

# TeamBank-Liquiditätsbarometer

## Deutschland 2025 (Welle 15)

Ergebnisse einer deutschlandweiten repräsentativen Umfrage unter der deutschsprachigen Bevölkerung im Alter von 18 bis 79 Jahren



# Studienanlage

- **Inhalt der Studie**

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse der zwölften Welle einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung in Deutschland mit Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren und der fünfzehnten Welle mit 50- bis 79-Jährigen dar. Im Fokus der Befragung stehen die Themen Liquidität, Finanz- und Ausgabeverhalten. Die erste Befragung fand im Herbst 2013 statt.

- **Stichprobengröße**

N = 3.050 Befragte zwischen 18 und 79 Jahren mit einer annähernden Gleichverteilung über die Bundesländer: mindestens N = 200 je Bundesland (Bremen N = 80, Saarland N = 99, Mecklenburg-Vorpommern = 186, Sachsen-Anhalt N = 194, Thüringen N = 188).

- **Methode**

Befragung über ein Online-Panel

- **Durchführendes Institut**

YouGov Deutschland GmbH

- **Gewichtung**

Bevölkerungsrepräsentative Gewichtung der Stichprobe nach Bundesland (Proportionalisierung), Alter und Geschlecht (Referenz: Zensus 2022 des Statistischen Bundesamtes). Die Ergebnisse wurden auf ganze Zahlen gerundet.

- **Befragungszeitraum**

Februar/März 2025

# Inhalt

Zur Berechnung des TeamBank-Liquiditätsbarometers Seite 4

Management Summary Seite 7

## **Ergebnisse der ersten Welle der Studie Liquiditätsbarometer 2025 in Deutschland**

1. Das TeamBank-Liquiditätsbarometer Seite 10

2. Ausgabepläne Seite 15

3. Liquiditätssituation Seite 21

4. Finanzverhalten Seite 39

5. Ausgabeverhalten Seite 49

6. Nachhaltigkeit im Konsumverhalten Seite 55

7. Statistik Seite 71

# Zur Berechnung des TeamBank- Liquiditäts- barometers

# Berechnung des TeamBank-Liquiditätsbarometers

Mit dem TeamBank-Liquiditätsbarometer wird die Stimmung zur finanziellen Situation der Bevölkerung erfasst. Grundlage für die Ermittlung dieses Index sind Frage 3 (derzeitige finanzielle Situation, vgl. Seite 24) und Frage 5 (zukünftige finanzielle Situation, vgl. Seite 27).

Die Berechnung des Index erfolgt analog zum ifo-Geschäftsklimaindex, der ebenfalls die beiden zeitlichen Dimensionen – Lage und Erwartung – berücksichtigt.

Das Liquiditätsbarometer kann zwischen den Extremwerten -100 (d.h. alle Befragten schätzen die derzeitige Lage sehr schlecht ein bzw. erwarten eine deutliche Verschlechterung) und +100 (d.h. alle Befragten schätzen die Lage sehr gut ein bzw. erwarten eine deutliche Verbesserung) schwanken.

Damit wird das Stimmungsbild der Bevölkerung zur finanziellen Situation nicht nur punktuell veranschaulicht, sondern auch langfristig vergleichbar gemacht.

# Beispielrechnungen für das TeamBank-Liquiditätsbarometer

Skala (Punktwert)		Extrem schlechte Stimmung		Eher schlechte Stimmung		Neutrale Stimmung		Eher gute Stimmung		Extrem gute Stimmung	
Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5	Frage 3	Frage 5
Sehr gut (1 P)	Deutlich besser (1 P)	0 %	0 %	5 %	5 %	25 %	25 %	25 %	25 %	100 %	100 %
Gut (0,5 P)	Etwas besser (0,5 P)	0 %	0 %	20 %	20 %	25 %	25 %	50 %	50 %	0 %	0 %
Weniger gut (-0,5 P)	Etwas schlechter (-0,5 P)	0 %	0 %	50 %	50 %	25 %	25 %	20 %	20 %	0 %	0 %
Schlecht (-1 P)	Deutlich schlechter (-1 P)	100 %	100 %	25 %	25 %	25 %	25 %	5 %	5 %	0 %	0 %
Saldo		-100	-100	-35	-35	0	0	35	35	100	100
Stimmung		100		165		200		235		300	
Index		-100		-35		0		35		100	

- Berechnung des Saldos:
 
$$\text{Saldo (F3)} = (\text{Sehr gut} + \text{Gut}) - (\text{Weniger gut} + \text{Schlecht})$$

$$\text{Saldo (F5)} = (\text{Deutlich besser} + \text{Etwas besser}) - (\text{Etwas schlechter} + \text{Deutlich schlechter})$$
- Berechnung der Stimmung
 
$$\text{Stimmung} = \sqrt{(\text{Saldo (F3)} + 200) (\text{Saldo (F5)} + 200)}$$
- Berechnung des Index
 
$$\text{Index} = (\text{Stimmung} - 200)$$

# Management Summary

# Management Summary

Die finanzielle Stimmung in Deutschland hat sich im Jahr 2025 spürbar eingetrübt. Der **Liquiditätsindex 2025** verzeichnet einen deutlichen **Rückgang** und liegt mit 9,0 Punkten um 2,5 Punkte unter dem Vorjahreswert im Juli 2024. Der seit Januar 2023 anhaltende positive Trend konnte sich nicht fortsetzen (S. 11). Besonders betroffen sind ältere Generationen: **Bei den über 50-Jährigen verschlechtert sich die finanzielle Stimmung** um 0,75 Punkte (S. 12). Jüngere unter 30 Jahren erleben zwar ebenfalls eine Verschlechterung im Vergleich zur Vorwelle, bleiben jedoch über dem Niveau von Februar 2024 (S. 13). Auch **regional zeigen sich deutliche Unterschiede**: Während Berlin mit 16,0 Punkten, trotz des rückläufigen Trends, weiterhin den höchsten Indexwert aufweist, verzeichnet Niedersachsen mit einem Minus von 13,0 Punkten den stärksten Rückgang. Die Schlusslichter bilden Sachsen-Anhalt (-3,5) und Thüringen (-6,0) (S. 14).

Trotz der spürbaren Einbußen bewerten knapp zwei Drittel der Deutschen ihre **aktuelle finanzielle Lage** weiterhin als gut oder sehr gut – allerdings mit einem Minus von vier Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (S. 22). Der **Blick in die Zukunft bleibt verhalten**: Nur ein Drittel rechnet mit einer Verbesserung der finanziellen Situation in den nächsten drei bis fünf Jahren, wobei insbesondere die über 50-Jährigen wenig Vertrauen in eine positive Entwicklung haben (S. 25, S. 26).

Dennoch planen mehr als drei Viertel der Deutschen, in den nächsten zwölf Monaten **Geld für Freizeitaktivitäten, Reisen oder größere Anschaffungen** auszugeben (S. 16). Vor allem **Jüngere zeigen sich konsumfreudig**, sparen dafür aber vermehrt an finanzieller Unterstützung für Angehörige (S. 17). In Berlin ist die Konsumlaune besonders hoch: So investieren die Bewohnerinnen und Bewohner der Hauptstadt vergleichsweise viel in Aktivitäten und Anschaffungen (S. 18).

Die anhaltend hohe Inflation zwingt viele Menschen aber auch zu **Einsparungen**: Sieben von zehn Deutschen reduzieren geplante Ausgaben oder verzichten ganz darauf. Besonders betroffen sind Restaurantbesuche, die als entbehrliche Ausgaben gesehen werden (S. 19). Wenn gespart werden muss, setzen viele Deutsche klare Prioritäten. 52 Prozent würden **beim Kauf von Kleidung und Schuhen Abstriche** machen, während zwei Drittel seltener ins Restaurant gehen würden (S. 50). **Zusätzliche finanzielle Mittel** werden dagegen vorrangig **für Rücklagen für besondere Anschaffungen** verwendet (S. 53).

Trotz der wirtschaftlichen Unsicherheiten haben viele Deutsche einen **guten Überblick über ihre Finanzen**. Rund die Hälfte weiß, wie viel Geld ihnen nach Abzug aller Fixkosten monatlich zur Verfügung steht (S. 27) und welchen Betrag sie für unvorhergesehene Ausgaben nutzen kann (S. 34). Allerdings gibt ein Drittel der Befragten an, dass ihr **frei verfügbares Budget** in den letzten zwölf Monaten gesunken ist (S. 30). Besonders betroffen sind Haushalte mit einem Einkommen unter 2.000 Euro (S. 32). Rund 20 Prozent der Deutschen verfügen für Notfälle über weniger als 500 Euro (S. 37).

# Management Summary

Da größere Anschaffungen nicht immer aus eigenen Rücklagen finanziert werden können, greifen viele Menschen auf **verschiedene Finanzierungsformen** zurück. Neben dem **Kauf auf Rechnung sind Ratenkäufe, Dispokredite und Darlehen** weit verbreitet. Mehr als drei Viertel der Bevölkerung haben schon einmal eine Fremdfinanzierung in Anspruch genommen (S. 43). Während unter 50-Jährige häufiger auf Kredite von Freunden oder Verwandten zurückgreifen, bevorzugen Ältere klassische Finanzierungsformen (S. 44). Trotz der weit verbreiteten Nutzung **fühlen sich viele Menschen unwohl bei der Aufnahme von Krediten**. Die Mehrheit der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger nutzt Finanzierungen **nur in wichtigen Ausnahmefällen**. Für rund die Hälfte der Befragten kommt eine Kreditaufnahme nur infrage, wenn sie finanziell **ausreichend abgesichert** sind (S. 46).

Ein entscheidender Faktor für den sicheren Umgang mit Geld ist die **Finanzbildung**. Rund ein Drittel der Deutschen schätzt **das eigene Finanzwissen als gut oder sehr gut** ein. Dabei fühlen sich Männer besonders sicher im Umgang mit Geld (S. 40). Dennoch ist der **Wunsch nach mehr Finanzbildung** groß: Viele wünschen sich, dass bereits in der Schule ein besseres Verständnis für den Umgang mit Geld vermittelt wird, um Überschuldung vorzubeugen (S. 42).

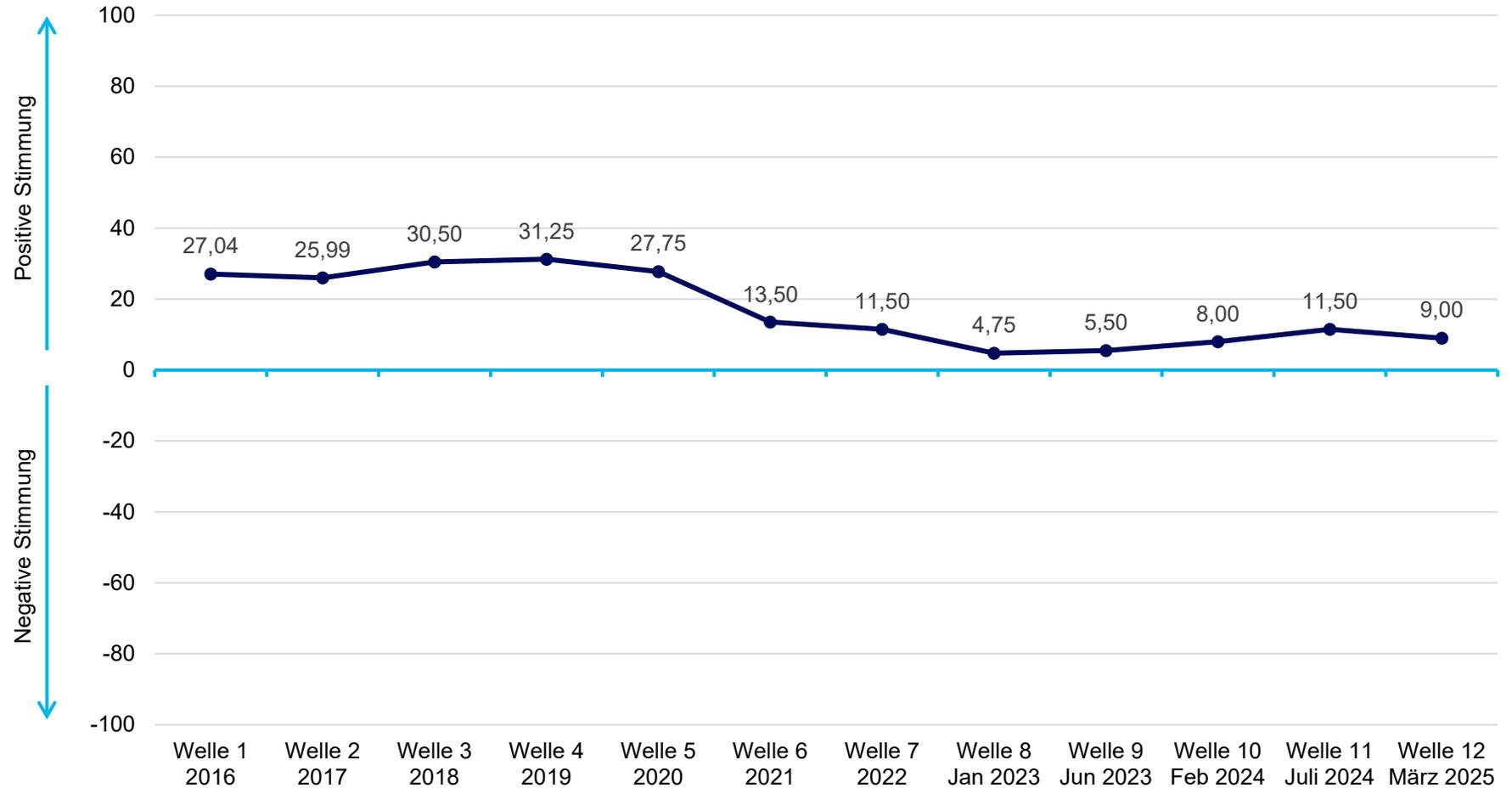
Wenn es um **Nachhaltigkeit beim Konsumverhalten** geht, sieht die überwiegende Mehrheit der deutschen Bevölkerung eine **sozial-ökonomische Verantwortung** eher **bei den Unternehmen und dem Staat** als bei sich selbst (S. 56). Dennoch beeinflussen Nachhaltigkeitsaspekte zunehmend den Alltag vieler Menschen. Für die meisten Deutschen zeigt sich ihr **Beitrag zum Klimaschutz** vor allem in praktischen Maßnahmen wie Mülltrennung und Recycling. Darüber hinaus gehört auch die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung sowie das bewusste Sparen von Wasser und Heizenergie für rund drei Viertel der Bevölkerung zum Alltag (S. 59).

Zwei Drittel der Deutschen kaufen zudem **gebrauchte und wiederaufbereitete Artikel anstelle von Neuware** oder können sich vorstellen, dies in Zukunft zu tun (S. 60). Vor allem unter 30-Jährige wollen so in Zukunft **bewusst nachhaltiger konsumieren**. Ältere Generationen stehen dem Kauf von Gebrauchtgütern dagegen skeptischer gegenüber und sehen darin weniger Nutzen (S. 63). Dem entsprechend ist diese Altersgruppe beim Gebrauchtgüterkauf auch eher zurückhaltend, während Jüngere sich besonders für Second-Hand-Kleidung und gebrauchte Elektrogeräte interessieren (S. 66). Allerdings ist Nachhaltigkeit alleine kein Kaufmotiv für gebrauchte Produkte. Für die meisten steht weiterhin der finanzielle Vorteil im Vordergrund. (S. 69).

# Das TeamBank- Liquiditätsbarometer

# Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Gesamtbevölkerung

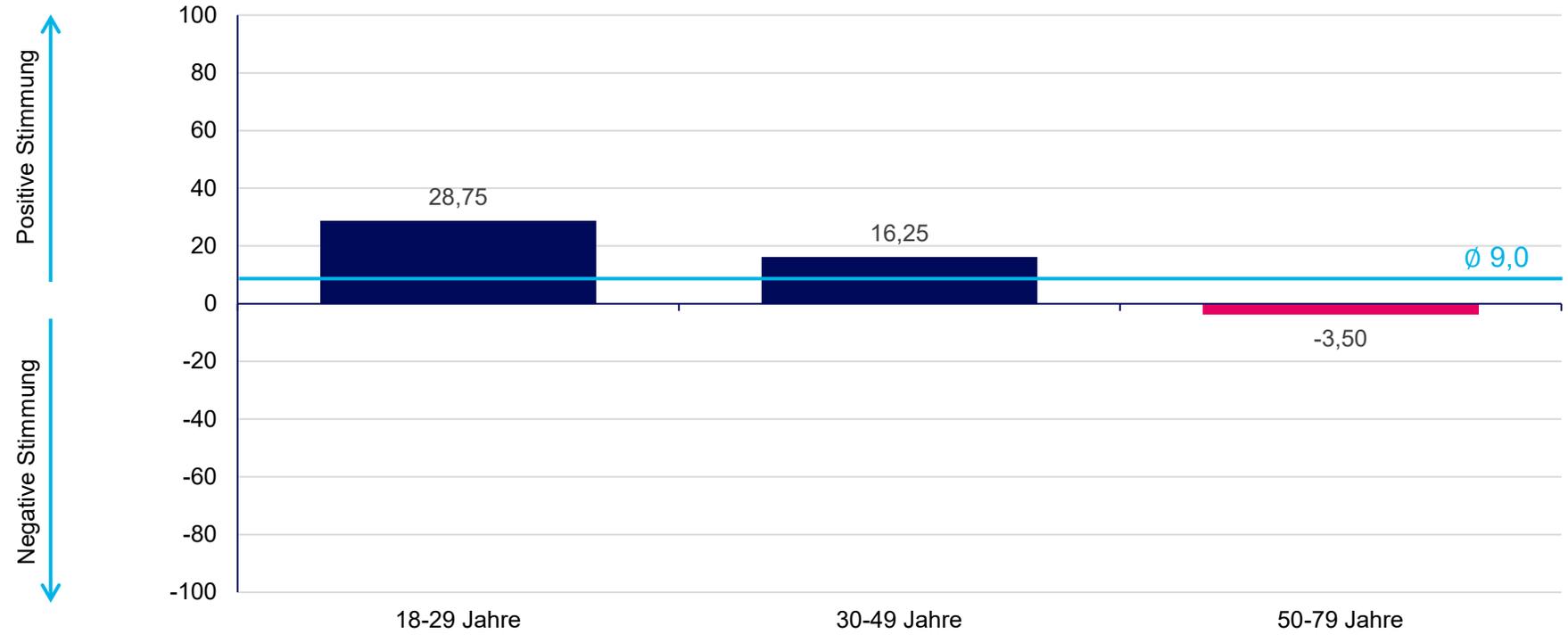
Mit 9,0 Punkten verschlechtert sich der Liquiditätsindex 2025 gegenüber dem Vorjahr um 2,50 Punkte. Der Aufwärtstrend seit Januar 2023 konnte nicht fortgesetzt werden.



Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?  
 Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung, eigene Berechnung)

# Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Generationenvergleich

In allen Altersgruppen sinkt der Indexwert. Bei den über 50-Jährigen verschärft sich die negative Stimmung mit einem Minus von 0,75 Punkten noch einmal.

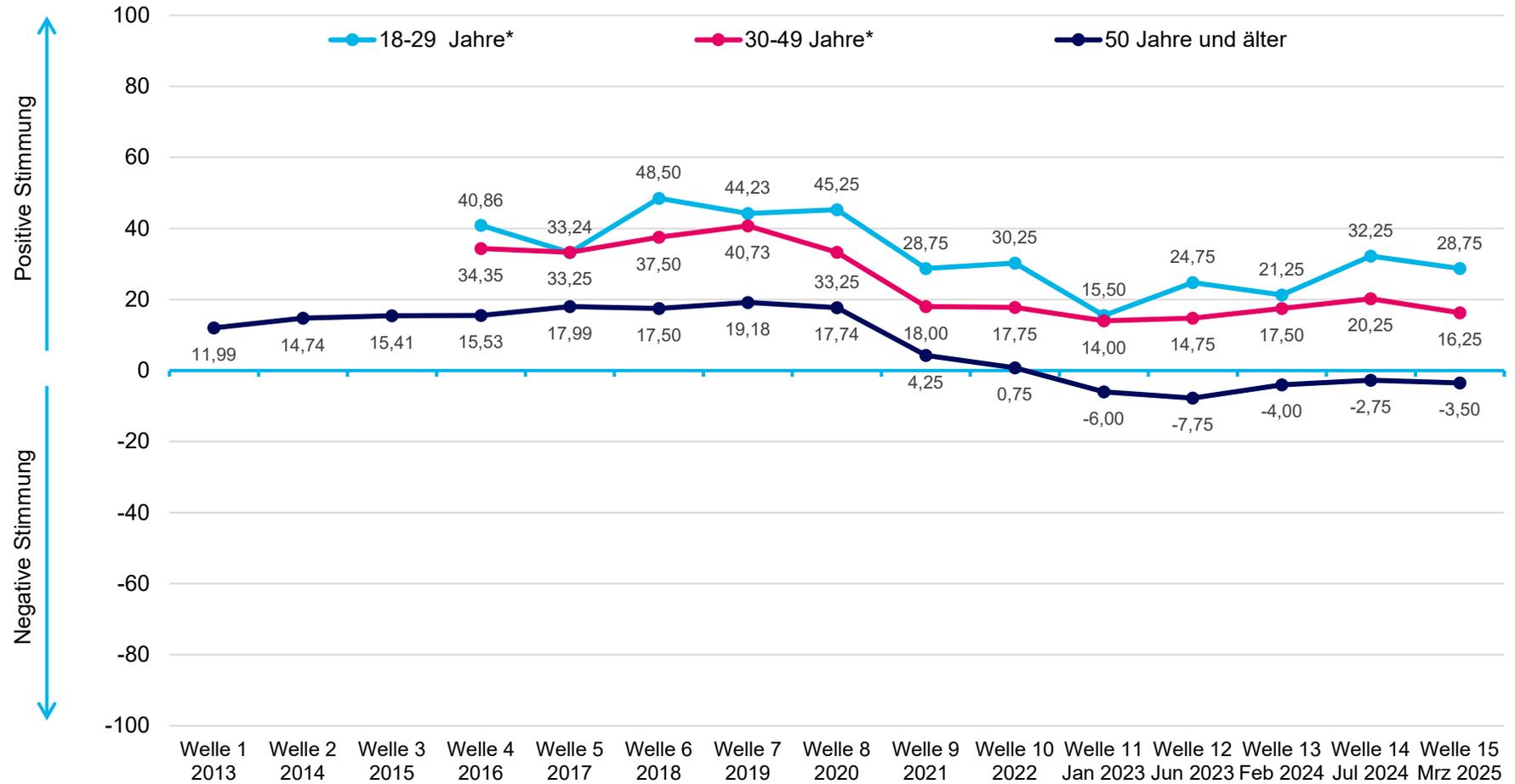


	18-29 Jahre	30-49 Jahre	50-79 Jahre
Juli 2024	32,25	20,25	-2,75
Veränderung	-3,50	-4,00	-0,75

Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?  
 Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung, eigene Berechnung)

# Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Generationenvergleich\*

In allen drei Altersgruppen hat sich die Einschätzung der Liquiditätssituation im Vergleich zur Vorwelle verschlechtert. In der Gruppe der unter 30-Jährigen liegt der Index jedoch noch relativ deutlich über dem Vorjahresniveau im Februar 2024.



Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?  
 Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung, eigene Berechnung)

\* Werte vor 2016 nicht verfügbar

# Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Regionalvergleich

Mit 16,0 Punkten ist der Liquiditätsindex in Berlin am höchsten. Den stärksten Rückgang verzeichnet Niedersachsen mit einem Minus von 13,0 Punkten. Die Schlusslichter bilden die Bundesländer Sachsen-Anhalt und Thüringen mit Indexwerten von -3,50 bzw. -6,00.



Land	Juli 24	März 25	Δ	Land	Juli 24	März 25	Δ
Berlin	22,5	16,00	-6,50	Schleswig-Holstein	13,75	7,25	-6,50
Hessen	16,75	15,50	-1,25	Mecklenburg-Vorpommern	5,25	7,25	+2,00
Bayern	9,5	14,00	+4,50	Saarland	13,5	7,00	-6,50
Hamburg	21,5	13,75	-7,75	Brandenburg	1,75	4,75	+3,00
Bremen	18,75	13,00	-5,75	Niedersachsen	14,25	1,25	-13,00
Baden-Württemberg	10,25	12,50	+2,25	Sachsen	4,5	1,00	-3,50
Nordrhein-Westfalen	10,75	8,75	-2,00	Sachsen-Anhalt	0,5	-3,50	-4,00
Rheinland-Pfalz	7,5	7,75	+0,25	Thüringen	3,25	-6,00	-9,25

Veränderung in Prozentpunkten

Bundesweit: Ø 9,00  
(Juli 2024: Ø 11,50)

### Liquiditätsindex

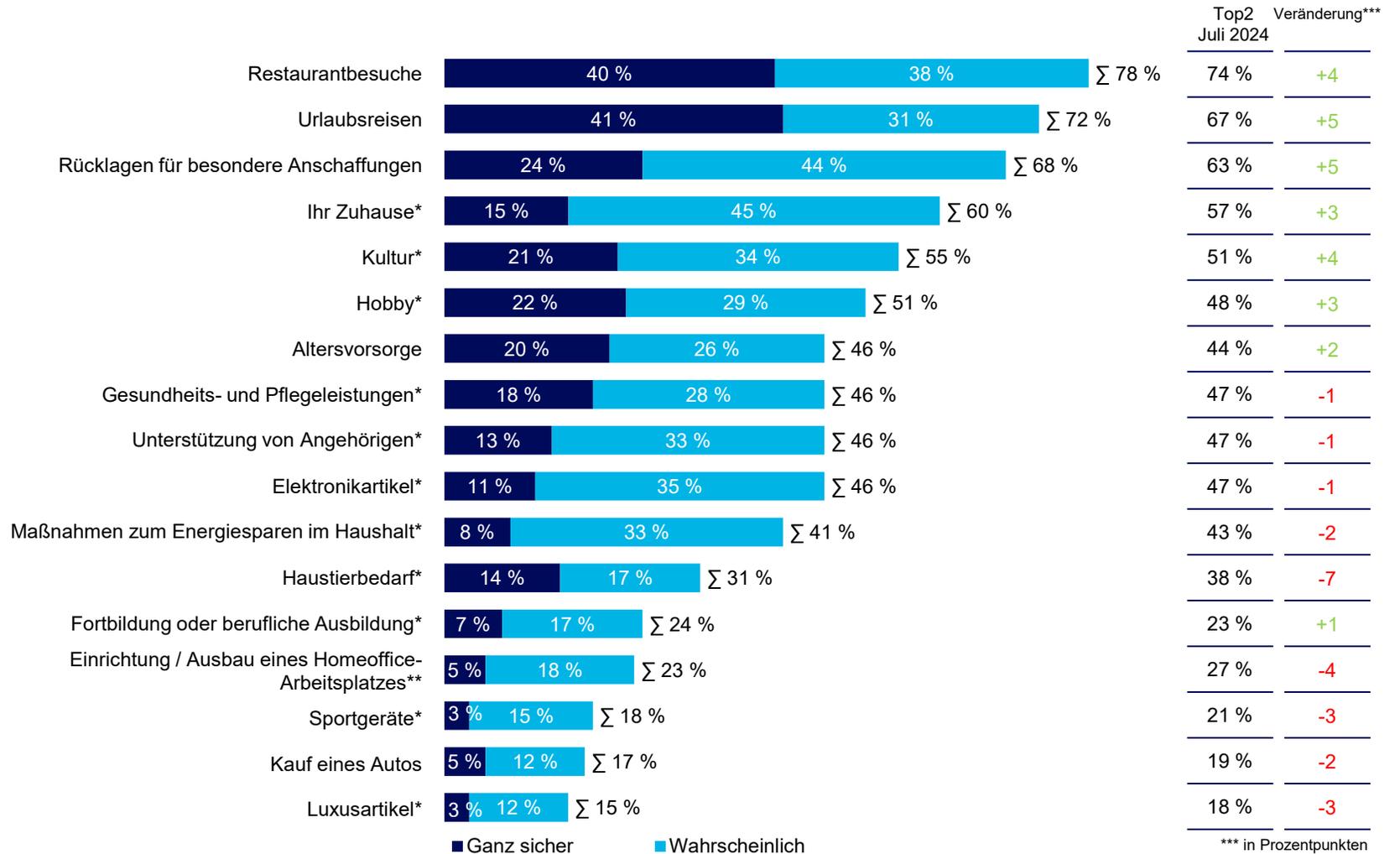
- unter 4,00
- 4,00 bis unter 8,00
- 8,00 bis unter 12,00
- 12,00 und mehr

Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?  
Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung, eigene Berechnung)

# Ausgabepläne

# Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

Mehr als drei Viertel der Deutschen sind optimistisch, in den nächsten zwölf Monaten Geld für Restaurantbesuche auszugeben. Aber auch Urlaubsreisen und die Bildung von Rücklagen für besondere Anschaffungen stehen ganz oben auf der Liste der geplanten Ausgaben. Auch in die Altersvorsorge soll künftig etwas mehr investiert werden.



Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten zwölf Monaten in den folgenden Bereichen Geld ausgeben werden?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Ganz sicher / Wahrscheinlich / Wahrscheinlich nicht / Auf keinen Fall; dargestellt: Top 2)

\* Es wurden Beispiele genannt.  
 \*\* Nur an derzeit Berufstätige, N = 1.888

# Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

Zwar wollen die unter 30-Jährigen vermehrt auf Ausgaben für die Unterstützung von Angehörigen verzichten. Dennoch zeigt sich gerade bei den Jüngeren eine besonders hohe Ausgabebereitschaft.

Ganz sicher + Wahrscheinlich	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Restaurantbesuche	78 %	85 %	82 %	73 %
Urlaubsreisen	72 %	79 %	76 %	67 %
Rücklagen für besondere Anschaffungen	68 %	72 %	72 %	65 %
Ihr Zuhause*	60 %	70 %	65 %	55 %
Kultur*	55 %	71 %	57 %	49 %
Hobby*	51 %	66 %	62 %	39 %
Altersvorsorge	46 %	53 %	57 %	37 %
Gesundheits- und Pflegeleistungen*	46 %	46 %	45 %	47 %
Unterstützung von Angehörigen*	46 %	31 %	49 %	49 %
Elektronikartikel*	46 %	56 %	53 %	38 %
Maßnahmen zum Energiesparen im Haushalt*	41 %	41 %	42 %	41 %
Haustierbedarf*	31 %	31 %	36 %	28 %
Fortbildung oder berufliche Ausbildung*	24 %	42 %	31 %	12 %
Einrichtung / Ausbau eines Homeoffice-Arbeitsplatzes**	23 %	39 %	25 %	11 %
Sportgeräte*	18 %	26 %	24 %	11 %
Kauf eines Autos	17 %	18 %	22 %	14 %
Luxusartikel*	15 %	24 %	22 %	8 %

Veränderung zu Juli 2024***		
18-29	30-49	50-79
+6	+7	+3
+10	+2	+5
+10	+6	+4
+8	+3	+3
+12	+1	+5
+6	+5	+2
+4	±0	+3
-1	-4	+1
-11	-3	+3
-1	-3	-1
-8	-5	+3
-11	-11	-2
-3	-6	+1
-2	-8	-2
-11	-5	-2
-12	-5	±0
-13	-4	-1

Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten zwölf Monaten in den folgenden Bereichen Geld ausgeben werden?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Ganz sicher / Wahrscheinlich / Wahrscheinlich nicht / Auf keinen Fall; dargestellt: Top 2)  
 \* Es wurden Beispiele genannt.  
 \*\* Nur an derzeit Berufstätige, N = 1.888

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

\*\*\* in Prozentpunkten

# Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

In Berlin ist die Motivation der Menschen für Ausgaben in den verschiedenen Bereichen besonders hoch.

Ganz sicher + Wahrscheinlich	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl gewichtet)	3.050	106	69	293	25	655	232	151	36	407	487	59	137	92	79	145	77
Restaurantbesuche	78 %	80 %	75 %	78 %	79 %	77 %	82 %	72 %	73 %	79 %	81 %	72 %	82 %	72 %	69 %	74 %	76 %
Urlaubsreisen	72 %	71 %	71 %	67 %	73 %	74 %	75 %	66 %	64 %	73 %	73 %	65 %	79 %	73 %	69 %	72 %	70 %
Rücklagen für besondere Anschaffungen	68 %	71 %	66 %	63 %	67 %	71 %	66 %	73 %	69 %	66 %	70 %	72 %	73 %	68 %	73 %	64 %	65 %
Ihr Zuhause*	60 %	66 %	64 %	60 %	61 %	57 %	62 %	60 %	65 %	61 %	63 %	59 %	71 %	61 %	61 %	58 %	64 %
Kultur*	55 %	58 %	67 %	42 %	63 %	59 %	59 %	40 %	52 %	58 %	55 %	48 %	72 %	58 %	48 %	61 %	51 %
Hobby*	51 %	50 %	60 %	50 %	61 %	51 %	56 %	43 %	49 %	50 %	58 %	43 %	59 %	42 %	39 %	45 %	45 %
Altersvorsorge	46 %	47 %	53 %	38 %	55 %	44 %	49 %	47 %	42 %	50 %	50 %	39 %	52 %	43 %	38 %	46 %	36 %
Gesundheits- und Pflegeleistungen*	46 %	46 %	48 %	41 %	56 %	40 %	54 %	39 %	41 %	50 %	49 %	41 %	55 %	51 %	43 %	48 %	47 %
Unterstützung von Angehörigen*	46 %	40 %	42 %	42 %	39 %	42 %	51 %	45 %	53 %	45 %	49 %	51 %	47 %	52 %	53 %	50 %	53 %
Elektronikartikel*	46 %	45 %	50 %	40 %	44 %	45 %	51 %	40 %	48 %	46 %	48 %	39 %	57 %	49 %	43 %	41 %	44 %
Maßnahmen zum Energiesparen im Haushalt*	41 %	43 %	44 %	41 %	39 %	39 %	49 %	37 %	42 %	39 %	41 %	33 %	51 %	41 %	42 %	34 %	40 %
Haustierbedarf*	31 %	32 %	39 %	29 %	23 %	30 %	34 %	28 %	37 %	23 %	32 %	35 %	45 %	37 %	34 %	35 %	33 %
Fortbildung oder berufliche Ausbildung*	24 %	21 %	36 %	20 %	35 %	20 %	26 %	21 %	15 %	27 %	28 %	18 %	37 %	20 %	15 %	17 %	17 %
Einrichtung / Ausbau eines Homeoffice-Arbeitsplatzes**	23 %	22 %	33 %	14 %	28 %	20 %	27 %	22 %	31 %	26 %	23 %	17 %	36 %	23 %	18 %	18 %	18 %
Sportgeräte*	18 %	16 %	26 %	9 %	25 %	20 %	21 %	16 %	13 %	19 %	20 %	13 %	32 %	15 %	13 %	12 %	14 %
Kauf eines Autos	17 %	15 %	21 %	14 %	20 %	13 %	22 %	15 %	16 %	16 %	22 %	20 %	26 %	16 %	13 %	14 %	15 %
Luxusartikel*	15 %	15 %	27 %	10 %	17 %	8 %	22 %	13 %	13 %	17 %	20 %	8 %	30 %	14 %	15 %	13 %	15 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 1: Einmal zu Ihren konkreten finanziellen Plänen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten zwölf Monaten in den folgenden Bereichen Geld ausgeben werden?

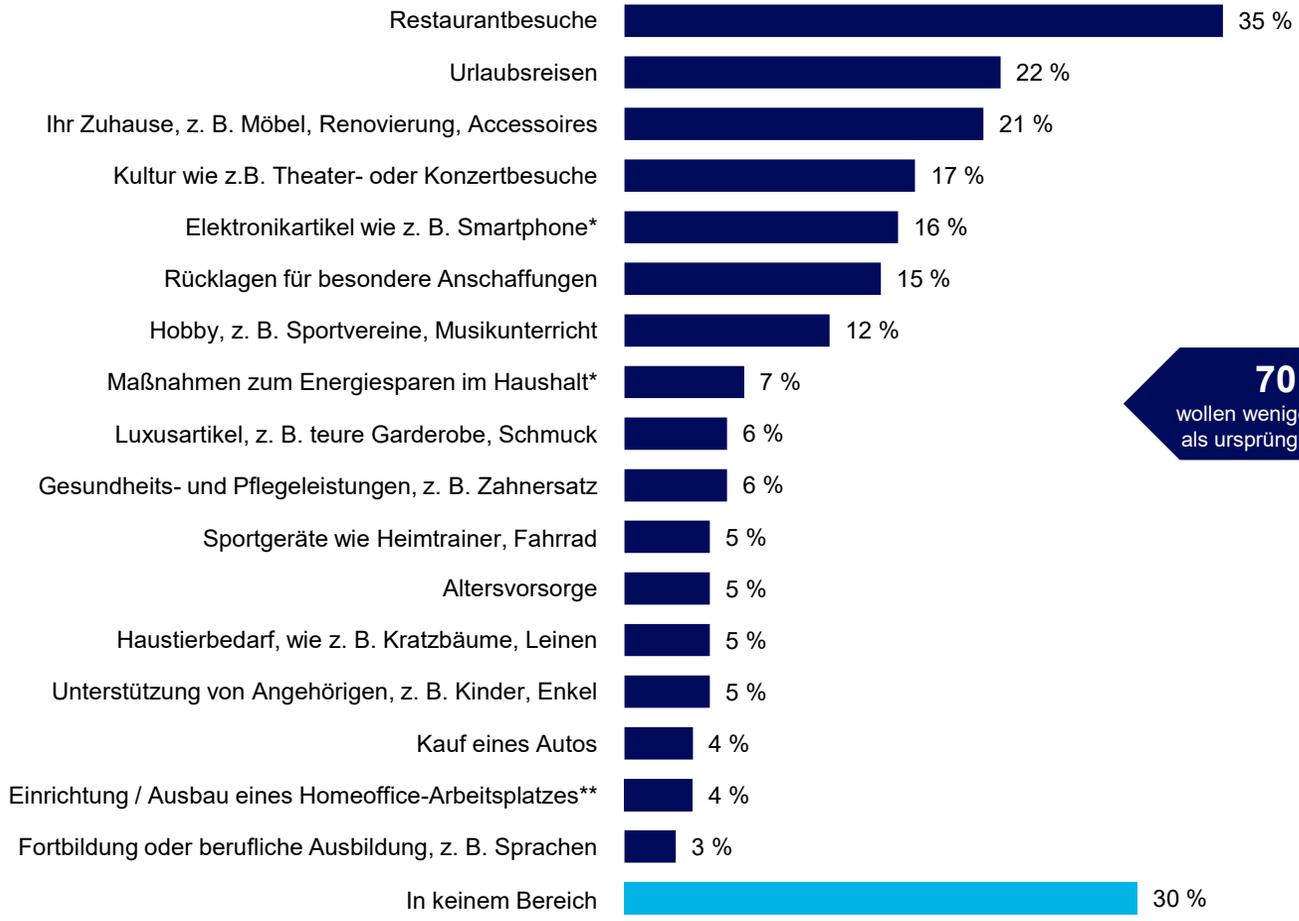
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Ganz sicher/Wahrscheinlich/ Wahrscheinlich nicht/Auf keinen Fall; dargestellt: Top 2)

\* Es wurden Beispiele genannt.

\*\* Nur an derzeit Berufstätige, N = 1.888

# Verzicht auf geplante Ausgaben aufgrund der hohen Preissteigerungen

Sieben von zehn Bundesbürgerinnen und Bundesbürger wollen angesichts der hohen Preissteigerungen auf geplante Ausgaben verzichten. Am stärksten davon betroffen sind Restaurantbesuche.



**70 %**  
wollen weniger ausgeben als ursprünglich geplant.

Juli 2024	Veränderung***
32 %	+3
20 %	+2
17 %	+4
15 %	+2
14 %	+2
13 %	+2
10 %	+2
9 %	-2
6 %	±0
7 %	-1
6 %	-1
5 %	±0
6 %	-1
5 %	±0
5 %	-1
6 %	-2
5 %	-2
30 %	±0

\*\*\* in Prozentpunkten

Frage 2: In welchen Bereichen planen Sie angesichts der hohen Preise weniger auszugeben als ursprünglich geplant bzw. sogar auf ursprünglich geplante Ausgaben komplett zu verzichten?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)  
\* Es wurden Beispiele genannt.  
\*\* Nur an derzeit Berufstätige, N = 1.888

# Verzicht auf geplante Ausgaben aufgrund der hohen Preissteigerungen

Vor allem Haushalte im mittleren Einkommensbereich zwischen 1.000 und 3.000 Euro wollen ihre Ausgaben reduzieren.

Weniger Ausgaben angesichts der hohen Preissteigerungen	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)***				
		Bis unter 1.000	1.000 bis unter 2.000	2.000 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.000	4.000 und mehr
Basis (Fallzahl)	3.050	197	535	589	453	764
Restaurantbesuche	35 %	21 %	34 %	36 %	41 %	36 %
Urlaubsreisen	22 %	17 %	19 %	28 %	25 %	22 %
Ihr Zuhause, z. B. Möbel, Renovierung, Accessoires	21 %	19 %	24 %	26 %	20 %	20 %
Kultur wie z.B. Theater- oder Konzertbesuche	17 %	10 %	17 %	20 %	18 %	15 %
Elektronikartikel wie z. B. Smartphone*	16 %	11 %	17 %	19 %	16 %	17 %
Rücklagen für besondere Anschaffungen	15 %	12 %	18 %	19 %	14 %	15 %
Hobby, z. B. Sportvereine, Musikunterricht	12 %	8 %	13 %	14 %	13 %	13 %
Maßnahmen zum Energiesparen im Haushalt*	7 %	8 %	9 %	9 %	7 %	6 %
Luxusartikel, z. B. teure Garderobe, Schmuck	6 %	1 %	5 %	6 %	6 %	10 %
Gesundheits- und Pflegeleistungen, z. B. Zahnersatz	6 %	3 %	9 %	8 %	4 %	5 %
Sportgeräte wie Heimtrainer, Fahrrad	5 %	6 %	5 %	6 %	6 %	6 %
Altersvorsorge	5 %	4 %	7 %	7 %	6 %	3 %
Haustierbedarf, wie z. B. Kratzbäume, Leinen	5 %	5 %	8 %	5 %	6 %	5 %
Unterstützung von Angehörigen, z. B. Kinder, Enkel	5 %	4 %	8 %	6 %	5 %	4 %
Kauf eines Autos	4 %	2 %	3 %	5 %	3 %	5 %
Einrichtung / Ausbau eines Homeoffice-Arbeitsplatzes**	4 %	1 %	3 %	4 %	5 %	7 %
Fortbildung oder berufliche Ausbildung, z. B. Sprachen	3 %	1 %	4 %	5 %	2 %	4 %
In keinem Bereich	30 %	37 %	25 %	24 %	29 %	33 %

Frage 2: In welchen Bereichen planen Sie angesichts der hohen Preise weniger auszugeben als ursprünglich geplant bzw. sogar auf ursprünglich geplante Ausgaben komplett zu verzichten?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

\* Es wurden Beispiele genannt.

\*\* Nur an derzeit Berufstätige, N = 1.888

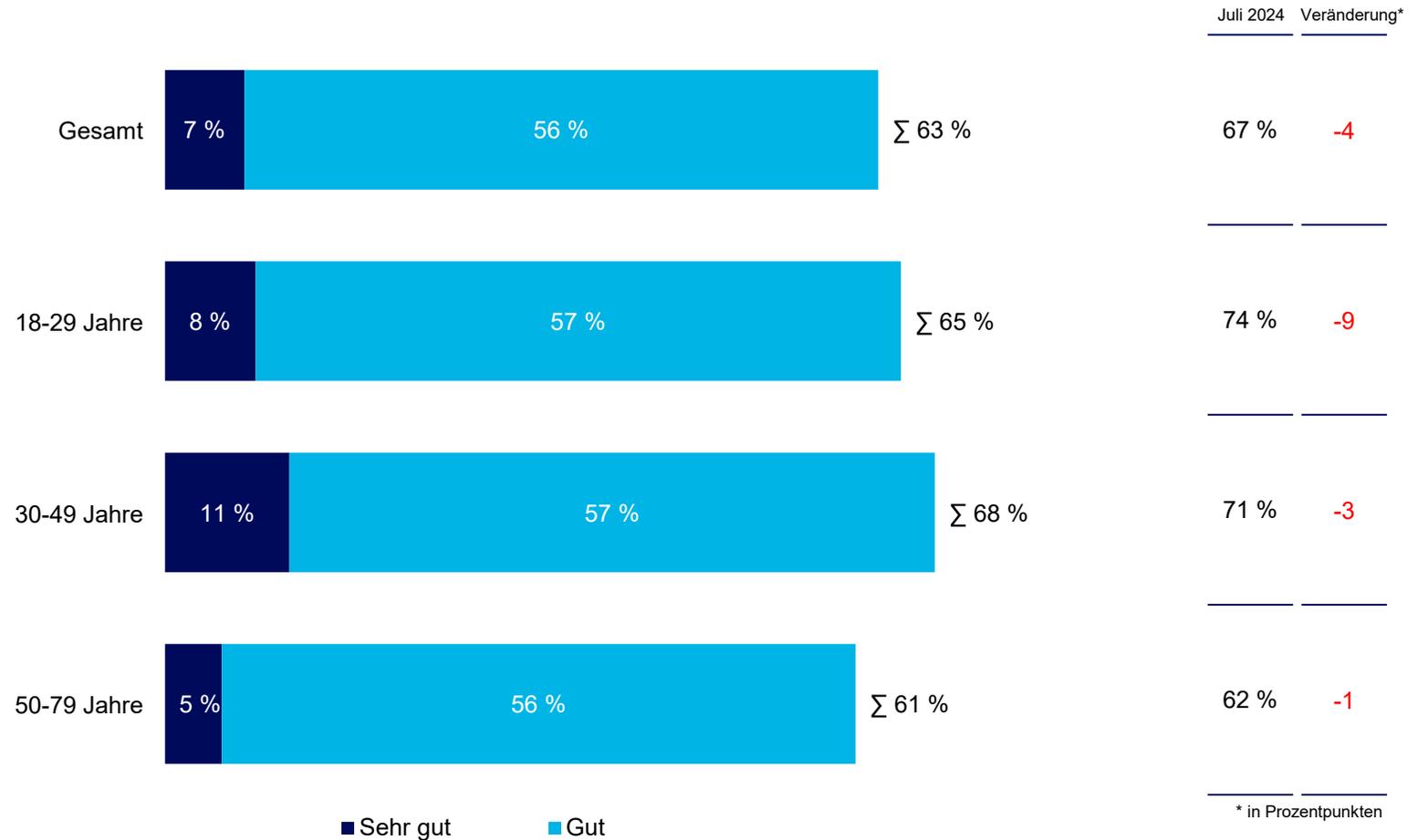
\*\*\* ohne 'keine Angabe'

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert  
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Liquiditätssituation

# Derzeitige finanzielle Lage

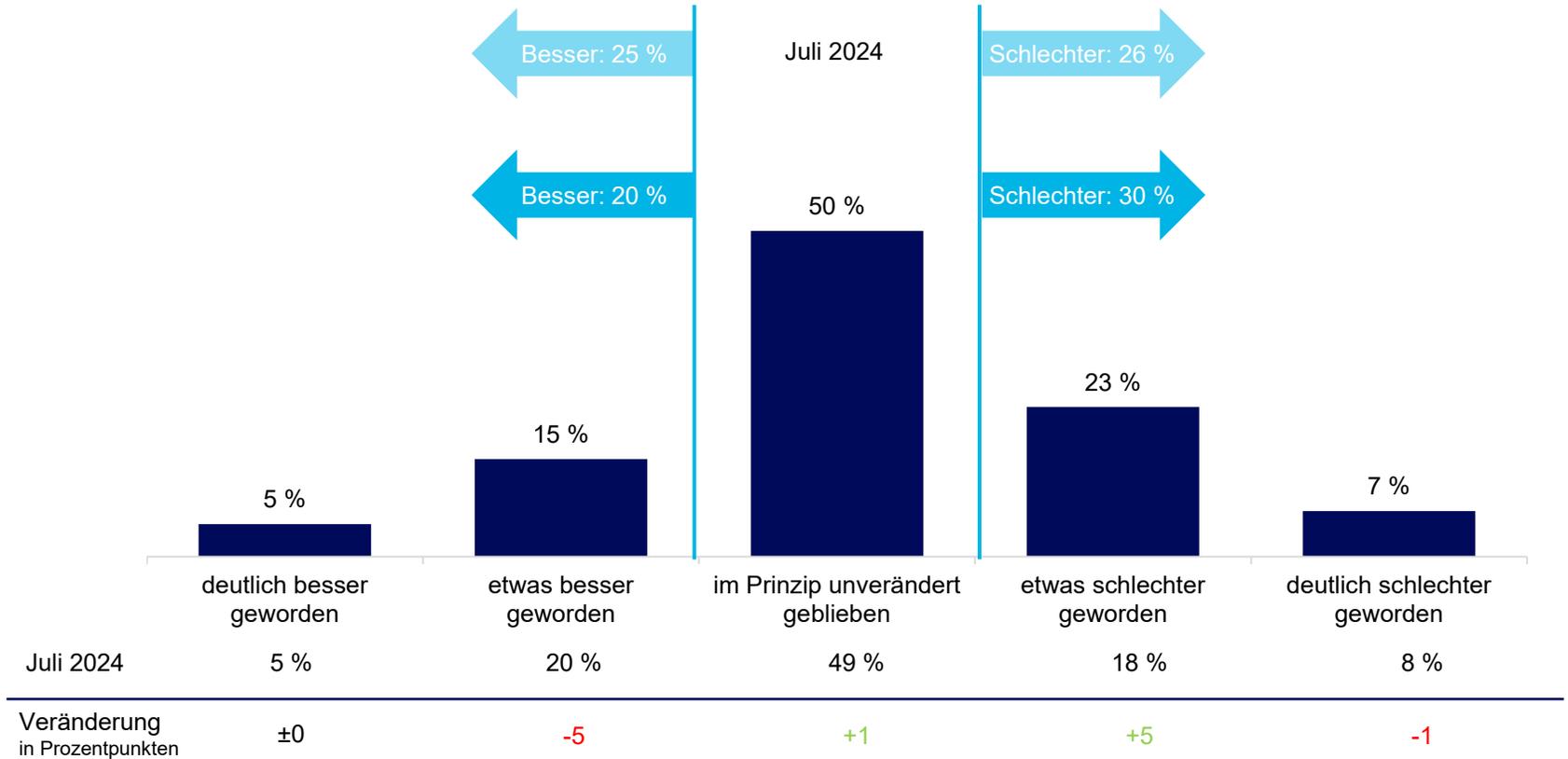
Knapp zwei Drittel der Deutschen bezeichnen ihre aktuelle finanzielle Situation als gut oder sehr gut, das sind vier Prozent weniger als im Vorjahr. Vor allem die unter 30-Jährigen schätzen ihre finanzielle Lage schlechter ein als im Vorjahr.



Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung: Sehr gut / Gut / Weniger gut / Schlecht; dargestellt: Top 2)

# Veränderung der finanziellen Lage

Die finanzielle Lage der Bürgerinnen und Bürger in Deutschland hat sich in den letzten zwölf Monaten per Saldo weiter verschlechtert.



Frage 4: Inwieweit hat sich Ihre finanzielle Situation verändert? Ist sie in den letzten zwölf Monaten...  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Veränderung der finanziellen Lage

Insbesondere bei Älteren ab 50 Jahren hat sich die finanzielle Situation in den letzten zwölf Monaten eher verschlechtert als verbessert. Die unter 50-Jährigen bewerten die Entwicklung dagegen etwas weniger negativ.

Veränderung der finanziellen Situation in den letzten 12 Monaten	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
deutlich besser geworden	5 %	10 %	7 %	2 %
etwas besser geworden	15 %	26 %	20 %	8 %
im Prinzip unverändert geblieben	50 %	43 %	46 %	56 %
etwas schlechter geworden	23 %	16 %	19 %	27 %
deutlich schlechter geworden	7 %	5 %	8 %	7 %
Σ deutlich + etwas besser geworden	20 % (-5)	36 % (-7)	27 % (-8)	10 % (-2)
im Prinzip unverändert geblieben	50 % (+1)	43 % (±0)	46 % (+5)	56 % (±0)
Σ etwas + deutlich schlechter geworden	30 % (+4)	21 % (+7)	27 % (+3)	34 % (+2)

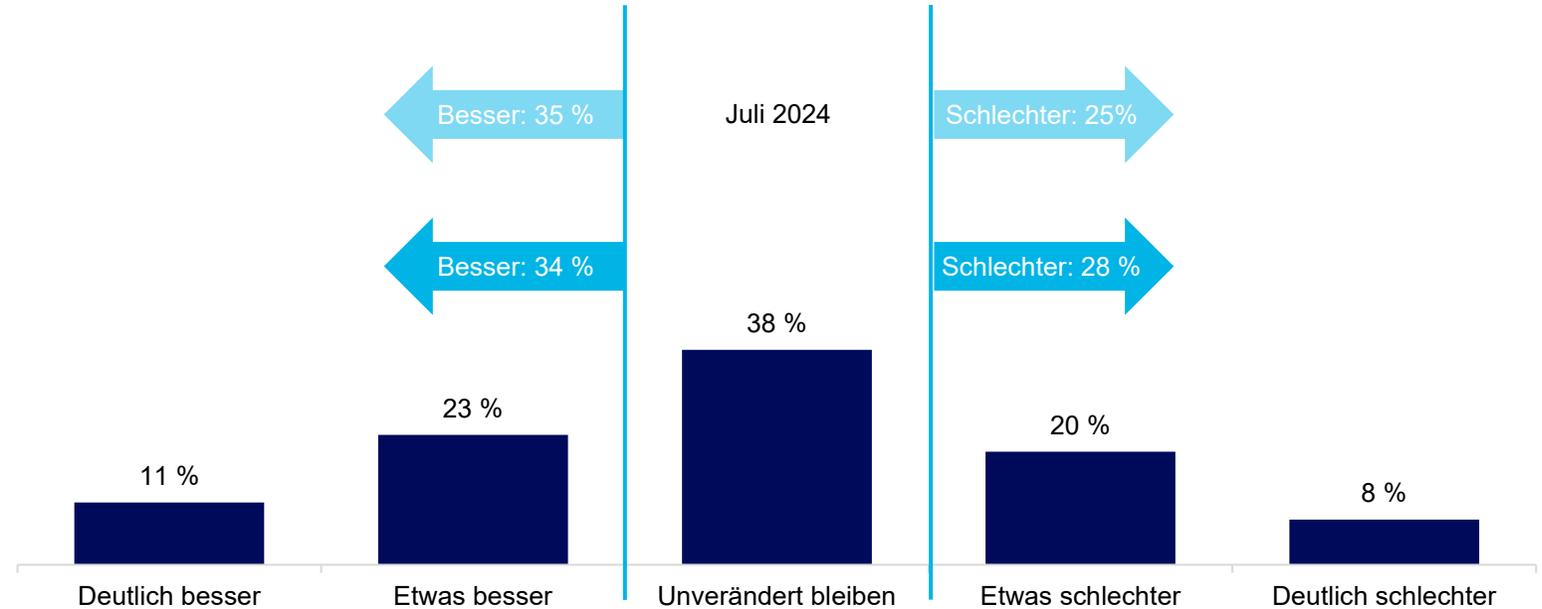
In Klammern: Veränderungen zu Juli 2024 in Prozentpunkten

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 4: Inwieweit hat sich Ihre finanzielle Situation verändert? Ist sie in den letzten zwölf Monaten...  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Zukünftige finanzielle Situation

Ein Drittel der Deutschen geht davon aus, dass sich ihre finanzielle Situation in den nächsten drei bis fünf Jahren verbessern wird. Damit ist der Anteil der Optimistinnen und Optimisten gegenüber 2024 nahezu unverändert geblieben.



	Deutlich besser	Etwas besser	Unverändert bleiben	Etwas schlechter	Deutlich schlechter
Juli 2024	8 %	27 %	40 %	16 %	9 %
Veränderung in Prozentpunkten	+3	-4	-2	+4	-1

Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Zukünftige finanzielle Situation

Über 50-Jährige schätzen die Entwicklung ihrer finanziellen Situation deutlich pessimistischer ein als die jüngeren Bundesbürgerinnen und Bundesbürger.

Finanzielle Situation in drei bis fünf Jahren wird...	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
deutlich besser	11 %	34 %	10 %	3 %
etwas besser	23 %	29 %	33 %	13 %
im Prinzip unverändert	38 %	26 %	35 %	44 %
etwas schlechter	20 %	9 %	15 %	27 %
deutlich schlechter	8 %	3 %	6 %	12 %
Σ deutlich + etwas besser	34 % (-1)	62 % (+3)	44 % (-4)	17 % (±0)
im Prinzip unverändert	38 % (-2)	26 % (-6)	35 % (+1)	44 % (-2)
Σ etwas + deutlich schlechter	28 % (+3)	12 % (+3)	21 % (+3)	39 % (+2)

In Klammern: Veränderungen zu Juli 2024 in Prozentpunkten

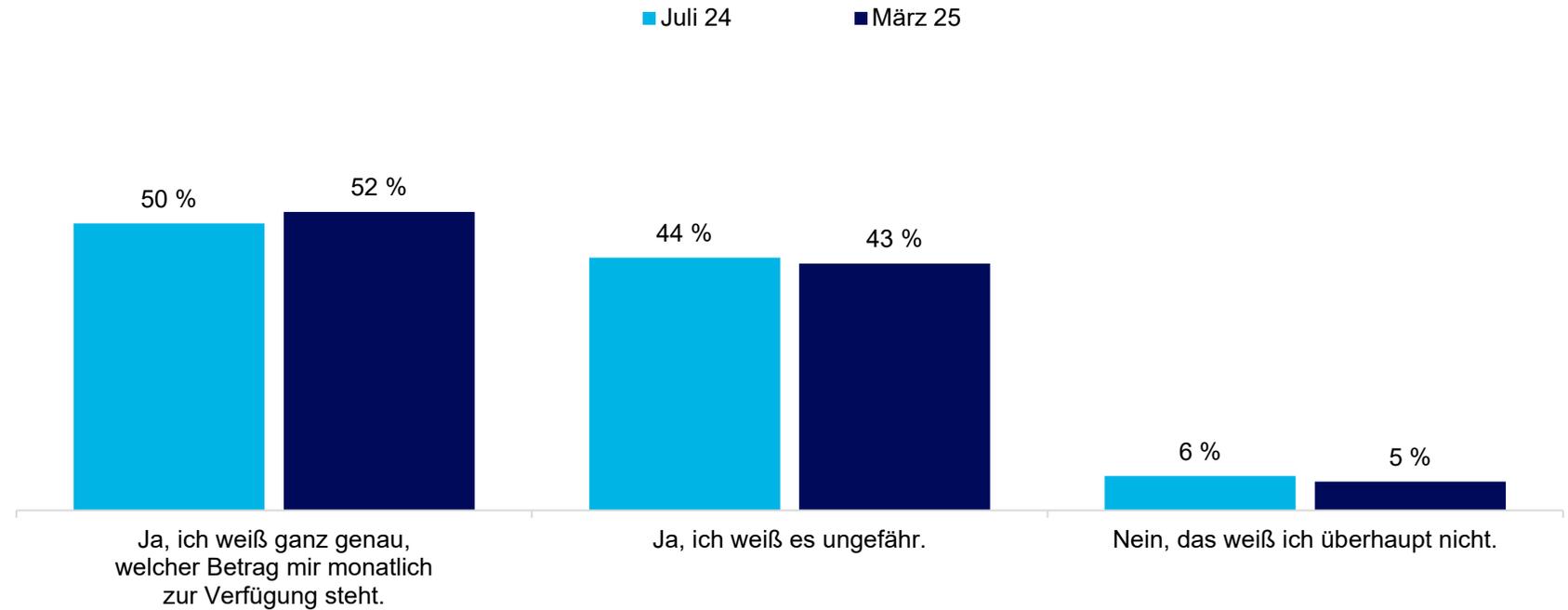
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 5: Wenn Sie einmal an die nächsten drei bis fünf Jahre denken: Was glauben Sie, wie wird Ihre finanzielle Situation dann verglichen mit heute sein?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Kenntnis der frei verfügbaren Mittel

Fast alle Deutschen haben eine genaue oder zumindest ungefähre Vorstellung davon, wie viel Geld ihnen zur Verfügung steht.



Frage 10: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten wie z. B. Miete, Strom, Telekommunikation oder Versicherungen abziehen: Wissen Sie dann ganz genau, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Kenntnis der frei verfügbaren Mittel

Über 50-Jährige wissen vergleichsweise gut darüber Bescheid, über welchen Betrag sie im Monat frei verfügen können.

Kenntnis der frei verfügbaren Mittel	Total	Altersgruppe (Jahre)			Veränderung zu Juli 2024*		
		18-29	30-49	50-79	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.500	532	1.014	1.504			
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir monatlich zur Verfügung steht.	52 %	41 %	48 %	58 %	-1	+3	+3
Ja, ich weiß es ungefähr.	43 %	47 %	46 %	39 %	-1	±0	-2
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	5 %	12 %	6 %	3 %	+2	-3	-1

\* in Prozentpunkten

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 10: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten wie z. B. Miete, Strom, Telekommunikation oder Versicherungen abziehen: Wissen Sie dann ganz genau, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Kenntnis der frei verfügbaren Mittel

Einen besonders guten Überblick über die monatlich frei verfügbaren finanziellen Mittel haben die Menschen in Baden-Württemberg.



Land	Juli 24	März 25	Δ	Land	Juli 24	März 25	Δ
Baden-Württemberg	47 %	60 %	+13	Brandenburg	44 %	53 %	+9
Hamburg	49 %	56 %	+7	Mecklenburg-Vorpommern	55 %	53 %	-2
Rheinland-Pfalz	53 %	56 %	+3	Schleswig-Holstein	51 %	52 %	+1
Sachsen-Anhalt	51 %	56 %	+5	Saarland	46 %	51 %	+5
Niedersachsen	53 %	54 %	+1	Hessen	53 %	50 %	-3
Thüringen	50 %	54 %	+4	Sachsen	52 %	46 %	-6
Bayern	49 %	53 %	+4	Nordrhein-Westfalen	50 %	44 %	-6
Berlin	50 %	53 %	+3	Bremen	38 %	43 %	+5

Veränderung in Prozentpunkten

**Bundesweit 52 %**

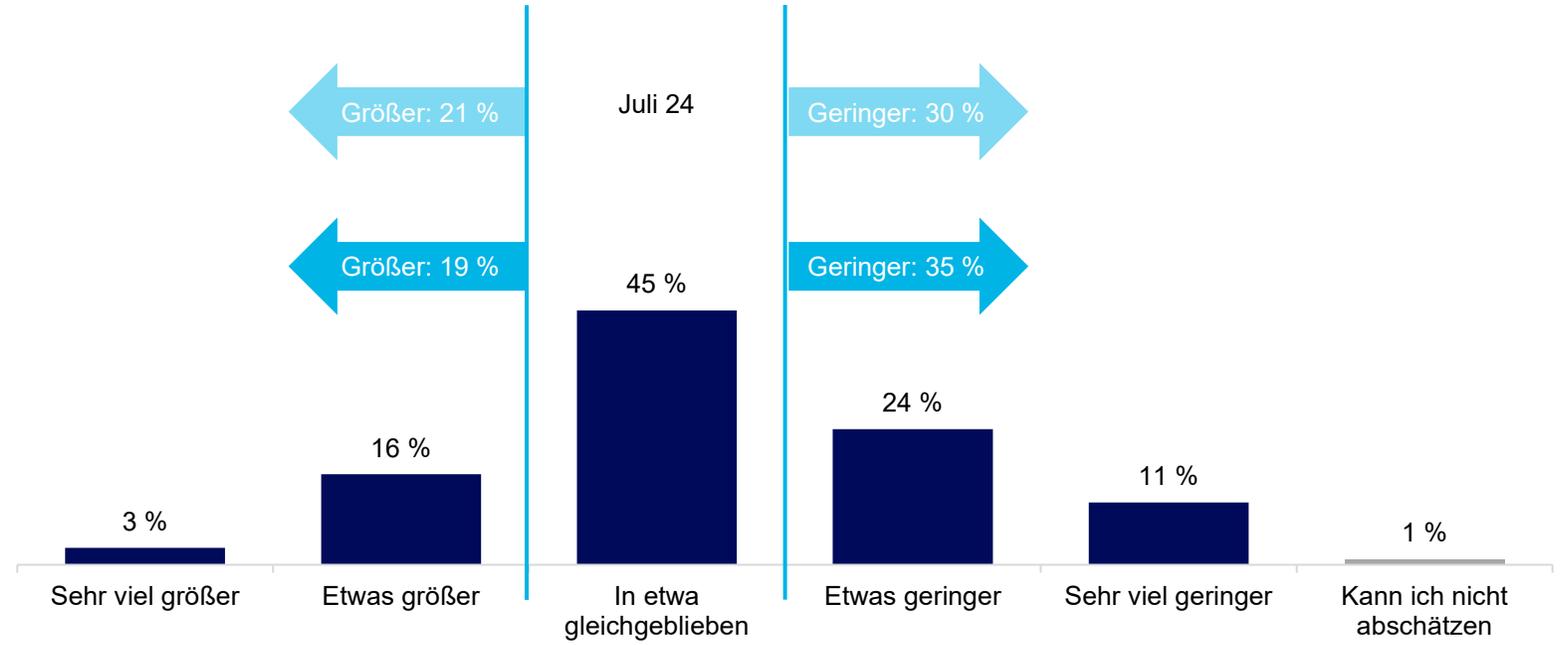
„Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir monatlich zur Verfügung steht.“

- unter 45 %
- 45 % bis unter 50 %
- 50 % bis unter 55 %
- 55 % und mehr

Frage 10: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten wie z. B. Miete, Strom, Telekommunikation oder Versicherungen abziehen: Wissen Sie dann ganz genau, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung, dargestellt: „Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir monatlich zur Verfügung steht.“)

# Finanzübersicht: Veränderung der frei verfügbaren Mittel

Für rund ein Drittel der Deutschen haben sich die finanziellen Mittel, über die sie monatlich frei verfügen können, in den letzten zwölf Monaten verringert. Das sind fünf Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.



	Sehr viel größer	Etwas größer	In etwa gleichgeblieben	Etwas geringer	Sehr viel geringer	Kann ich nicht abschätzen
Juli 2024	3 %	18 %	47 %	19 %	11 %	2 %
Veränderung in Prozentpunkten	±0	-2	-2	+5	±0	-1

Frage 11: Auch wenn Sie nicht wissen, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können: Ist dieser Betrag in den letzten zwölf Monaten sehr viel größer, etwas größer, etwas geringer, sehr viel geringer geworden oder in etwa gleichgeblieben?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Veränderung der frei verfügbaren Mittel

Vor allem ältere Menschen haben derzeit weniger Geld zum Ausgeben zur Verfügung.

Veränderung der frei verfügbaren Mittel	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Sehr viel größer	3 %	8 %	2 %	1 %
Etwas größer	16 %	24 %	22 %	11 %
In etwa gleichgeblieben	45 %	41 %	44 %	47 %
Etwas geringer	24 %	17 %	20 %	28 %
Sehr viel geringer	11 %	10 %	11 %	12 %
Kann ich nicht abschätzen	1 %	0 %	1 %	0 %
<b>Σ Sehr viel größer + Etwas größer</b>	<b>19 % (-2)</b>	<b>31 % (-3)</b>	<b>24 % (-4)</b>	<b>12 % (-1)</b>
In etwa gleichgeblieben	45 % (-2)	41 % (-6)	44 % (+2)	47 % (-3)
<b>Σ Etwas geringer + Sehr viel geringer</b>	<b>35 % (+5)</b>	<b>27 % (+11)</b>	<b>32 % (+5)</b>	<b>41 % (+5)</b>

In Klammern: Veränderungen zu Juli 2024 in Prozentpunkten

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 11: Auch wenn Sie nicht wissen, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können: Ist dieser Betrag in den letzten zwölf Monaten sehr viel größer, etwas größer, etwas geringer, sehr viel geringer geworden oder in etwa gleichgeblieben?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Veränderung der frei verfügbaren Mittel

Etwa jeder dritte Haushalt mit einem Nettoeinkommen von 4.000 Euro und mehr hat monatlich mehr Geld zur freien Verfügung als noch vor zwölf Monaten. Besonders einschränken müssen sich dagegen Personen mit einem Haushaltseinkommen von weniger als 2.000 Euro.

Veränderung der frei verfügbaren Mittel	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)*				
		Bis unter 1.000	1.000 bis unter 2.000	2.000 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.000	4.000 und mehr
Basis (Fallzahl)	3.050	197	535	589	453	764
Sehr viel größer	<b>3 %</b>	1 %	1 %	6 %	1 %	4 %
Etwas größer	<b>16 %</b>	14 %	<b>8 %</b>	12 %	19 %	<b>29 %</b>
In etwa gleichgeblieben	<b>45 %</b>	<b>37 %</b>	44 %	43 %	48 %	44 %
Etwas geringer	<b>24 %</b>	25 %	26 %	25 %	23 %	<b>18 %</b>
Sehr viel geringer	<b>11 %</b>	<b>22 %</b>	<b>21 %</b>	13 %	9 %	<b>5 %</b>
Kann ich nicht abschätzen	<b>1 %</b>	1 %	0 %	1 %	0 %	0 %
Σ Sehr viel größer + Etwas größer	<b>19 %</b>	15 %	<b>9 %</b>	18 %	20 %	<b>33 %</b>
In etwa gleichgeblieben	<b>45 %</b>	<b>37 %</b>	44 %	43 %	48 %	44 %
Σ Etwas geringer + Sehr viel geringer	<b>35 %</b>	<b>47 %</b>	<b>47 %</b>	38 %	32 %	<b>23 %</b>

Frage 11: Auch wenn Sie nicht wissen, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können: Ist dieser Betrag in den letzten zwölf Monaten sehr viel größer, etwas größer, etwas geringer, sehr viel geringer geworden oder in etwa gleichgeblieben?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)  
 \* ohne 'keine Angabe'

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Finanzübersicht: Veränderung der frei verfügbaren Mittel

Vor allem in einigen ostdeutschen Bundesländern beklagen die Menschen, weniger Geld zur Verfügung zu haben als noch vor zwölf Monaten.



Land	Juli 24	März 25	Δ	Land	Juli 24	März 25	Δ
Thüringen	39 %	51 %	+12	Mecklenburg-Vorpommern	35 %	35 %	±0
Sachsen	37 %	42 %	+5	Nordrhein-Westfalen	27 %	34 %	+7
Saarland	31 %	41 %	+10	Baden-Württemberg	32 %	33 %	+1
Sachsen-Anhalt	38 %	41 %	+3	Bremen	24 %	33 %	+9
Brandenburg	39 %	39 %	±0	Hamburg	23 %	32 %	+9
Schleswig-Holstein	32 %	39 %	+7	Hessen	25 %	31 %	+6
Niedersachsen	30 %	38 %	+8	Rheinland-Pfalz	29 %	31 %	+2
Bayern	27 %	36 %	+9	Berlin	26 %	26 %	±0

Veränderung in Prozentpunkten

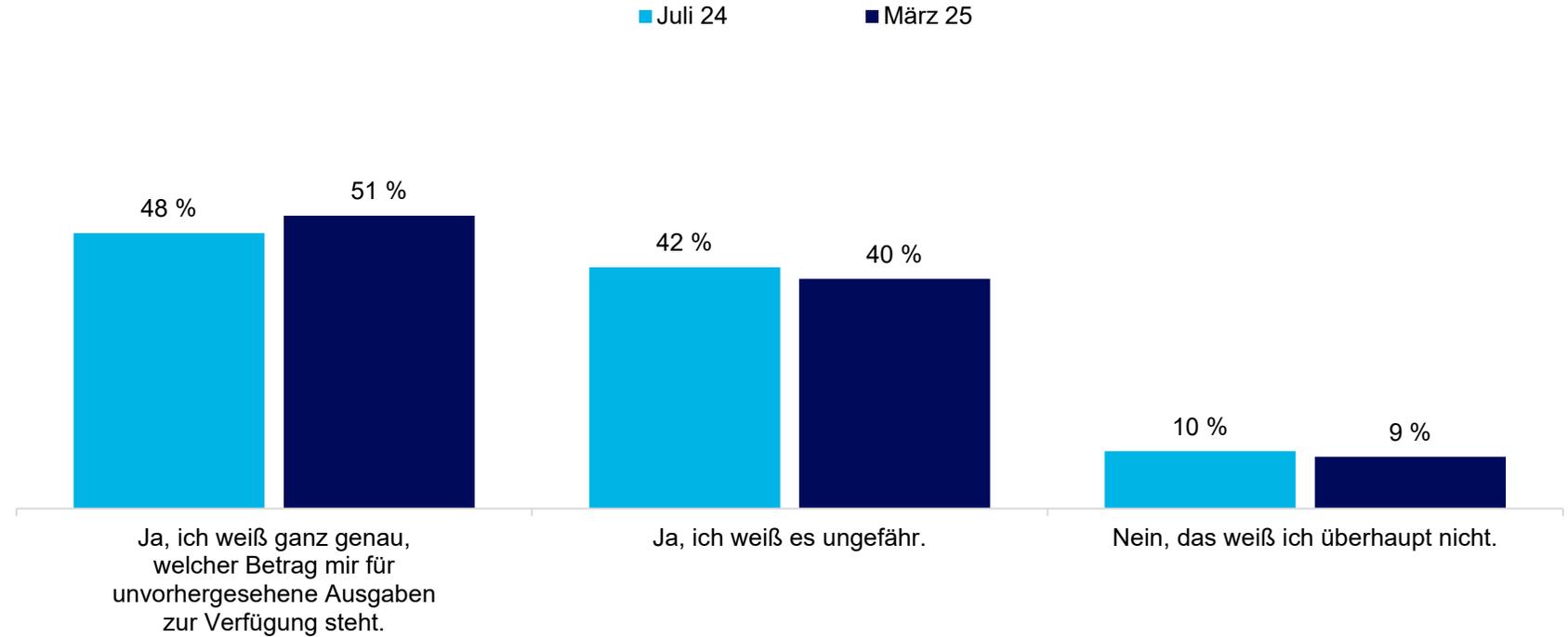
**Etwas geringer + Sehr viel geringer**  
Bundesweit 35 %

- Etwas geringer + Sehr viel geringer**
- unter 30 %
  - 30 % bis unter 35 %
  - 35 % bis unter 40 %
  - 40 % und mehr

Frage 11: Auch wenn Sie nicht wissen, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können: Ist dieser Betrag in den letzten zwölf Monaten sehr viel größer, etwas größer, etwas geringer, sehr viel geringer geworden oder in etwa gleichgeblieben?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Kenntnis der frei verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben

Etwa die Hälfte der Deutschen weiß sehr genau, wie viel Geld ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht.



Frage 12: Und wie ist das mit dem Betrag, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht? Wissen Sie da ganz genau, welchen Betrag Sie zur Verfügung hätten, um eine unvorhergesehene Ausgabe ohne Kredit zu finanzieren?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Kenntnis der frei verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben

Unter 30-Jährige wissen am wenigsten, wie viel Geld ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht. Den besten Überblick haben die über 50-Jährigen.

Kenntnis der frei verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben	Total	Altersgruppe (Jahre)			Veränderung zu Juli 2024*		
		18-29	30-49	50-79	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504			
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht.	51 %	41 %	47 %	57 %	+4	+5	+1
Ja, ich weiß es ungefähr.	40 %	42 %	43 %	38 %	-7	-1	±0
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	9 %	17 %	10 %	5 %	+3	-4	-1

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

\* in Prozentpunkten

Frage 12: Und wie ist das mit dem Betrag, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht? Wissen Sie da ganz genau, welchen Betrag Sie zur Verfügung hätten, um eine unvorhergesehene Ausgabe ohne Kredit zu finanzieren?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzübersicht: Kenntnis der frei verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben

Im Saarland wissen die Menschen tendenziell am besten, über welche Beträge sie monatlich frei verfügen können.

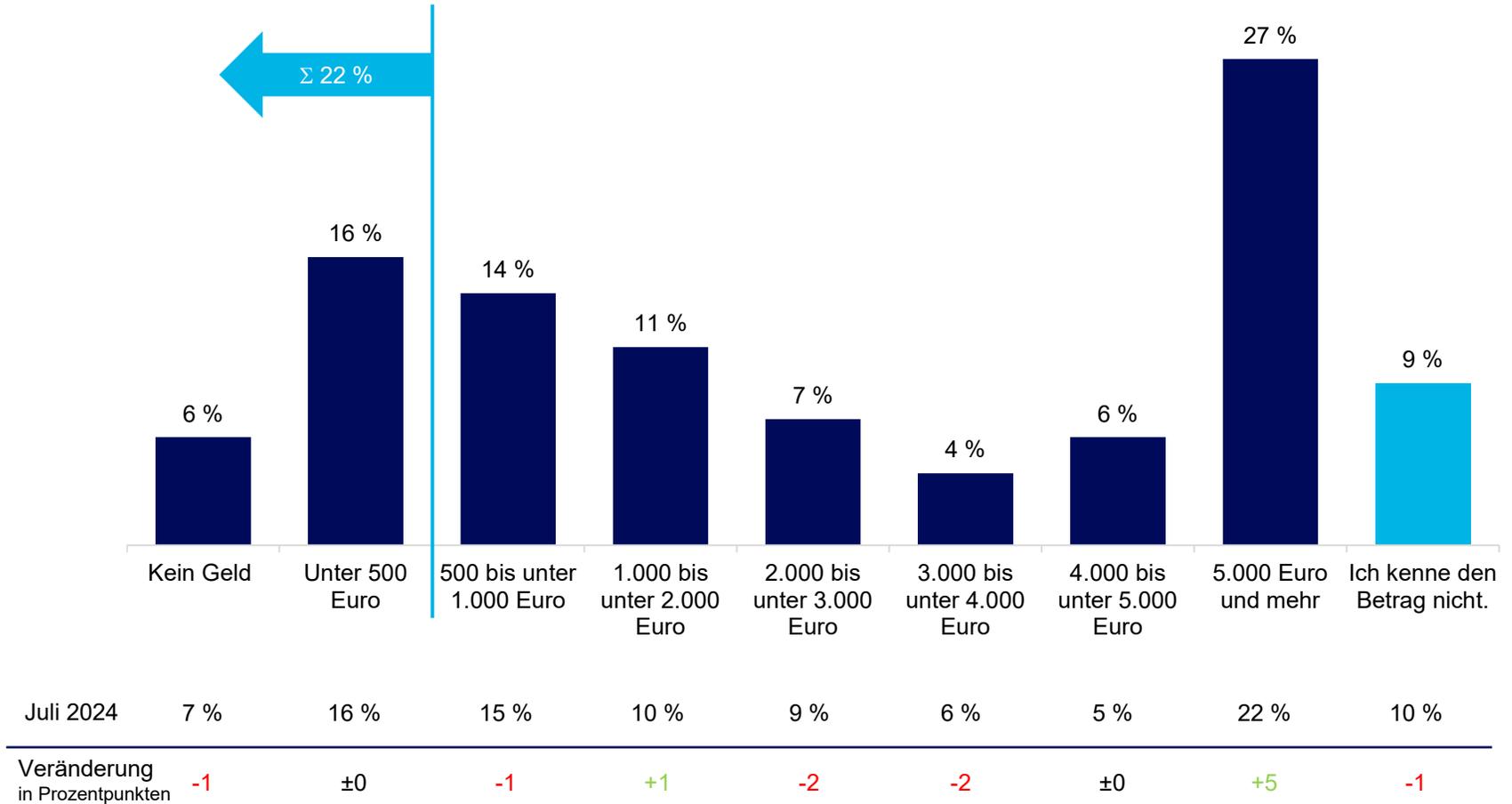
Kenntnis der frei verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl gewichtet)	3.050	106	69	293	25	655	232	151	36	407	487	59	137	92	79	145	77
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht.	51 %	51 %	52 %	54 %	44 %	47 %	51 %	49 %	61 %	51 %	58 %	49 %	43 %	51 %	53 %	47 %	47 %
Ja, ich weiß es ungefähr.	40 %	41 %	38 %	36 %	47 %	41 %	40 %	40 %	28 %	41 %	37 %	43 %	48 %	43 %	39 %	44 %	49 %
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	9 %	8 %	10 %	10 %	9 %	12 %	9 %	10 %	10 %	8 %	6 %	7 %	10 %	6 %	9 %	9 %	4 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 12: Und wie ist das mit dem Betrag, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht? Wissen Sie da ganz genau, welchen Betrag Sie zur Verfügung hätten, um eine unvorhergesehene Ausgabe ohne Kredit zu finanzieren?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Höhe des für unvorhergesehene Ausgaben verfügbaren Betrags

Etwas mehr als 20 Prozent der Deutschen haben weniger als 500 Euro für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung. Etwas mehr als ein Viertel verfügt über Rücklagen von mindestens 5.000 Euro.



Frage 13: Und wie hoch ist dieser Betrag in etwa, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Höhe des für unvorhergesehene Ausgaben verfügbaren Betrags

Rund ein Sechstel der unter 30-Jährigen weiß nicht, welche finanziellen Reserven für unvorhergesehene Ausgaben ihnen zur Verfügung stehen. Dagegen verfügen fast 30 Prozent der über 30-Jährigen über mindestens 5.000 Euro für unvorhergesehene Ausgaben.

Verfügbare Betrag für unvorhergesehene Ausgaben	Total	Altersgruppe (Jahre)			Veränderung zu Juli 2024*		
		18-29	30-49	50-79	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504			
Mir steht kein Geld für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung.	6 %	7 %	5 %	7 %	+2	+1	-2
Unter 500 Euro	16 %	14 %	15 %	18 %	-4	+3	±0
500 bis unter 1.000 Euro	14 %	17 %	14 %	14 %	-1	+1	-1
1.000 bis unter 2.000 Euro	11 %	12 %	12 %	11 %	-4	+2	+3
2.000 bis unter 3.000 Euro	7 %	7 %	6 %	7 %	-1	-7	±0
3.000 bis unter 4.000 Euro	4 %	3 %	4 %	3 %	-3	-4	-1
4.000 bis unter 5.000 Euro	6 %	4 %	6 %	6 %	-1	0	+2
5.000 Euro und mehr	27 %	19 %	28 %	29 %	+9	+8	±0
Ich kenne den Betrag nicht.	9 %	17 %	10 %	5 %	+3	-4	-1

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

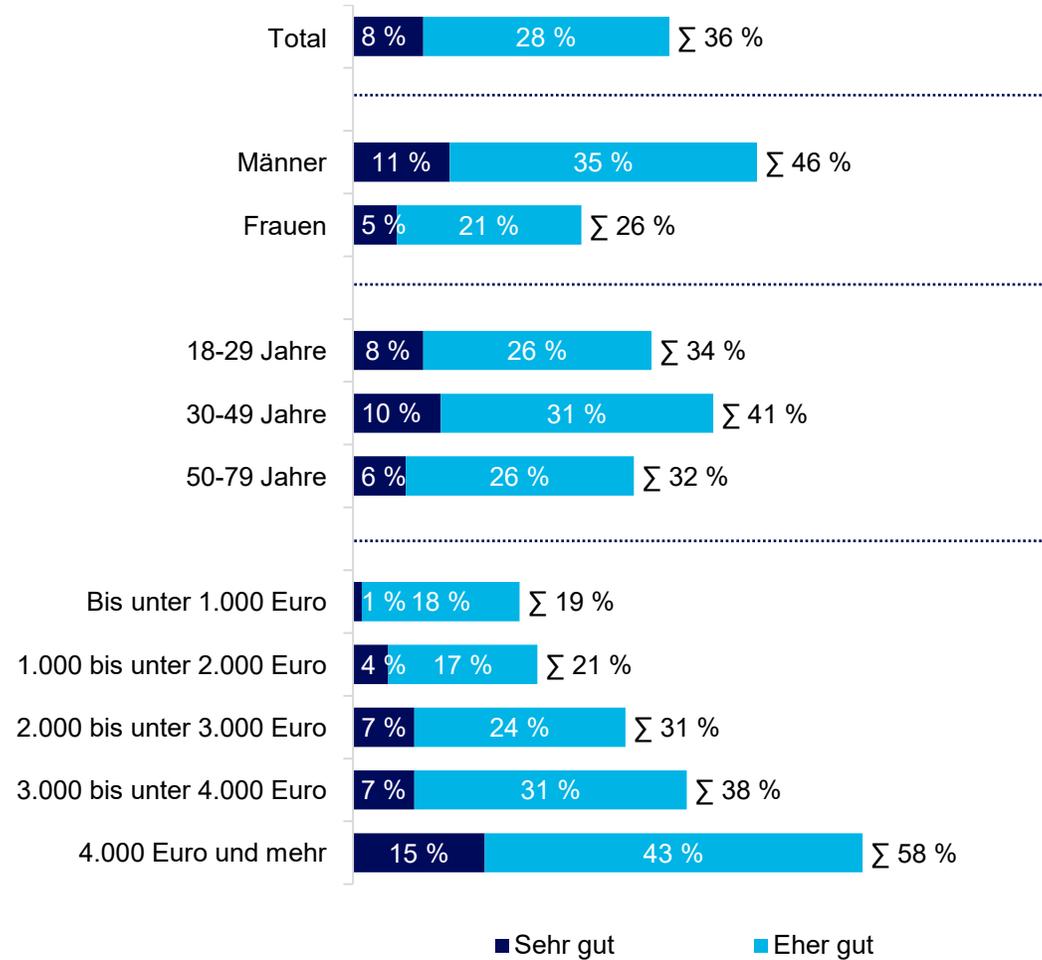
\* in Prozentpunkten

Frage 13: Und wie hoch ist dieser Betrag in etwa, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Finanzverhalten

# Einschätzung der eigenen Finanzkenntnisse

Männer schätzen ihre eigene Finanzkompetenz deutlich höher ein als Frauen. Die Finanzkompetenz steigt zudem mit dem Einkommen.



Frage 6: Wie schätzen Sie Ihre eigenen Finanzkenntnisse, also z. B. über Geldanlagen, Kredite oder Altersvorsorge, ein?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Sehr gut / Eher gut / Mittelmäßig / Eher schlecht / Sehr schlecht; dargestellt: Top 2)

# Einschätzung der eigenen Finanzkenntnisse – Regionalvergleich

In Bayern, Hamburg und Baden-Württemberg werden die eigenen Finanzkenntnisse am besten eingeschätzt. Die geringsten Kenntnisse schreiben sich die Menschen in Mecklenburg-Vorpommern zu.



Land	Juli 24	März 25	Δ	Land	Juli 24	März 25	Δ
Bayern	43 %	43 %	±0	Schleswig-Holstein	32 %	33 %	+1
Hamburg	48 %	40 %	-8	Niedersachsen	35 %	33 %	-2
Baden-Württemberg	39 %	40 %	+1	Nordrhein-Westfalen	37 %	33 %	-4
Hessen	44 %	38 %	-6	Thüringen	31 %	32 %	+1
Berlin	46 %	37 %	-9	Brandenburg	31 %	30 %	-1
Rheinland-Pfalz	36 %	36 %	±0	Sachsen-Anhalt	31 %	28 %	-3
Bremen	39 %	34 %	-5	Sachsen	31 %	28 %	-3
Saarland	32 %	34 %	+2	Mecklenburg-Vorpommern	33 %	25 %	-8

Veränderung in Prozentpunkten

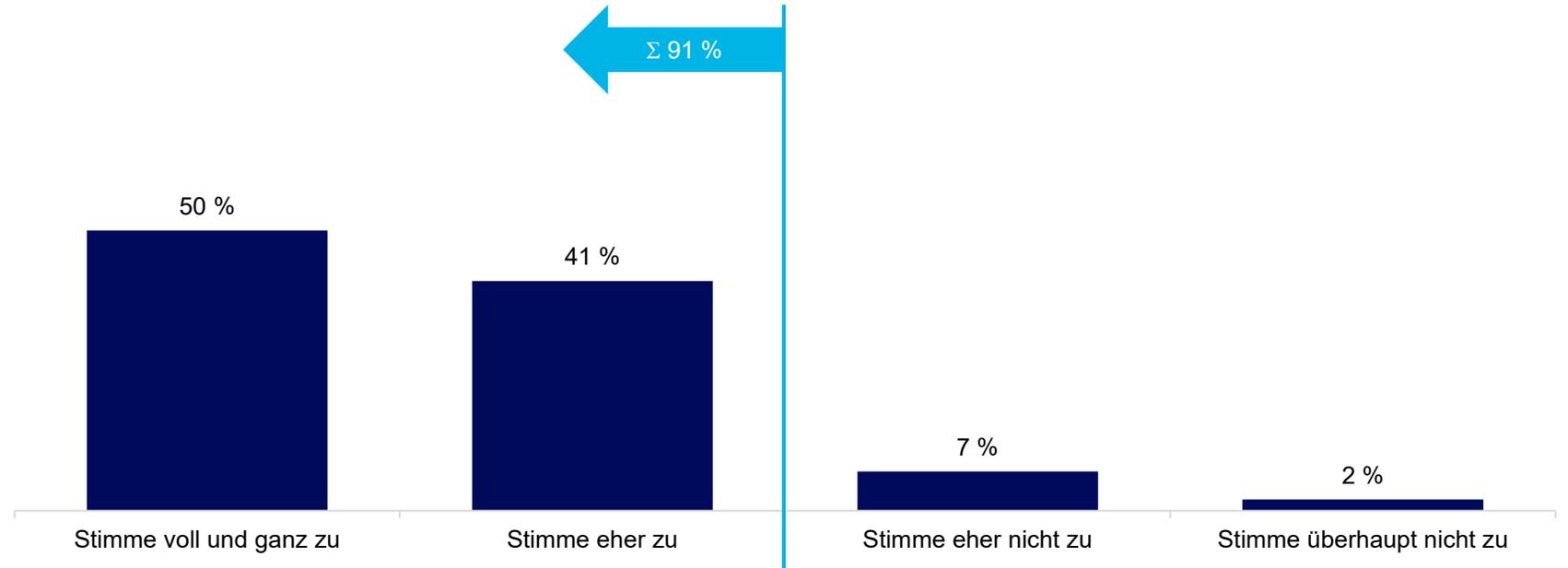
Sehr gut + Eher gut:  
Bundesweit 36 %

- Sehr gut + Eher gut**
- unter 32 %
  - 32 % bis unter 36 %
  - 36 % bis unter 40 %
  - 40 % und mehr

Frage 6: Wie schätzen Sie Ihre eigenen Finanzkenntnisse, also z. B. über Geldanlagen, Kredite oder Altersvorsorge, ein?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Sehr gut / Eher gut / Mittelmäßig / Eher schlecht / Sehr schlecht; dargestellt: Top 2)

# Finanzbildung in der Schule als Maßnahme zur Schuldenprävention

Rund neun von zehn Deutschen sind der Meinung, dass die Vermittlung von Finanzwissen in der Schule viele Menschen davor bewahren könnte, sich später zu verschulden.

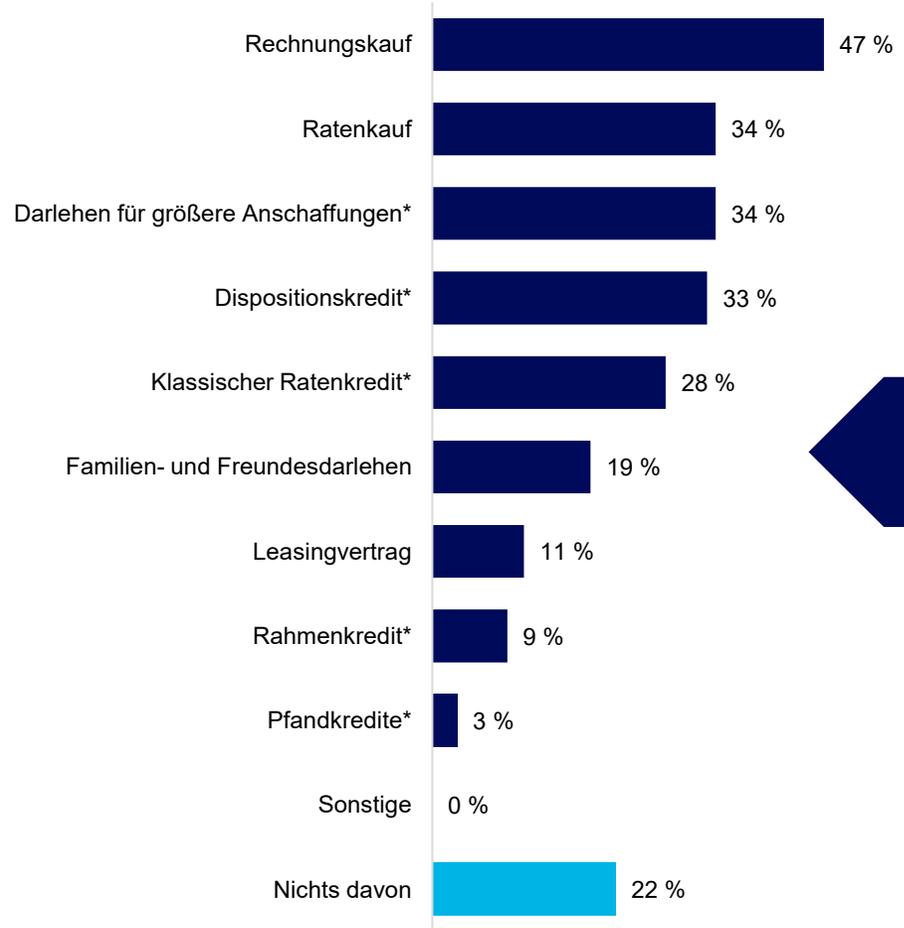


Frage 7: Aufklärung rund um das Thema Finanzen könnte viele davor bewahren, sich später zu verschulden. Bereits in der Schule könnten Themen wie Kredite und Finanzierungsformen genauer bearbeitet werden. Wie weit würden Sie zustimmen, dass somit ein Beitrag zu Prävention vor späterer Überschuldung geleistet werden könnte?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Beanspruchte Finanzierungsformen

Neben dem Kauf auf Rechnung werden in Deutschland vor allem Ratenkäufe, Dispositionskredite und Darlehen für größere Anschaffungen als Finanzierungsinstrumente genutzt.



**78 %**  
haben mindestens eine Finanzierungsvariante in Anspruch genommen

Finanzierungsform	Juli 2024	Veränderung**
Rechnungskauf	38 %	+9
Ratenkauf	28 %	+6
Darlehen für größere Anschaffungen*	28 %	+6
Dispositionskredit*	29 %	+4
Klassischer Ratenkredit*	26 %	+2
Familien- und Freundesdarlehen	15 %	+4
Leasingvertrag	11 %	±0
Rahmenkredit*	10 %	-1
Pfandkredite*	5 %	-2
Sonstige	1 %	-1
Nichts davon	27%	-5

\*\* in Prozentpunkten

Frage 8: Welche dieser Finanzierungen haben Sie bereits in Anspruch genommen?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)  
\* Erläuterungen genannt

# Beanspruchte Finanzierungsformen

Familien- und Freundesdarlehen werden vor allem von unter 50-Jährigen genutzt, während Ältere bevorzugt auf klassische Finanzierungsformen zurückgreifen.

Beanspruchte Finanzierungsformen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Rechnungskauf	47 %	33 %	47 %	52 %
Ratenkauf	34 %	24 %	34 %	38 %
Darlehen für größere Anschaffungen*	34 %	11 %	34 %	42 %
Dispositionscredit*	33 %	15 %	29 %	41 %
Klassischer Ratenkredit*	28 %	12 %	27 %	34 %
Familien- und Freundesdarlehen	19 %	24 %	26 %	12 %
Leasingvertrag	11 %	5 %	11 %	13 %
Rahmenkredit*	9 %	4 %	11 %	10 %
Pfandkredite*	3 %	4 %	4 %	2 %
Sonstige	0 %	0 %	1 %	0 %
Nichts davon	22 %	34 %	20 %	19 %

Veränderung zu Juli 2024**		
18-29	30-49	50-79
+8	+10	+9
+8	+2	+9
-1	+3	+11
+1	±0	+8
-4	±0	+4
+9	+5	+2
-6	±0	+3
-9	±0	+2
-8	-3	+1
-1	±0	-1
+1	-1	-10

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

\*\* in Prozentpunkten

Frage 8: Welche dieser Finanzierungen haben Sie bereits in Anspruch genommen?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

\* Erläuterungen genannt

# Beanspruchte Finanzierungsformen

Ein Darlehen für größere Anschaffungen ist vor allem für Haushalte mit einem Einkommen über 4.000 Euro relevant.

Beanspruchte Finanzierungsformen	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)**				
		Bis unter 1.000	1.000 bis unter 2.000	2.000 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.000	4.000 und mehr
Basis (Fallzahl)	3.050	197	535	589	453	764
Rechnungskauf	47 %	42 %	49 %	49 %	48 %	51 %
Ratenkauf	34 %	37 %	43 %	37 %	38 %	31 %
Darlehen für größere Anschaffungen*	34 %	10 %	19 %	35 %	38 %	49 %
Dispositionskredit*	33 %	20 %	36 %	35 %	40 %	36 %
Klassischer Ratenkredit*	28 %	21 %	27 %	31 %	29 %	34 %
Familien- und Freundesdarlehen	19 %	18 %	18 %	24 %	19 %	18 %
Leasingvertrag	11 %	2 %	7 %	11 %	14 %	15 %
Rahmenkredit*	9 %	5 %	7 %	9 %	9 %	15 %
Pfandkredite*	3 %	3 %	3 %	3 %	4 %	5 %
Sonstige	0 %	0 %	0 %	0 %	0 %	1 %
Nichts davon	22 %	30 %	22 %	15 %	18 %	19 %

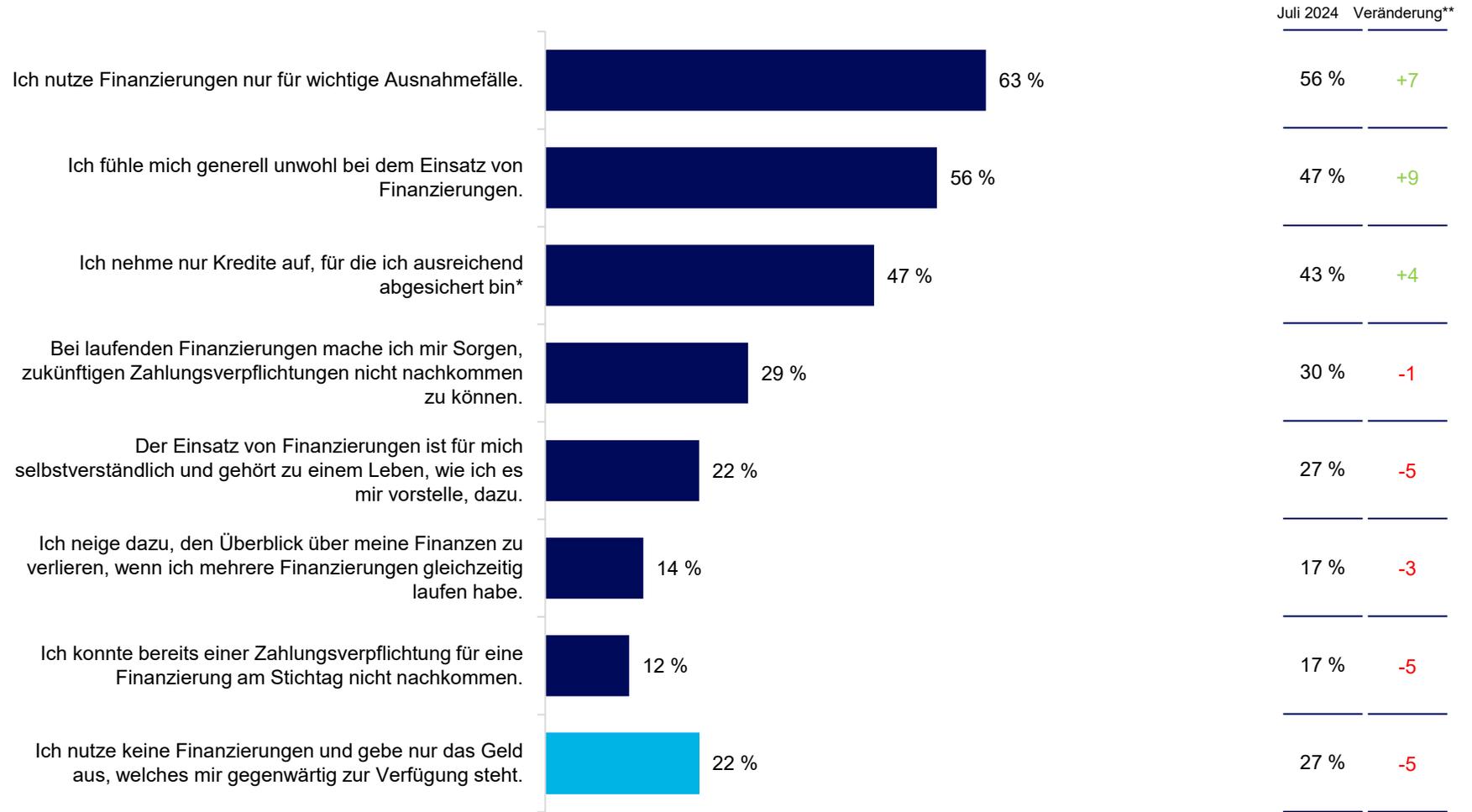
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 8: Welche dieser Finanzierungen haben Sie bereits in Anspruch genommen?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)  
 \* Erläuterungen genannt  
 \*\* ohne 'keine Angabe'

# Umgang mit Finanzierungen

Die überwiegende Mehrheit der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger fühlt sich generell unwohl bei dem Einsatz von Finanzierungen und nutzt sie nur in wichtigen Ausnahmefällen. Für rund die Hälfte der Deutschen kommt eine Kreditaufnahme nur in Frage, wenn sie ausreichend abgesichert sind.

Frage 9: Welche dieser Aussagen über Finanzierungen (Kredite, Ratenkäufe, Darlehen) treffen auf Sie zu?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.500 (Skalierte Abfrage: Trifft zu / Trifft nicht zu, dargestellt: Trifft zu)  
 \* Beispiele genannt



\*\* in Prozentpunkten

# Umgang mit Finanzierungen

Vor allem Jüngere versuchen Finanzierungen zu vermeiden, indem sie nur das Geld ausgeben, das ihnen gegenwärtig zur Verfügung steht.

Umgang mit Finanzierungen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Ich nutze Finanzierungen nur für wichtige Ausnahmefälle.	<b>63 %</b>	<b>50 %</b>	65 %	67 %
Ich fühle mich generell unwohl bei dem Einsatz von Finanzierungen.	<b>56 %</b>	52 %	58 %	55 %
Ich nehme nur Kredite auf, für die ich ausreichend abgesichert bin*	<b>47 %</b>	44 %	46 %	48 %
Bei laufenden Finanzierungen mache ich mir Sorgen, zukünftigen Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen zu können.	<b>29 %</b>	26 %	<b>36 %</b>	25 %
Der Einsatz von Finanzierungen ist für mich selbstverständlich und gehört zu einem Leben, wie ich es mir vorstelle, dazu.	<b>22 %</b>	20 %	25 %	21 %
Ich neige dazu, den Überblick über meine Finanzen zu verlieren, wenn ich mehrere Finanzierungen gleichzeitig laufen habe.	<b>14 %</b>	<b>21 %</b>	18 %	<b>9 %</b>
Ich konnte bereits einer Zahlungsverpflichtung für eine Finanzierung am Stichtag nicht nachkommen.	<b>12 %</b>	15 %	16 %	8 %
Ich nutze keine Finanzierungen und gebe nur das Geld aus, welches mir gegenwärtig zur Verfügung steht.	<b>22 %</b>	<b>34 %</b>	20 %	19 %

Veränderung zu Juli 2024**		
18-29	30-49	50-79
+6	+4	+10
+10	+7	+8
+2	±0	+7
-8	-3	+2
-11	-8	-1
-10	-6	+1
-10	-8	-1
+1	-1	-10

Frage 9: Welche dieser Aussagen über Finanzierungen (Kredite, Ratenkäufe, Darlehen) treffen auf Sie zu?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Trifft zu / Trifft nicht zu, dargestellt: Trifft zu)  
 \* Beispiele genannt

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert  
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

\*\* in Prozentpunkten

# Umgang mit Finanzierungen

Für einkommensstärkere Haushalte mit einem Nettoeinkommen von mindestens 3.000 Euro pro Monat gehören Finanzierungen zum Leben dazu. Menschen mit einem geringeren Einkommen befürchten dagegen eher, ihren zukünftigen Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen zu können.

Frage 9: Welche dieser Aussagen über Finanzierungen (Kredite, Ratenkäufe, Darlehen) treffen auf Sie zu?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Trifft zu / Trifft nicht zu, dargestellt: Trifft zu)  
 \* Beispiele genannt  
 \*\* ohne 'keine Angabe'

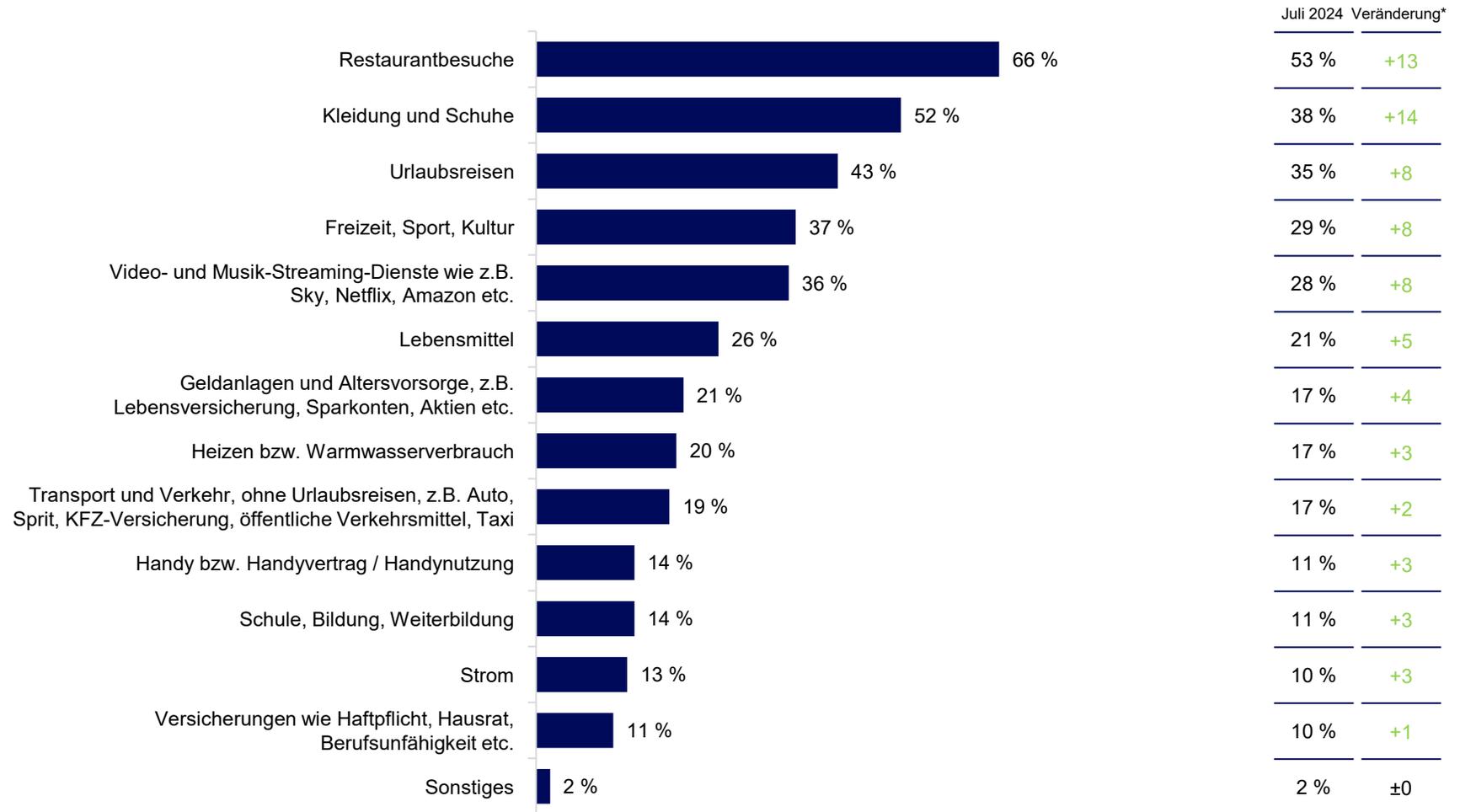
Umgang mit Finanzierungen	Total	Haushaltsnettoeinkommen (Euro)**				
		Bis unter 1.000	1.000 bis unter 2.000	2.000 bis unter 3.000	3.000 bis unter 4.000	4.000 und mehr
Basis (Fallzahl)	3.050	197	535	589	453	764
Ich nutze Finanzierungen nur für wichtige Ausnahmefälle.	<b>63 %</b>	<b>55 %</b>	62 %	66 %	64 %	<b>70 %</b>
Ich fühle mich generell unwohl bei dem Einsatz von Finanzierungen.	<b>56 %</b>	59 %	<b>61 %</b>	<b>62 %</b>	54 %	52 %
Ich nehme nur Kredite auf, für die ich ausreichend abgesichert bin*	<b>47 %</b>	<b>32 %</b>	<b>40 %</b>	50 %	44 %	<b>58 %</b>
Bei laufenden Finanzierungen mache ich mir Sorgen, zukünftigen Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen zu können.	<b>29 %</b>	<b>36 %</b>	<b>40 %</b>	32 %	26 %	25 %
Der Einsatz von Finanzierungen ist für mich selbstverständlich und gehört zu einem Leben, wie ich es mir vorstelle, dazu.	<b>22 %</b>	<b>11 %</b>	22 %	20 %	<b>30 %</b>	<b>29 %</b>
Ich neige dazu, den Überblick über meine Finanzen zu verlieren, wenn ich mehrere Finanzierungen gleichzeitig laufen habe.	<b>14 %</b>	16 %	16 %	15 %	<b>19 %</b>	13 %
Ich konnte bereits einer Zahlungsverpflichtung für eine Finanzierung am Stichtag nicht nachkommen.	<b>12 %</b>	<b>21 %</b>	<b>17 %</b>	14 %	12 %	9 %
Ich nutze keine Finanzierungen und gebe nur das Geld aus, welches mir gegenwärtig zur Verfügung steht.	<b>22 %</b>	<b>30 %</b>	22 %	<b>15 %</b>	18 %	19 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Ausgabeverhalten

# Bereitschaft zum Sparen

Wenn die Deutschen ihre Ausgaben reduzieren müssten, würden etwa zwei Drittel bei Restaurantbesuchen sparen. Etwa die Hälfte würde sich beim Kauf von Bekleidung und Schuhen einschränken.



Frage 14: Einmal angenommen, Sie müssten Ihre Ausgaben um 100 Euro pro Monat reduzieren: An welchen Stellen wären Sie am ehesten bereit zu sparen?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

\* in Prozentpunkten

# Bereitschaft zum Sparen

In der Altersgruppe der über 50-Jährigen ist die Bereitschaft, bei Urlaubsreisen zu sparen, besonders ausgeprägt.

Bereitschaft zum Sparen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Restaurantbesuche	<b>66 %</b>	<b>61 %</b>	63 %	69 %
Kleidung und Schuhe	<b>52 %</b>	51 %	50 %	53 %
Urlaubsreisen	<b>43 %</b>	39 %	40 %	<b>48 %</b>
Freizeit, Sport, Kultur	<b>37 %</b>	36 %	33 %	40 %
Video- und Musik-Streaming-Dienste wie z.B. Sky, Netflix, Amazon etc.	<b>36 %</b>	37 %	36 %	36 %
Lebensmittel	<b>26 %</b>	30 %	27 %	23 %
Geldanlagen und Altersvorsorge, z.B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc.	<b>21 %</b>	17 %	19 %	23 %
Heizen bzw. Warmwasserverbrauch	<b>20 %</b>	18 %	17 %	23 %
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen, z.B. Auto, Sprit, KFZ-Versicherung, öffentliche Verkehrsmittel, Taxi	<b>19 %</b>	22 %	19 %	19 %
Handy bzw. Handyvertrag / Handynutzung	<b>14 %</b>	13 %	13 %	14 %
Schule, Bildung, Weiterbildung	<b>14 %</b>	<b>8 %</b>	10 %	18 %
Strom	<b>13 %</b>	13 %	11 %	14 %
Versicherungen wie Haftpflicht, Hausrat, Berufsunfähigkeit etc.	<b>11 %</b>	11 %	11 %	11 %
Sonstiges	<b>2 %</b>	0 %	2 %	3 %

Veränderung zu Juli 2024*		
18-29	30-49	50-79
+22	+13	+10
+18	+17	+10
+15	+7	+7
+14	+6	+8
+14	+7	+7
+10	+7	+2
+2	+4	+4
+4	+4	+3
±0	+5	+2
-2	+2	+4
+1	+1	+4
+2	+2	+3
-1	-1	+3
-1	+1	±0

Frage 14: Einmal angenommen, Sie müssten Ihre Ausgaben um 100 Euro pro Monat reduzieren: An welchen Stellen wären Sie am ehesten bereit zu sparen?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

\* in Prozentpunkten

# Bereitschaft zum Sparen – Regionalvergleich

Am wenigsten wären die Menschen in Hessen bereit, ihre Ausgaben im Bereich Geldanlage und Altersvorsorge zu reduzieren.



Frage 14: Einmal angenommen, Sie müssten Ihre Ausgaben um 100 Euro pro Monat reduzieren: An welchen Stellen wären Sie am ehesten bereit zu sparen?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen, dargestellt: „Würde bei Geldanlagen und Altersvorsorge, z.B. Lebensversicherung, Sparkonten, Aktien etc. sparen“)

Land	Juli 24	März 25	Δ	Land	Juli 24	März 25	Δ
Saarland	20%	28%	+8	Sachsen-Anhalt	18%	22%	+4
Sachsen	15%	28%	+13	Hamburg	17%	21%	+4
Bremen	14%	27%	+13	Nordrhein-Westfalen	15%	21%	+6
Mecklenburg-Vorpommern	20%	27%	+7	Berlin	20%	20%	±0
Brandenburg	18%	25%	+7	Schleswig-Holstein	23%	19%	-4
Thüringen	20%	25%	+5	Rheinland-Pfalz	17%	17%	±0
Niedersachsen	22%	24%	+2	Baden-Württemberg	15%	16%	+1
Bayern	18%	23%	+5	Hessen	14%	12%	-2

Veränderung in Prozentpunkten

**Bereitschaft zum Sparen: Bundesweit 21 %**

### Würde bei Geldanlagen / Altersvorsorge sparen

- unter 20 %
- 20 % bis unter 25 %
- 25 % und mehr

# Bereitschaft zum Investieren

Hätten die Deutschen im Monat 100 Euro mehr zur Verfügung, würden sie dieses Geld in erster Linie für Rücklagen für besondere Anschaffungen verwenden.

Frage 15: Und wenn Sie pro Monat 100 Euro mehr zur Verfügung hätten, in was würden Sie das Geld am ehesten investieren? Bitte wählen Sie bis zu drei Antwortoptionen aus.  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)



# Bereitschaft zum Investieren

Insbesondere Jüngere würden mit einem zusätzlichen Geldbetrag am Kapitalmarkt investieren.

Bereitschaft zum Investieren	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Rücklagen für besondere Anschaffungen	48 %	39 %	43 %	55 %
Rücklagen für eine Urlaubsreise	27 %	28 %	28 %	26 %
Geldanlagen am Kapitalmarkt	20 %	28 %	25 %	14 %
Nachhaltigere und bewusster ausgewählte Lebensmittel	11 %	16 %	11 %	8 %
Bessere gesundheitliche Versorgung	10 %	9 %	8 %	12 %
Hochwertigere Lebensmittel	10 %	11 %	11 %	8 %
Freizeit, Sport, