

Kleidung und Lebensmittel: Viele Deutsche kennen Höhe der eigenen Ausgaben nicht

- Rund zwei Drittel halten die Preise für Benzin und Diesel für zu hoch
- Mehrheit der Generation 50Plus erachtet Wohnkosten als angemessen

Nürnberg, 4. Juli 2019

Was kostet das Leben monatlich? Wenn es darum geht, wie viel sie für Kleidung und Schuhe ausgeben, fehlt rund der Hälfte der Bundesbürger der Überblick. 29 Prozent der Befragten wissen es nur ansatzweise, 13 Prozent praktisch gar nicht. Ähnlich sieht es bei den Kosten für Lebensmittel aus: 24 Prozent der Deutschen haben nur eine grobe Vorstellung davon, wie viel Geld sie monatlich für Brot, Fleisch und Gemüse in die Hand nehmen. Weitere sieben Prozent haben sogar gar keine Vorstellung davon, was sie beim Bäcker, im Biomarkt oder an der Supermarktkasse bezahlen. Das sind Ergebnisse der „Liquidität 50Plus“, für die das Marktforschungsinstitut Forsa 1.001 Bundesbürger befragt hat.

Von allen ihren Ausgaben haben die Deutschen am besten ihre Wohnkosten im Blick. 70 Prozent der Bundesbürger wissen sehr genau, wie viel sie monatlich für die Miete oder den Kredit für das Eigenheim aufbringen müssen. Bei den Stromkosten haben noch 60 Prozent der Befragten einen detaillierten Überblick, bei Versicherungen wie Haftpflicht, Hausrat oder Berufsunfähigkeit sind es 57 Prozent. Bei all diesen drei Kostenfaktoren haben junge Menschen zwischen 18 und 29 Jahren unterdurchschnittlich wenig Überblick über die Ausgaben. Bei den Wohnkosten liegen sie acht Prozentpunkte unter dem allgemeinen Mittel, bei den Ausgaben für Strom sogar 23 Prozentpunkte und bei den Aufwendungen für Versicherungen 17 Prozentpunkte. Die Generation 50Plus hat hingegen die Zahlungen für den Strom besonders im Auge: 65 Prozent der Befragten aus dieser Altersgruppe kennen die damit verbundenen Kosten. Damit liegt sie fünf Prozentpunkte über dem Durchschnitt aller Befragter. „Finanzielle Bildung gehört in den Lehrplan der Schulen, egal ob als Fach oder in Form von Projekten“, sagt Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG. „Die Studienergebnisse zeigen wie wichtig und notwendig es ist, sich schon früh mit dem verantwortungsvollen Umgang mit Geld zu beschäftigen. Ein Angebot zur finanziellen Bildung an Schulen bietet die von der TeamBank gegründete Stiftung „Deutschland im Plus.“

Pressekontakt

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

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de

Deutsche erachten Steuern und Tankkosten als zu hoch

Was denken die Bundesbürger generell über Abgaben und Preise für Waren und Leistungen? Zwei von drei Befragten empfinden die Steuerlast als zu hoch (66 Prozent). Dieser Posten führt damit die Negativ-Rangliste an. Ein Drittel der Befragten findet, sie sei zumindest angemessen (32 Prozent). Ein etwas anderes Bild zeigt sich bei anderen Pflichtabgaben. 41 Prozent der Befragten sind der Ansicht, die Sozialabgaben, also zum Beispiel Renten-, Kranken- und Arbeitslosenversicherung, seien zu hoch. Doch 53 Prozent erachten sie als richtig bemessen.

Zu viel bezahlen die Deutschen ihrer Einschätzung nach auch für Benzin und Diesel. Zwei von drei Bundesbürgern sind der Meinung, die Tankkosten seien zu hoch (62 Prozent). Auf dem dritten Platz rangieren die Fahrkarten für Bus und Bahn. Rund jeder Zweite hält hier die Preise für nicht gerechtfertigt (55 Prozent). Das sehen gerade die jungen Deutschen so: Bei den 18- bis 29-Jährigen vertreten 65 Prozent die Meinung, sie zahlten zu viel für den ÖPNV. Das sind zehn Prozentpunkte mehr als bei der Gesamtbevölkerung. Auch Miete und Kosten für Wohneigentum stehen für die Jüngeren in keinem Verhältnis: 63 Prozent und damit 13 Prozentpunkte mehr als der Schnitt erachten diese Kostenpunkte als nicht adäquat. Hier tut sich ein Generationenunterschied auf: In der Generation 50Plus halten lediglich 42 Prozent der Befragten Mieten und Kreditzahlungen für Eigenheime als zu hoch. Das sind acht Prozentpunkte unter dem Mittel aller Deutschen.

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

Hintergrundinformationen:

Die Studie „Liquidität 50Plus“ untersucht Liquidität und Konsumverhalten der Generation 50Plus im Vergleich zur deutschen Gesamtbevölkerung. Im Frühjahr 2019 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 der Experte für Liquiditätsmanagement in der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Durch die Bereitstellung und Vernetzung innovativer Produkte und Services erhalten die Kunden einfach, überall und zu jeder Zeit Zugang zu Liquidität. Wichtige Elemente des digitalen Ökosystems sind zum Beispiel der Ratenkredit easyCredit und das medienbruchfreie Bezahlverfahren ratenkauf by easyCredit.

Pressekontakt

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

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Str. 25
90471 Nürnberg
Germany

www.teambank.de