

# Nachhaltige Produkte dürfen mehr kosten

- **Auch für Bio-Lebensmittel und Öko-Strom würde die Mehrheit der Deutschen tiefer in die Tasche greifen**

**Nürnberg, 16. Juni 2020**

Ihre Kaufentscheidung machen die Deutschen auch von ökologischen und sozialen Erwägungen abhängig. So würden 80 Prozent der Bundesbürger für Kleidung und Schuhe einen höheren Preis bezahlen, wenn dafür Umwelt und Klima geschont oder faire Arbeitsbedingungen gefördert werden. 71 Prozent der Deutschen würden auch für Bio-Lebensmittel mehr bezahlen. Aus Sicht von 67 Prozent der Deutschen darf auch Strom teurer sein, wenn er dafür grün ist. Das sind Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Studie „Liquidität 50Plus“, für die das Marktforschungsinstitut Forsa 1.001 Bundesbürger befragt hat.

Ebenfalls eine Mehrheit der Deutschen wäre damit einverstanden, wenn der Preis für ein Flugticket steigt, weil eine Sonderabgabe für den Klimaschutz fällig wird. Einer nachhaltigen Geldanlage oder Altersvorsorge würden 56 Prozent der Deutschen den Vorzug geben, auch wenn damit Mehrkosten verbunden sind. Höhere Mietkosten würde jeder Zweite in Kauf nehmen, wenn zum Beispiel eine verbesserte Wärmedämmung Energie sparen und das Klima schonen würde.

## **Bewusste Kaufentscheidungen auch in Krisenzeiten**

„Bei Kaufentscheidungen Verantwortung übernehmen – dieser Gedanke begleitet mittlerweile eine Mehrheit der Deutschen und prägt das Konsumverhalten zunehmend“, sagt Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG. „Diese Veränderungen sind nach unserer Einschätzung keine kurzfristigen Erscheinungen, sondern werden auch in Zeiten von Corona und darüber hinaus Bestand haben. Die Menschen überlegen sich sehr genau, welche Produkte, Hersteller und Händler sie mit ihrem Einkauf unterstützen wollen. Gerade in Krisenzeiten wird der Solidaritätsgedanke wichtiger.“

## **Das grüne Gewissen ist jung und weiblich**

Wenn es um Nachhaltigkeit geht, sind Frauen zahlungswilliger als Männer. Für nachhaltige Mode, Bio-Lebensmittel, Öko-Strom und weniger klimaschädliche Flugreisen würden sie mehr bezahlen. Beim Blick auf die Altersklassen zeigen sich deutliche Unterschiede: Beispielsweise würden 91 Prozent der unter 30-Jährigen mehr für nachhaltige Kleidung bezahlen. Bei den über 50-Jährigen würden dies elf Prozent weniger tun. Auf Bio-Lebensmittel trotz höherer Preise setzen 83 Prozent der

### **Pressekontakt**

Andrea Brinkmann  
T +49 (0) 911 / 53 90-38 04  
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38  
E [presse@teambank.de](mailto:presse@teambank.de)

### **TeamBank AG Nürnberg**

Beuthener Str. 25  
90471 Nürnberg  
Germany

[www.teambank.de](http://www.teambank.de)

Jüngeren, aber 70 Prozent der Generation 50Plus. Beim Öko-Strom sind es 81 Prozent der jüngeren und 64 Prozent der älteren Befragten.

#### **Lebensmittel und Kleidung: Bundesbürger halten Preisniveau für moderat**

Die große Mehrheit der Deutschen empfindet die Preise für Produkte des täglichen Bedarfs als angemessen oder gar zu günstig. Das wiederum begünstigt die Bereitschaft der Konsumenten hierzulande, für nachhaltige Produkte etwas tiefer in die Tasche zu greifen. So finden 27 Prozent der Befragten Lebensmittel sogar zu billig, 55 Prozent bezeichnen die Preise als angemessen. 14 Prozent der Deutschen beurteilen die Preise für Kleidung und Schuhe als zu niedrig, 69 Prozent als angemessen.

**Eine Infografik zur Studie steht unter <https://www.teambank.de/medien/presse/> zur Verfügung.**

#### **Hintergrundinformationen:**

Die Studie „Liquidität 50Plus“ untersucht seit dem Jahr 2013 Liquidität und Konsumverhalten der Generation 50Plus im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung. Im Februar 2020 befragte das Marktforschungsinstitut Forsa im Auftrag der TeamBank AG 1.001 Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren. Die Interviews der repräsentativen Bevölkerungsbefragung wurden mit der Methode des Computer Assisted Telephone Interview (CATI) durchgeführt. Zusammen mit der Befragung wurde das TeamBank-Liquiditätsbarometer ermittelt, welches die Stimmung zur finanziellen Situation der Bundesbürger erfasst.

#### **Kurzprofil:**

Die TeamBank AG ist mit der Produktfamilie easyCredit das Kompetenzzentrum für modernes Liquiditätsmanagement in der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Durch die Bereitstellung und Vernetzung innovativer Produkte und Services erhalten die KundInnen einfach, überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität. Wichtige Elemente des Ökosystems sind zum Beispiel der Ratenkredit easyCredit und das medienbruchfreie Bezahlverfahren ratenkauf by easyCredit. Kundinnen und Kunden können beide Produkte vollständig digital, mobil und medienbruchfrei abschließen.

#### **Pressekontakt**

Andrea Brinkmann  
T +49 (0) 911 / 53 90-38 04  
F +49 (0) 911 / 53 90-10 38  
E [presse@teambank.de](mailto:presse@teambank.de)

#### **TeamBank AG Nürnberg**

Beuthener Str. 25  
90471 Nürnberg  
Germany

[www.teambank.de](http://www.teambank.de)