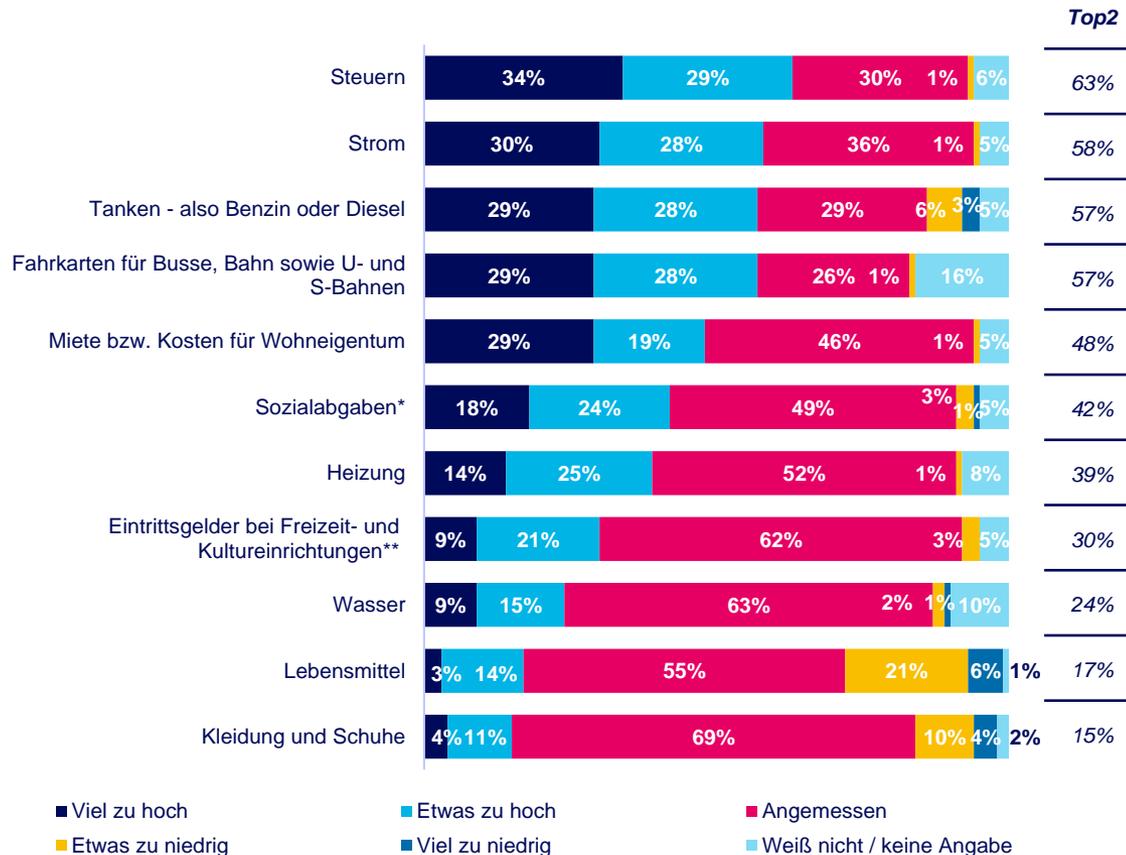
*in Prozentpunkten

Frage 6: 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? Wie ist es mit...? Wie genau kennen Sie die monatliche Höhe der folgenden Ausgaben in Ihrem Haushalt?
 Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, Top: Sehr genau) ¹⁾ 2019: Wohnkosten, also Miete bzw. Kredit-Tilgung für Wohneigentum inkl. Nebenkosten wie Betriebskosten, Wasser und Heizkosten, ²⁾ Im Jahr 2019 nicht separat abgefragt.

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Preise für Abgaben, Produkte und Leistungen



- Knapp zwei Drittel der Bundesbürger empfinden die Steuer-Abgaben als zu hoch. Knapp dahinter folgen die Preise für Strom.
- Deutlich mehr als die Hälfte hält die Kosten für Mobilität für zu teuer.

* d.h. Renten-, Arbeitslosen-, Kranken- und Pflegeversicherung / ** wie z. B. Schwimmbäder, Museen

Frage 7: 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 = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top-2: Viel zu hoch + Etwas zu hoch)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Preise für Abgaben, Produkte und Leistungen

Top-2: Viel zu hoch + Etwas zu hoch	Total	Altersklasse (Jahre)			2019	
		18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	1.001	180	329	492		
Steuern	63%	47%	63%	70%	65%	+5
Strom	58%	46%	57%	62%	- ¹⁾	-
Tanken - also Benzin oder Diesel	57%	48%	58%	59%	62%	-3
Fahrkarten für Busse, Bahn sowie U- und S-Bahnen	57%	66%	57%	53%	52%	+1
Miete bzw. Kosten für Wohneigentum	48%	57%	49%	43%	42%	+1
Sozialabgaben - d.h. Renten-, Arbeitslosen-, Kranken- und Pflegeversicherung	42%	29%	39%	49%	43%	+6
Heizung	39%	27%	42%	41%	- ¹⁾	-
Eintrittsgelder für Freizeit- und Kultureinrichtungen wie z. B. Schwimmbäder, Museen	30%	28%	32%	30%	36%	-6
Wasser	24%	15%	24%	27%	- ¹⁾	-
Lebensmittel	17%	14%	18%	17%	27%	-10
Kleidung und Schuhe	15%	23%	17%	11%	24%	-13

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

*in Prozentpunkten

- Die Preise für den öffentlichen (Nah-)Verkehr sowie Miete bzw. Kosten für Wohneigentum sehen vor allem unter 30-Jährige als zu hoch an.
- Die Generation 50Plus bemängelt in erster Linie die Höhe der Steuerabgaben.
- Die Preise für Lebensmittel, Kleidung und Schuhe hält Generation 50Plus im Vergleich zur Vorjahresbefragung aktuell für angemessener.

