

Generation 50Plus handelt im Alltag besonders nachhaltig

Jüngere sind dafür eher bereit, höhere Kosten für nachhaltige Finanzprodukte zu tragen

Nürnberg, 24. Mai 2022

Achtsamer Konsum gegen den Klimawandel: Mehr als zwei Drittel der Deutschen sehen beim Schutz von Klima und Umwelt vor allem die Verbraucher in der Pflicht. Sie sind der Meinung, dass es essentiell sei, den eigenen Konsum ökologischer und sozialer zu gestalten. Das gilt besonders für die 50- bis 79-Jährigen. Während 74 Prozent von ihnen dieser Ansicht sind, trifft das nur auf 61 Prozent der unter 30-Jährigen zu. Demgegenüber sinkt jedoch die Bereitschaft, für ein nachhaltiges Bankprodukt höhere Kosten bzw. weniger Rendite hinzunehmen, je älter die Menschen sind. Dies sind Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Studie „TeamBank-Liquiditätsbarometer“, für die mehr als 3.000 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger befragt wurden.

Energie sparen und Plastikmüll vermeiden – das Credo der Älteren

Deutsche ab 50 Jahren konsumieren im Alltag besonders nachhaltig. 78 Prozent von ihnen kaufen Lebensmittel bedarfsgerecht ein, 71 Prozent sparen Wasser sowie Heizenergie und 66 Prozent vermeiden Plastikmüll. Zudem verzichten überdurchschnittlich viele der Generation 50Plus (41 Prozent) auf Flugreisen und fahren stattdessen eher Bahn. In der Altersgruppe unter 30 Jahren ist all dies deutlich weniger verbreitet. So geben nur knapp drei von zehn der 18- bis 29-Jährigen an, auf Flüge zu verzichten. Dafür nutzt diese Generation wiederum überdurchschnittlich oft öffentliche Verkehrsmittel im Alltag: Während es im Bundesschnitt 24 Prozent sind, sind es von den unter 30-Jährigen ganze 33 Prozent.

Die Jüngeren sind auch eher bereit, für Nachhaltigkeit einen höheren Preis zu bezahlen. 61 Prozent von ihnen würden für ökologisch-soziale Produkte mehr Geld ausgeben. Von der Generation 50Plus sind dies nur noch 47 Prozent.

Grün denken in Sachen Finanzprodukte vor allem die Jüngeren

Wenn es um nachhaltige Anlagemöglichkeiten geht, so sind es vor allem die unter 30-Jährigen, die bereit sind, für ein ökologisch-soziales Bankprodukt höhere Kosten zu tragen oder eine geringere Rendite in Kauf zu nehmen. 43 Prozent von ihnen würden dies tun. Das sind 18 Prozentpunkte mehr als in der Altersgruppe ab 50 Jahren und elf Prozentpunkte mehr als der Bundesschnitt.

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

„Die Nachhaltigkeit hat schon lange Einzug in unsere unternehmerische DNA gehalten. Unserem Geschäftsmodell liegt ein starker Nachhaltigkeitsgedanke zugrunde. Dieser kommt insbesondere über unsere ausgeprägte Fairness-Orientierung und unserem Unternehmenswert „Wir sind ehrbare Kaufleute“ zum Ausdruck“, sagt Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG.

Generell erwarten die Deutschen immer mehr von Banken, dass sie ihre ökologisch-sozialen Bemühungen offenlegen. 56 Prozent der Deutschen misstrauen Geldinstituten, die das nicht tun. Das sind sieben Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

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

Hintergrundinformationen:

Die Studie „TeamBank-Liquiditätsbarometer“ untersucht seit dem Jahr 2013 Liquidität und Konsumverhalten der deutschen Bevölkerung. Im Januar 2022 befragte das Marktforschungsinstitut YouGov im Auftrag der TeamBank AG 3.131 Personen im Alter zwischen 18 bis 79 Jahren online. Erneut erhoben wurden die Einschätzungen zur derzeitigen und künftigen finanziellen Situation nach einem Monat Krieg in der Ukraine im März 2022.

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