

Menschen in NRW im Alltag besonders nachhaltig

- Auch in Niedersachsen wird auf ökologischen Konsum Wert gelegt
- Sozial-ökologische Standards bei Finanzprodukten für Deutsche immer wichtiger

Nürnberg, 20. Oktober 2022

69 Prozent der Deutschen sehen beim Schutz von Umwelt und Klima vor allem die Verbraucherinnen und Verbraucher in der Pflicht. Besonders verbreitet ist diese Ansicht in Nordrhein-Westfalen (73 Prozent) und Niedersachsen (71 Prozent). In dem norddeutschen Bundesland kaufen die Menschen überdurchschnittlich oft Lebensmittel bedarfsgerecht ein (72 Prozent), sparen Wasser und Heizenergie (68 Prozent) und vermeiden Plastikmüll (63 Prozent). Im Westen essen die Menschen hingegen weniger tierische Produkte (39 Prozent) und setzen bei Kleidung eher auf Qualität (50 Prozent). Das sind Ergebnisse der bevölkerungsrepräsentativen Studie „TeamBank-Liquiditätsbarometer“, für die mehr als 3.000 Bundesbürgerinnen und Bundesbürger im Alter zwischen 18 und 79 Jahren befragt wurden.

Deutsche achten bei Bankprodukten immer mehr auf Nachhaltigkeit

Weniger Verzicht, dafür Bereitschaft zu höheren Preisen: In Berlin und Bremen sind die Menschen eher bereit, für Nachhaltigkeit mehr Geld auszugeben. Das gilt einerseits allgemein für nachhaltig hergestellte Konsumprodukte, bei denen 55 Prozent der Hauptstädterinnen und Hauptstädter sowie 56 Prozent der Bremerinnen und Bremer höhere Preise akzeptieren. Andererseits betrifft dies auch den Bereich der Geldanlage: Mehr als ein Drittel aller Einwohnerinnen und Einwohner des norddeutschen Stadtstaats und sogar fast die Hälfte der Berlinerinnen und Berliner ist bereit, für ein ökologisch-soziales Bankprodukt Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.

„Den Deutschen ist es nicht nur beim Konsum, sondern ebenso in Sachen Finanzprodukte immer wichtiger, dass soziale und ökologische Standards eingehalten werden. Die Aussicht auf eine gute Rendite allein reicht nicht mehr. Kundinnen und Kunden erwarten zunehmend, dass diese auch nachhaltig erwirtschaftet wird“, sagt Frank Mühlbauer, Vorstandsvorsitzender der TeamBank AG. Mit 53 Prozent achten besonders in Berlin die Menschen bei Finanzdienstleistungen auf die Einhaltung dieser Standards, in Bremen sowie im Bundesschnitt sind es immer noch 43 Prozent.

Die Mehrheit der Deutschen vertraut Finanzdienstleistern auch nur, wenn sie ihre nachhaltigen Bestrebungen offenlegen: Waren es im Vorjahr noch 49 Prozent, so ist diese Zahl in 2022 um sieben Prozentpunkte gestiegen: 56 Prozent der Deutschen geben dies an, von den Berlinerinnen und Berlinern sind es sogar 65 Prozent, in Bremen immerhin 61 Prozent.

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 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.

Kurzprofil:

Die TeamBank AG ist mit dem Ratenkredit easyCredit in Deutschland, bzw. der faire Credit in Österreich und dem medienbruchfreien Bezahlverfahren easyCredit-Ratenkauf 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