Frage 7: 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 = 1.001 (Skalierte Abfrage, Top-2: Viel zu hoch + Etwas zu hoch) ¹⁾ 2019: Energie - Strom, Heizung, Wasser: 52%

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 3: Liquiditätssituation

Preise für Abgaben, Produkte und Leistungen

Top-2: Viel zu hoch + Etwas zu hoch	Ortsbeschreibung					
	Total	Großstadt	Umland bzw. Metropolregion einer Großstadt	Mittelgroße Stadt	Kleinstadt	Ländliche Gegend bzw. auf dem Land
Basis (Fallzahl)	1.001	195	120	131	205	349
Steuern	63%	51%	64%	61%	69%	68%
Strom	58%	52%	64%	59%	58%	58%
Tanken - also Benzin oder Diesel	57%	43%	41%	60%	60%	66%
Fahrkarten für Busse, Bahn sowie U- und S-Bahnen	57%	65%	55%	46%	59%	56%
Miete bzw. Kosten für Wohneigentum	48%	51%	56%	49%	49%	41%
Sozialabgaben - d. h. Renten-, Arbeitslosen-, Kranken- und Pflegeversicherung	42%	33%	47%	39%	44%	45%
Heizung	39%	39%	35%	39%	36%	42%
Eintrittsgelder für Freizeit- und Kultureinrichtungen wie z. B. Schwimmbäder, Museen	30%	38%	32%	27%	31%	26%
Wasser	24%	20%	17%	29%	24%	27%
Lebensmittel	17%	15%	6%	18%	23%	17%
Kleidung und Schuhe	15%	10%	10%	17%	15%	18%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

- Vor allem Bundesbürger aus Kleinstädten und ländlichen Gegenden halten die Steuerabgaben für zu hoch.

Frage 7: 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 = 1.001 (Skalierte Abfrage, Top-2: Viel zu hoch + Etwas zu hoch)

Ergebnisse der Studie

„Liquidität 50Plus“

Kapitel 4: Ausgabeverhalten

Nachhaltigkeit: Bereitschaft mehr Geld auszugeben



- Vor allem für nachhaltig hergestellte Kleidung und Bio-Lebensmittel sind Deutsche bereit, mehr Geld auszugeben.
- Mehr als jeder Zweite würde für nachhaltige Geldanlagen oder Altersvorsorge mehr Geld aufwenden.

Frage 8: Sind Sie bereit, für die folgenden Dinge mehr Geld als bisher auszugeben, wenn dadurch z. B. die Umwelt, Ressourcen und das Klima geschont werden oder faire Arbeitsbedingungen, fairer Handel oder soziale Projekte gefördert werden?
Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Mehrfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 4: Ausgabeverhalten

Nachhaltigkeit: Bereitschaft mehr Geld auszugeben

	Total	Geschlecht		Altersklasse (Jahre)		
		Männer	Frauen	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.001	500	501	180	329	492
Nachhaltig hergestellte Kleidung	80%	76%	84%	91%	74%	80%
Bio-Lebensmittel	71%	66%	76%	83%	65%	70%
Öko-Strom	67%	62%	73%	81%	65%	64%
Flugreisen, z. B. wegen einer Sonderabgabe für den Klimaschutz	59%	55%	64%	77%	55%	56%
Nachhaltige Geldanlagen oder Altersvorsorge	56%	53%	60%	77%	52%	52%
Miete, z. B. wegen einer besseren Wärmedämmung	53%	52%	55%	67%	55%	47%
Fahrscheine für den öffentlichen Nahverkehr, z. B. wenn dieser auf E-Mobilität umgestellt wird	42%	42%	43%	46%	39%	43%
Nichts davon	3%	5%	2%	1%	4%	3%
Weiß nicht / keine Angabe	0%	1%	0%	1%	0%	0%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

- Frauen sind häufiger als Männer bereit, für Bio-Lebensmittel, Öko-Strom und Flugreisen mehr Geld auszugeben, wenn es der Nachhaltigkeit dient.
- Die unter 30-Jährigen haben generell eine höhere Bereitschaft mehr Geld zu investieren, wenn es um Nachhaltigkeit geht, vor allem für nachhaltige Kleidung, Bio-Lebensmittel und Öko-Strom.

Frage 8: Sind Sie bereit, für die folgenden Dinge mehr Geld als bisher auszugeben, wenn dadurch z. B. die Umwelt, Ressourcen und das Klima geschont werden oder faire Arbeitsbedingungen, fairer Handel oder soziale Projekte gefördert werden?

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Mehrfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 4: Ausgabeverhalten

Nachhaltigkeit: Bereitschaft mehr Geld auszugeben

	Haushaltsnettoeinkommen* (Euro)					
	Total	Bis unter 1.000	1.000 bis unter 2.000	2.000 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.000	4.000 und mehr
Basis (Fallzahl)	1.001	70	164	208	208	257
Nachhaltig hergestellte Kleidung	80%	61%	71%	82%	84%	85%
Bio-Lebensmittel	71%	57%	55%	65%	81%	79%
Öko-Strom	67%	59%	63%	61%	73%	70%
Flugreisen, z. B. wegen einer Sonderabgabe für den Klimaschutz	59%	47%	52%	50%	67%	65%
Nachhaltige Geldanlagen oder Altersvorsorge	56%	55%	52%	55%	59%	56%
Miete, z. B. wegen einer besseren Wärmedämmung	53%	53%	48%	59%	52%	54%
Fahrscheine für den öffentlichen Nahverkehr, z. B. wenn dieser auf E-Mobilität umgestellt wird	42%	50%	46%	44%	46%	39%
Nichts davon	3%	11%	4%	4%	1%	1%
Weiß nicht / keine Angabe	0%	1%	0%	0%	0%	0%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

- Je höher das Haushaltsnettoeinkommen, desto größer ist die Bereitschaft, mehr Geld für nachhaltig hergestellte Kleidung und Lebensmittel auszugeben.

Frage 8: Sind Sie bereit, für die folgenden Dinge mehr Geld als bisher auszugeben, wenn dadurch z. B. die Umwelt, Ressourcen und das Klima geschont werden oder faire Arbeitsbedingungen, fairer Handel oder soziale Projekte gefördert werden?

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Mehrfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 4: Ausgabeverhalten

Bereitschaft zum Sparen



* z.B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.

- Wenn die Deutschen ihre Ausgaben reduzieren müssten, würden sie an erster Stelle bei Kleidung und Schuhen sparen.
- Mehr als jeder Dritte würde seine Ausgaben im Bereich Geldanlage und Altersvorsorge einschränken.

Frage 9: 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 = 1.001 (Mehrfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 4: Ausgabeverhalten

Bereitschaft zum Sparen

	Geschlecht			Altersklasse (Jahre)			2019	
	Total	Männer	Frauen	18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	1.001	500	501	180	329	492		
Kleidung und Schuhe	79%	73%	85%	84%	82%	75%	61%	+14
Urlaubsreisen	68%	69%	68%	67%	74%	65%	53%	+12
TV- und Musik-Streaming-Dienste, Sky, Netflix, Amazon etc.	67%	68%	66%	59%	71%	68%	38%	+30
Handy / Handyvertrag / Handynutzung	58%	59%	58%	67%	60%	54%	39%	+15
Freizeit, Sport, Kultur	54%	53%	55%	51%	64%	49%	47%	+2
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen	51%	51%	52%	59%	48%	51%	33%	+18
Strom	46%	46%	45%	50%	40%	48%	24%	+24
Geldanlagen und Altersvorsorge, z.B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.	36%	34%	39%	29%	40%	36%	20%	+16
Heizen bzw. Warmwasserverbrauch	36%	37%	35%	43%	34%	35%	22%	+13
Lebensmittel	32%	30%	33%	34%	37%	28%	27%	+1
Schule, Bildung, Weiterbildung	18%	16%	20%	11%	15%	23%	14%	+9
Versicherungen wie Haftpflicht, Hausrat, Berufsunfähigkeit etc.	18%	19%	17%	11%	20%	19%	15%	+4
Sonstiges	1%	0%	2%	1%	0%	2%	1%	+1
Weiß nicht / keine Angabe	2%	2%	2%	1%	2%	2%	1%	+1

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

- Sparen bedeutet vor allem für Frauen, sich beim Kauf von Kleidung und Schuhen einzuschränken.
- Im Vergleich zur Vorjahresbefragung wären Deutsche der Generation 50Plus deutlich eher dazu bereit, bei den Ausgaben für TV- und Musikstreaming, Strom oder Transport und Verkehr zu sparen.

Frage 9: 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 = 1.001 (Mehrfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 4: Ausgabeverhalten

Bereitschaft zum Sparen

	Haushaltsnettoeinkommen* (Euro)					
	Total	Bis unter 1.000	1.000 bis unter 2.000	2.000 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.000	4.000 und mehr
Basis (Fallzahl)	1.001	70	164	208	208	257
Kleidung und Schuhe	79%	79%	80%	78%	79%	79%
Urlaubsreisen	68%	64%	66%	68%	75%	67%
TV- und Musik-Streaming-Dienste, Sky, Netflix, Amazon etc.	67%	57%	59%	65%	68%	73%
Handy / Handyvertrag / Handynutzung	58%	54%	60%	50%	63%	60%
Freizeit, Sport, Kultur	54%	68%	56%	53%	56%	48%
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen	51%	54%	49%	47%	58%	49%
Strom	46%	37%	40%	40%	56%	47%
Geldanlagen und Altersvorsorge, z.B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.	36%	47%	32%	46%	33%	31%
Heizen bzw. Warmwasserverbrauch	36%	45%	38%	36%	35%	35%
Lebensmittel	32%	45%	37%	28%	33%	27%
Schule, Bildung, Weiterbildung	18%	29%	25%	23%	15%	12%
Versicherungen wie Haftpflicht, Hausrat, Berufsunfähigkeit etc.	18%	26%	18%	20%	18%	16%
Sonstiges	1%	0%	0%	2%	0%	1%
Weiß nicht / keine Angabe	2%	5%	4%	2%	0%	0%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

*Ohne „Keine Angabe“

- Geringverdiener würden neben einer Einschränkung bei Kleidung und Schuhen vor allem bei den Ausgaben für Freizeit, Sport und Kultur sparen.

Frage 9: 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 = 1.001 (Mehrfachnennung)

Ergebnisse der Studie

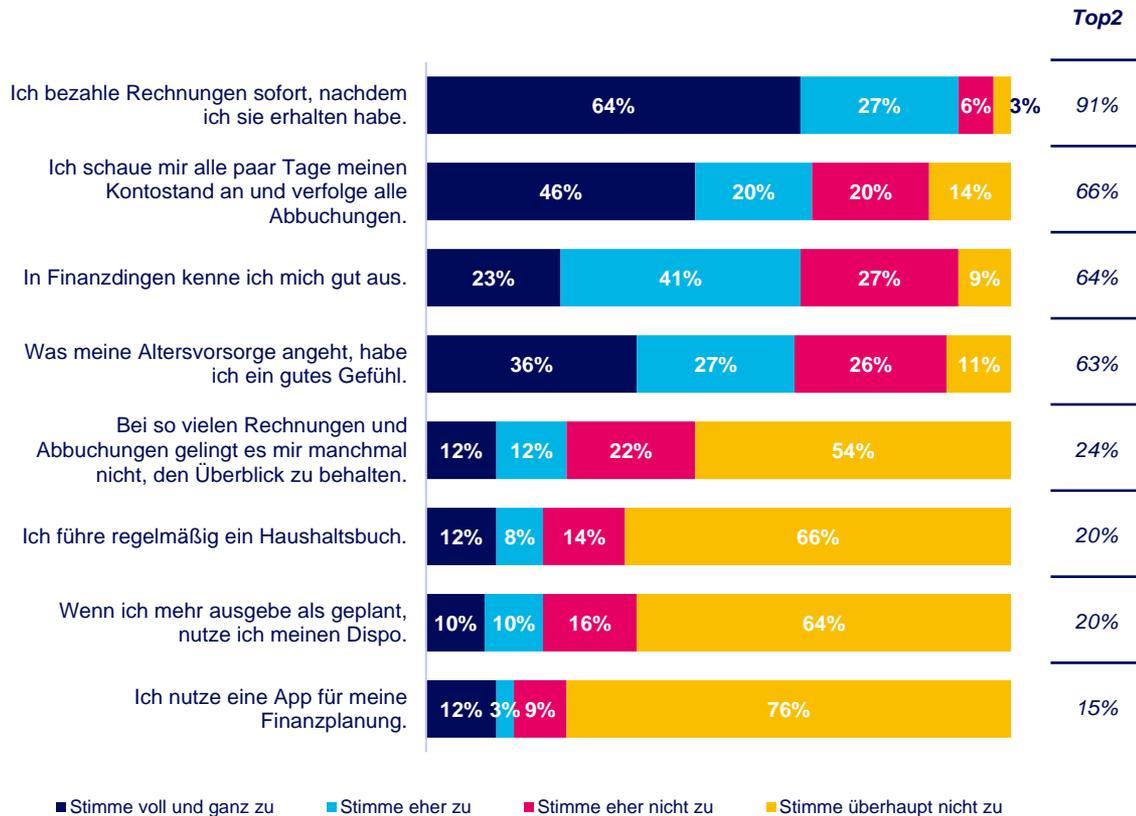
„Liquidität 50Plus“

Kapitel 5: Finanzverhalten

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 5: Finanzverhalten

Finanzverhalten der Deutschen



- Gute Zahlungsmoral: 91 Prozent der Deutschen bezahlen ihre Rechnungen sofort, nachdem sie diese erhalten haben.
- Zwei Drittel der Bundesbürger schauen regelmäßig alle paar Tage ihren Kontostand an.

Frage 4: Jetzt einmal allgemein zum Thema Finanzen: Jeder hat ja zu Finanzdingen andere Vorstellungen. Ich lese Ihnen jetzt einige Aussagen dazu vor. Bitte sagen Sie mir wieder, inwieweit Sie zustimmen. Wie ist es mit ...? Stimmen Sie voll und ganz zu, eher zu, eher nicht zu oder stimmen Sie überhaupt nicht zu?
 Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 5: Finanzverhalten

Finanzverhalten der Deutschen

Top 2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Altersklasse (Jahre)				2019	
	Total	18-29	30-49	50-79	50-79 Jahre	Veränderung*
Basis (Fallzahl)	1.001	180	329	492		
Ich bezahle Rechnungen sofort, nachdem ich sie erhalten habe.	91%	80%	92%	94%	89%	+5
Ich schaue mir alle paar Tage meinen Kontostand an und verfolge alle Abbuchungen.	66%	77%	68%	60%	57%	+3
In Finanzdingen kenne ich mich gut aus.	64%	65%	64%	63%	70%	-7
Was meine Altersvorsorge angeht, habe ich ein gutes Gefühl.	63%	64%	54%	68%	75%	-7
Bei so vielen Rechnungen und Abbuchungen gelingt es mir manchmal nicht, den Überblick zu behalten.	24%	26%	25%	22%	25%	-3
Ich führe regelmäßig ein Haushaltsbuch.	20%	24%	26%	14%	18%	-4
Wenn ich mehr ausbebe als geplant, nutze ich meinen Dispo.	20%	19%	23%	18%	16%	+2
Ich nutze eine App für meine Finanzplanung.	15%	33%	18%	7%	8%	-1

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

*in Prozentpunkten

- Die Generation 50Plus ist in Sachen Altersvorsorge zuversichtlicher als die 30- bis 49-Jährigen.
- Eine App für die Finanzplanung nutzen vor allem unter 30-Jährige.

Frage 4: Jetzt einmal allgemein zum Thema Finanzen: Jeder hat ja zu Finanzdingen andere Vorstellungen. Ich lese Ihnen jetzt einige Aussagen dazu vor. Bitte sagen Sie mir wieder, inwieweit Sie zustimmen. Wie ist es mit ...? Stimmen Sie voll und ganz zu, eher zu, eher nicht zu oder stimmen Sie überhaupt nicht zu?

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu)

Ergebnisse der Studie

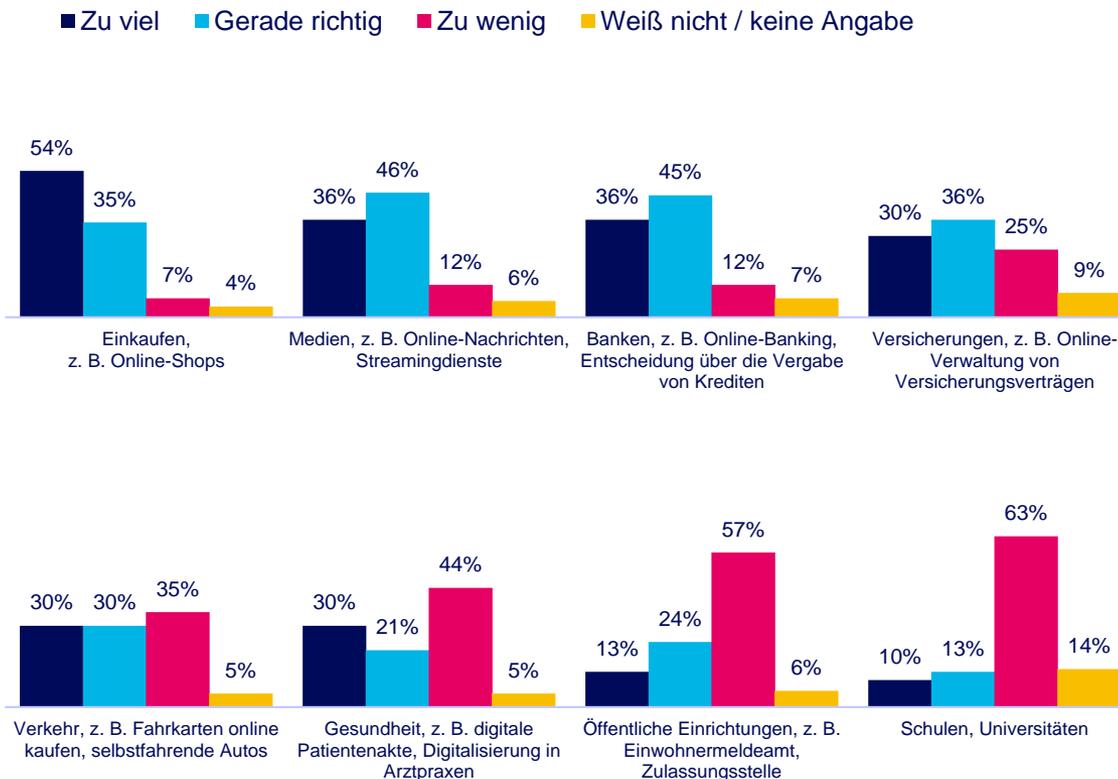
„Liquidität 50Plus“

Kapitel 6: Digitalisierung

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 6: Digitalisierung

Digitaler Wandel im Gesellschafts-, Arbeits- und Privatleben



- Mehr als jeder zweite Deutsche findet, dass im Bereich Einkaufen zu viel Digitalisierung herrscht.
- Etwa sechs von zehn Bundesbürgern beurteilen den Stand der Digitalisierung in öffentlichen Einrichtungen sowie in Schulen und Universitäten als zu gering.

Frage 10: Kommen wir nun zu einem anderen Thema. Der digitale Wandel im Gesellschafts-, Arbeits- und Privatleben ist in vielen Bereichen schon längst Alltag geworden. Gibt es aus Ihrer Sicht in den folgenden Bereichen eher zu viel oder zu wenig Digitalisierung? Wie ist das mit dem Bereich...
 Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach: Zu viel)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 6: Digitalisierung

Digitaler Wandel im Gesellschafts-, Arbeits- und Privatleben

Zu viel Digitalisierung	Geschlecht			Altersklasse (Jahre)		
	Total	Männer	Frauen	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.001	500	501	180	329	492
Einkaufen, z. B. Online-Shops	54 %	48%	61%	53%	47%	60%
Medien, z. B. Online-Nachrichten, Streamingdienste	36 %	32%	40%	25%	32%	43%
Banken, z. B. Online-Banking, Entscheidung über die Vergabe von Krediten	36 %	31%	41%	37%	26%	43%
Versicherungen, z. B. Online-Verwaltung von Versicherungsverträgen	30 %	28%	33%	25%	22%	38%
Verkehr, z. B. Fahrkarten online kaufen, selbstfahrende Autos	30 %	24%	36%	25%	26%	34%
Gesundheit, z. B. digitale Patientenakte, Digitalisierung in Arztpraxen	30 %	26%	35%	17%	28%	37%
Öffentliche Einrichtungen, z. B. Einwohnermeldeamt, Zulassungsstelle	13 %	8%	17%	5%	10%	17%
Schulen, Universitäten	10 %	8%	11%	5%	10%	11%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

- Vor allem die Generation 50Plus findet die Digitalisierung im Bereich Einkaufen, bei Banken, bei Medien sowie in den Bereichen Gesundheit und Versicherungen zu stark ausgeprägt.

Frage 10: Kommen wir nun zu einem anderen Thema. Der digitale Wandel im Gesellschafts-, Arbeits- und Privatleben ist in vielen Bereichen schon längst Alltag geworden. Gibt es aus Ihrer Sicht in den folgenden Bereichen eher zu viel oder zu wenig Digitalisierung? Wie ist das mit dem Bereich...

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach: Zu viel)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 6: Digitalisierung

Digitaler Wandel im Gesellschafts-, Arbeits- und Privatleben

Zu wenig Digitalisierung	Geschlecht			Altersklasse (Jahre)		
	Total	Männer	Frauen	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.001	500	501	180	329	492
Schulen, Universitäten	63%	67%	60%	77%	72%	53%
Öffentliche Einrichtungen, z. B. Einwohnermeldeamt, Zulassungsstelle	57%	65%	50%	67%	63%	51%
Gesundheit, z. B. digitale Patientenakte, Digitalisierung in Arztpraxen	44%	51%	36%	60%	46%	36%
Verkehr, z. B. Fahrkarten online kaufen, selbstfahrende Autos	35%	40%	29%	45%	38%	29%
Versicherungen, z. B. Online-Verwaltung von Versicherungsverträgen	25%	27%	24%	32%	32%	18%
Banken, z. B. Online-Banking, Entscheidung über die Vergabe von Krediten	12%	13%	10%	13%	17%	8%
Medien, z. B. Online-Nachrichten, Streamingdienste	12%	13%	12%	19%	14%	9%
Einkaufen, z. B. Online-Shops	7%	9%	5%	7%	11%	4%

■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt

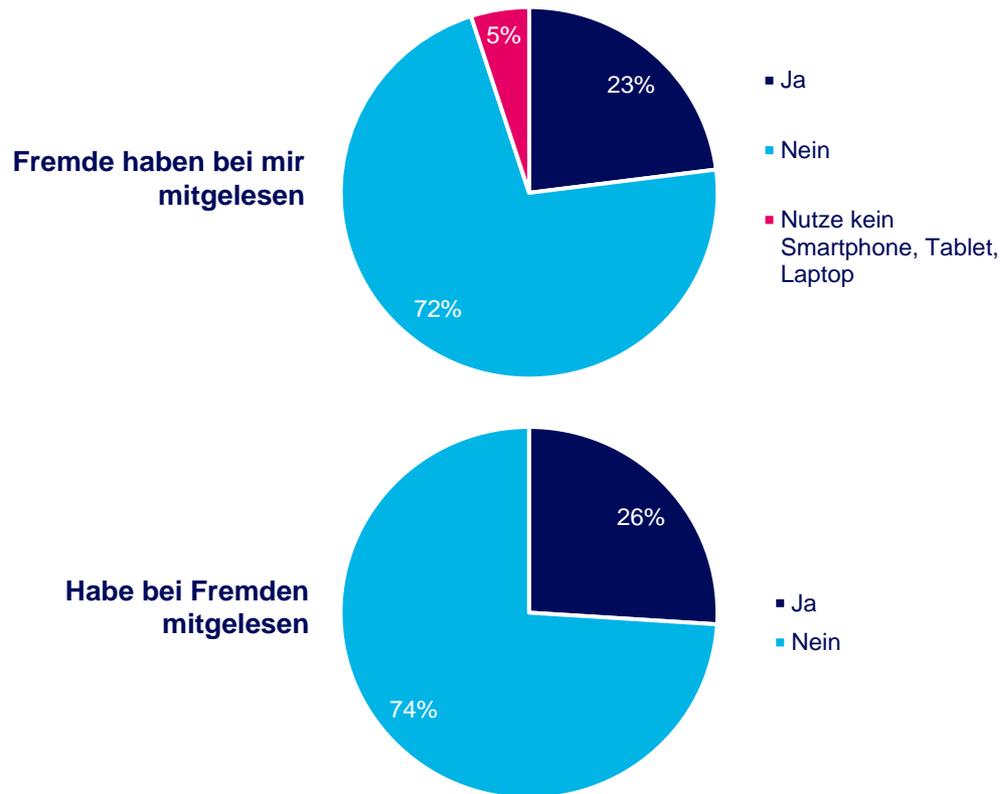
■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

- Insbesondere die unter 50-Jährigen sind der Ansicht, dass es in Schulen und Universitäten sowie in öffentlichen Einrichtungen zu wenig Digitalisierung gibt.

Frage 10: Kommen wir nun zu einem anderen Thema. Der digitale Wandel im Gesellschafts-, Arbeits- und Privatleben ist in vielen Bereichen schon längst Alltag geworden. Gibt es aus Ihrer Sicht in den folgenden Bereichen eher zu viel oder zu wenig Digitalisierung? Wie ist das mit dem Bereich...

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Skalierte Abfrage, sortiert nach: Zu wenig)

Smartphones, Tablets und Laptops: Mitlesen in der Öffentlichkeit

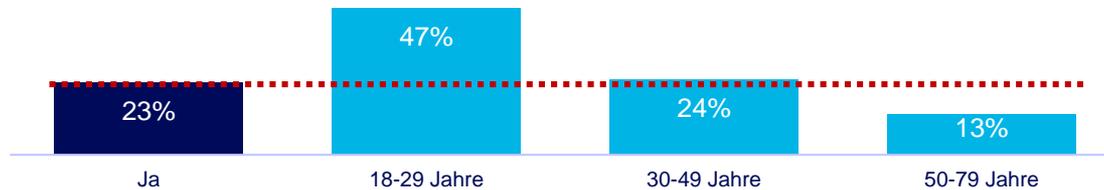


- Knapp ein Viertel der Deutschen hat schon einmal bemerkt, dass Fremde bei ihnen mitgelesen haben.
- Etwas mehr als ein Viertel hat selbst schon einmal heimlich bei einer fremden Person auf deren Smartphone, Tablet oder Laptop mitgelesen.

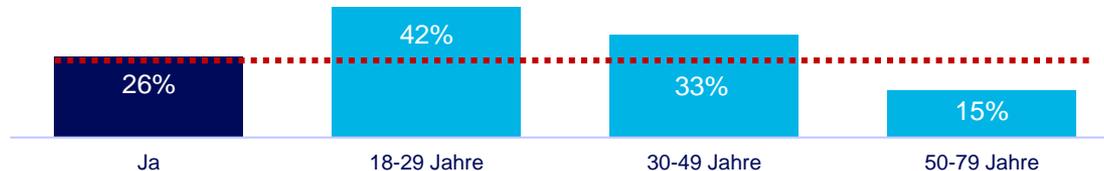
Frage 11a: Wenn man mit dem Smartphone, Tablet oder Laptop unterwegs ist – z. B. im Bus, in der Bahn, im Cafe oder Restaurant oder an anderen Orten – kann es ja sein, dass jemand anders einem über die Schulter schaut und heimlich mitlesen kann. Ist Ihnen das schon einmal passiert? Haben Sie schon einmal bemerkt, dass jemand Fremdes bei Ihnen mitgelesen hat, wenn Sie Ihr Smartphone, Tablet oder Ihren Laptop genutzt haben? / Frage 11b: Und haben Sie selbst schon einmal im Bus, in der Bahn oder an sonstigen Orten, heimlich bei einer Ihnen fremden Person auf deren Smartphone, Tablet, Laptop etc. mitgelesen? Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Einfachnennung)

Smartphones, Tablets und Laptops: Mitlesen in der Öffentlichkeit

Fremde haben bei mir mitgelesen



Habe bei Fremden mitgelesen



- Vor allem unter 30-Jährige haben schon einmal bemerkt, dass Andere bei ihnen heimlich mitgelesen haben.
- Je jünger die Bundesbürger, desto eher lesen sie insgeheim bei Fremden mit.

Frage 11a: Wenn man mit dem Smartphone, Tablet oder Laptop unterwegs ist – z. B. im Bus, in der Bahn, im Cafe oder Restaurant oder an anderen Orten – kann es ja sein, dass jemand anders einem über die Schulter schaut und heimlich mitlesen kann. Ist Ihnen das schon einmal passiert? Haben Sie schon einmal bemerkt, dass jemand Fremdes bei Ihnen mitgelesen hat, wenn Sie Ihr Smartphone, Tablet oder Ihren Laptop genutzt haben? / Frage 11b: Und haben Sie selbst schon einmal im Bus, in der Bahn oder an sonstigen Orten, heimlich bei einer Ihnen fremden Person auf deren Smartphone, Tablet, Laptop etc. mitgelesen? Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (18-29 Jahre, N = 180 / 30-49 Jahre, N = 329 / 50-79 Jahre, N = 492) (Einfachnennung)

Datenschutz im Internet



- Weniger als zwei Drittel der Deutschen bewahren ihre Passwörter für Kundenkonten oder Online-Banking an einem sicheren Ort auf.
- Jeder Zweite fragt um Erlaubnis, wenn es darum geht, Fotos von anderen Personen zu posten.

Frage 12: Kommen wir nun zum Thema Datenschutz. Wie gehen Sie mit dem Schutz von persönlichen Daten im Internet um? Welche der folgenden Dinge tun Sie bzw. haben Sie schon einmal getan?
Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Mehrfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 6: Digitalisierung

Datenschutz im Internet

	Altersklasse (Jahre)			
	Total	18-29	30-49	50-79 Jahre
Basis (Fallzahl)	1.001	180	329	492
Bei Kontaktformularen nur relevante Angaben ausfüllen	82%	86%	88%	77%
Im Beisein von fremden Personen darauf achten, dass niemand auf Ihrem Smartphone oder Laptop, z. B. im Bus, im Restaurant mitliest	65%	66%	63%	66%
Passwörter für Kundenkonten oder Online-Banking an einem sicheren Ort verschlossen aufbewahren	64%	58%	63%	67%
Cookie-Hinweise auf Internetseiten akzeptieren, ohne sie durchzulesen	60%	73%	69%	49%
Fotos von Personen nur dann z. B. auf Facebook, WhatsApp oder Instagram posten, wenn Sie diese vorher um Erlaubnis gefragt haben	51%	76%	54%	40%
Datenschutzrichtlinien und AGBs vollständig oder teilweise durchlesen, bevor Sie einen Online-Dienst nutzen (z. B. bei Google Maps)	44%	35%	46%	45%
Nichts davon, nutze kein Internet	5%	0%	1%	9%

- Je jünger die Bundesbürger sind, desto eher akzeptieren sie Cookies, ohne die Hinweise vorab zu lesen.

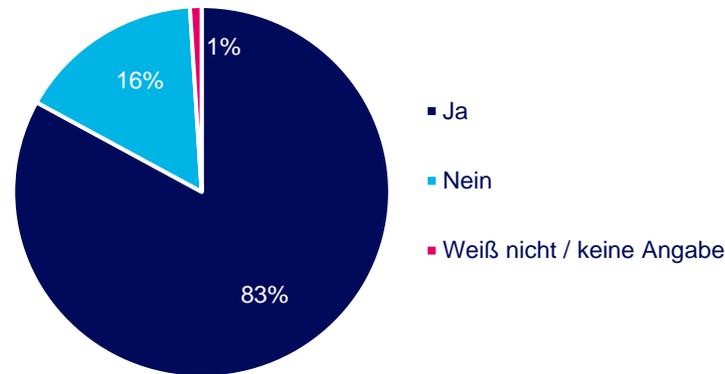
■ Mind. 5 Prozentpunkte unter dem Gesamtdurchschnitt
 ■ Mind. 5 Prozentpunkte über dem Gesamtdurchschnitt

Frage 12: Kommen wir nun zum Thema Datenschutz. Wie gehen Sie mit dem Schutz von persönlichen Daten im Internet um? Welche der folgenden Dinge tun Sie bzw. haben Sie schon einmal getan?
 Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Mehrfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

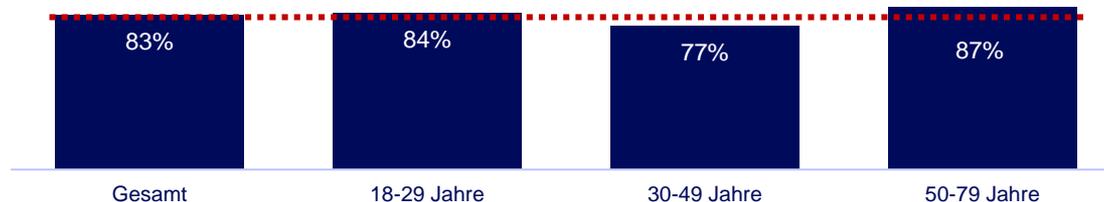
Kapitel 6: Digitalisierung

Fotos auf Social Media



- Mehr als acht von zehn Bundesbürgern erwarten, dass sie vorher um Erlaubnis gefragt werden, wenn jemand ein Foto von ihnen auf Social-Media-Kanälen veröffentlichen möchte.

Ja



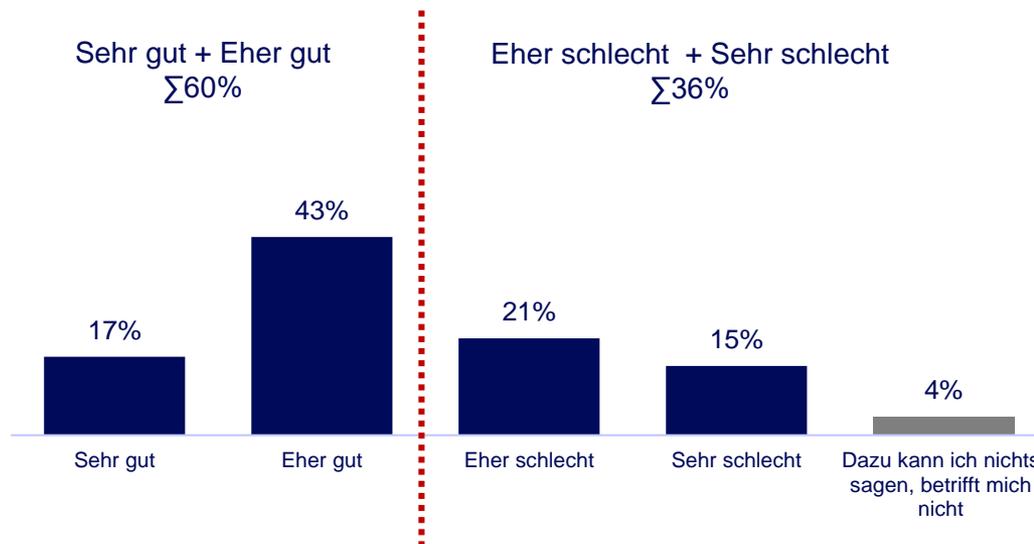
Frage 13: Einmal angenommen, jemand, den Sie kennen, möchte von Ihnen ein Foto auf Social-Media-Kanälen, wie z. B. Facebook, Instagram oder WhatsApp posten bzw. veröffentlichen. Expecten Sie dann, dass Sie vorher um Erlaubnis gefragt werden?

Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (18-29 Jahre, N = 180 / 30-49 Jahre, N = 329 / 50-79 Jahre, N = 492) (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 6: Digitalisierung

Netzgeschwindigkeit am Wohnort



- Sechs von zehn Bundesbürgern beurteilen die Netzgeschwindigkeit an ihrem Wohnort als gut.

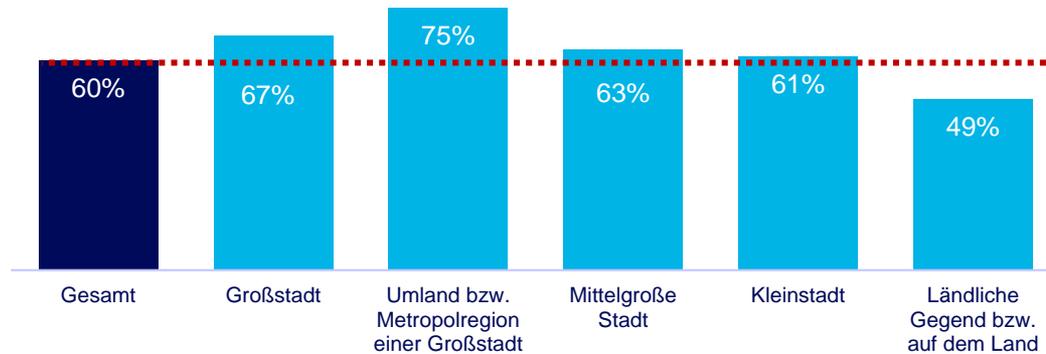
Frage 14: Bleiben wir beim Thema Internet. Wie beurteilen Sie die Netzgeschwindigkeit an Ihrem Wohnort? Ist diese...
Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Einfachnennung)

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 6: Digitalisierung

Netzgeschwindigkeit am Wohnort

Sehr gute + Eher gute Netzgeschwindigkeit am Wohnort



- In ländlichen Gegenden ist nur jeder Zweite mit der Netzgeschwindigkeit zufrieden.

Frage 14: Bleiben wir beim Thema Internet. Wie beurteilen Sie die Netzgeschwindigkeit an Ihrem Wohnort? Ist diese...
Basis: Alle Befragten, N = 1.001 (Großstadt, N = 195 / Umland bzw. Metropolregion einer Großstadt, N = 120 / Mittelgroße Stadt, N = 131, Kleinstadt, N = 205, Ländliche Gegend bzw. auf dem Land, N = 349) (Einfachnennung)

Ergebnisse der Studie

„Liquidität 50Plus“

Kapitel 7: Statistik

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2020

Kapitel 7: Statistik

Geschlecht	
Männlich	50%
Weiblich	50%
Alter	
18-29 Jahre	18%
30-39 Jahre	17%
40-49 Jahre	16%
50-59 Jahre	21%
60-69 Jahre	16%
70-79 Jahre	12%
Familienstand	
Verheiratet	51%
Ledig	36%
Geschieden	10%
Verwitwet	3%

Schulabschluss	
Ohne / anderer Schulabschluss	3%
Haupt-/Volksschule	30%
Mittlere Reife / Polytechnische Oberschule	27%
(Fach-)Hochschulreife	22%
(Fach-)Hochschulstudium	18%
Berufstätigkeit*	
Voll / teilweise berufstätig	66%
Im Ruhestand	14%
Nicht berufstätig	14%
Mit Partner zusammenlebend	
Ja	61%
Nein	39%
Wohnsituation	
Zur Miete	46%
In der eigenen Eigentumswohnung	8%
Im eigenen Haus	46%

*zu 100 fehlende Prozent: Weiß nicht / keine Angabe

Studie: Liquidität 50Plus Deutschland 2019

Kapitel 7: Statistik

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

Ortsgröße (Einwohner)	
Bis zu 5.000	18%
5.000 bis zu 20.000	25%
20.000 bis zu 100.000	26%
100.000 bis zu 500.000	16%
500.000 und mehr	15%
Haushaltsnettoeinkommen*	
Bis unter 1.000 Euro	7%
1.000 bis unter 2.000 Euro	16%
2.000 bis unter 3.000 Euro	21%
3.000 bis unter 4.000 Euro	21%
4.000 Euro und mehr	25%
Wohngegend	
Großstadt	20%
Umland bzw. Metropolregion einer Großstadt	12%
Mittelgroße Stadt	13%
Kleinstadt	20%
Ländliche Gegend bzw. auf dem Land	35%

*zu 100 fehlende Prozent: Weiß nicht / keine Angabe

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

TeamBank

Andrea Brinkmann | Leiterin Pressestelle

T +49 (0) 911 / 53 90 – 10 30

F +49 (0) 911 / 53 90 – 10 38

E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Straße 25

90471 Nürnberg

Germany

www.teambank.de