

Atlas des Verzichts: Wo die Deutschen den Rotstift ansetzen würden

Studie zeigt, in welchen Bundesländern die Menschen ihre Ausgaben bei Kleidung, Urlaub, Freizeit oder Vorsorge um 100 Euro reduzieren könnten

Nürnberg, 23. September 2021

Wenn das Geld knapp wird, würde mehr als die Hälfte der Deutschen an Kleidung und Schuhen sparen. Auf Platz zwei folgen Urlaubsreisen, dahinter Ausgaben für Freizeit, Sport und Kultur sowie Video- und Musik-Streamingdienste. 21 Prozent würden ihre Ausgaben im Bereich Geldanlagen und Altersvorsorge einschränken. In Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern und Berlin würde immerhin rund ein Viertel der Einwohnerinnen und Einwohner in der Not auch ihre Vorsorge antasten: Das geht aus dem Bundesländer-Vergleich hervor, der im Rahmen der repräsentativen Studie „Liquiditätsbarometer 2021“ erhoben wurde. Dafür hat die TeamBank mehr als 3.000 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger befragt lassen.

Die Menschen in Bremen und Sachsen-Anhalt sehen insgesamt eher wenig Einsparpotenzial. Selbst Abstriche bei Kleidung und Schuhen und bei Urlaubsreisen sind nicht mehrheitsfähig. In Sachsen-Anhalt sind nur 49 Prozent bereit, 100 Euro weniger für Kleidung und Schuhe auszugeben, bundesweit sehen hier 55 Prozent die Möglichkeit einer Kürzung. Nur 42 Prozent würden bei Urlaubsreisen sparen (bundesweit 47 Prozent) und nur 35 Prozent weniger Video- oder Musik-Streamingdienste nutzen (bundesweit 40 Prozent).

In vier Bundesländern fällt Sparen besonders leicht

Besonders leicht fällt es dagegen den Bewohnerinnen und Bewohnern Niedersachsens, des Saarlands, Brandenburgs und Thüringens, an der einen oder anderen Stelle den Gürtel enger zu schnallen, wenn es erforderlich wäre. Sie sehen jeweils in drei Bereichen überdurchschnittlich häufig Einsparmöglichkeiten. Beispielsweise würden 55 Prozent der Niedersächsinnen und Niedersachsen bei Urlaubsreisen den Rotstift ansetzen, im Bundesschnitt sind es nur 47 Prozent. Zudem würden 47 Prozent von ihnen bei Freizeit, Sport und Kultur sparen (gegenüber bundesweit 40 Prozent) und als einziges Bundesland würde auch hier überdurchschnittlich oft an Bildung gekürzt, wenn Not besteht (19 Prozent). In Brandenburg fallen besonders oft Streamingdienste den Kürzungen zum Opfer, 27 Prozent trauen sich aber auch zu, 100 Euro weniger für Lebensmittel auszugeben. Bundesweit sparen nur 18 Prozent am ehesten bei Essen und Trinken.

Pressekontakt

Marc-Olivier Weber
T +49 (0) 911 / 53 90-12 45
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de

„Der Verzicht auf regelmäßig auftretende Kostenblöcke, wie Abos für Video- und Musikstreaming, kann auch finanziellen Freiraum für die großen Wünsche der Menschen schaffen“, sagt Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG. „In den Monaten des Shutdowns haben sich womöglich neue Sehnsüchte entwickelt, die nun erfüllt werden wollen. Reicht das Ersparte nicht ganz, bleibt eine Finanzierung ebenfalls als Option. Dabei sollte sorgfältig und verantwortungsvoll geprüft werden, dass sich die Kreditnehmerin oder der Kreditnehmer finanziell nicht übernehmen.“

Gespaltener Norden: Schleswig-Holstein spart an der Altersvorsorge, Hamburg lässt sie eher unangetastet

In der Not würden überdurchschnittlich viele Menschen in Schleswig-Holstein und Mecklenburg-Vorpommern auch ihre Vorsorge antasten. 28 Prozent der Schleswig-Holsteinerinnen und Schleswig-Holsteiner können sich vorstellen, ihre Ausgaben im Bereich Altersvorsorge und Geldanlage um 100 Euro pro Monat zu reduzieren. In der Hauptstadt geben das 27 Prozent an, in Mecklenburg-Vorpommern immerhin 26 Prozent.

Gerade einmal 15 Prozent der Hamburgerinnen und Hamburger sowie 16 Prozent der Menschen in Baden-Württemberg würden ihre Rücklagen für das Alter verringern und sparen stattdessen eher beim Shopping. 54 Prozent der Hansestädter kappen die Ausgaben am ehesten bei Kleidung und Schuhen, in Baden-Württemberg sind es 51 Prozent.

Altersvorsorge: Bundesweit noch Nachholbedarf

Auch bundesweit haben die Deutschen bei der Altersvorsorge noch Nachholbedarf. 59 Prozent wollen in den kommenden zwölf Monaten eher kein Geld dafür ausgeben. Regional gibt es große Unterschiede: Besonders ernst im Bundesländer-Vergleich nehmen die Menschen ihre Absicherung für das Alter in Hamburg, Bremen, Rheinland-Pfalz und Bayern. Dort plant fast die Hälfte mit Ausgaben in diesem Bereich. Im Saarland sind es dagegen nur drei von zehn Einwohnern und Einwohnerinnen. Insgesamt haben 19 Prozent der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger Ausgaben für ihre Altersvorsorge fest eingeplant, weitere 22 Prozent wollen wahrscheinlich in ihre Absicherung im Alter investieren. Elf Prozent haben Investitionen in die eigene Altersvorsorge wegen der Corona-Krise verschoben oder ganz darauf verzichtet.

Pressekontakt

Marc-Olivier Weber
T +49 (0) 911 / 53 90-12 45
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg
Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de

Eine Info-Grafik zur Pressemitteilung steht unter <https://www.teambank.de/medien/presse/> zur Verfügung.

Ausführliche Informationen und interaktive Grafiken zur kompletten Studie sind unter <https://www.teambank.de/medien/studie-liquiditaetsbarometer/> abrufbar.

Hintergrundinformationen:

Die Studie „Liquiditätsbarometer“ untersucht seit dem Jahr 2013 Liquidität und Konsumverhalten der Generation 50Plus im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung. Im Januar 2021 befragte das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag der TeamBank AG 3.158 Personen im Alter zwischen 18 bis 79 Jahren online. Zusammen mit der Befragung wurde das TeamBank-Liquiditätsbarometer ermittelt, welches die Stimmung zur finanziellen Situation der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger erfasst.

Kurzprofil:

Die TeamBank AG ist mit dem Ratenkredit easyCredit in Deutschland, bzw. der faire Credit in Österreich und dem medienbruchfreien Bezahlverfahren ratenkauf by easyCredit das Kompetenzzentrum für modernes Liquiditätsmanagement der Genossenschaftsbanken. Die Vernetzung innovativer Produkte und Services bietet Kundinnen und Kunden vollständig digitale Lösungen und damit überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität. „Wir machen es einfach“ heißt es bei der TeamBank und symbolisiert die besondere Unternehmenskultur, die die Bank bereits seit vielen Jahren als attraktiven und mehrfach prämierten Arbeitgeber auszeichnet.

Pressekontakt

Marc-Olivier Weber
T +49 (0) 911 / 53 90-12 45
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38
E presse@teambank.de

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de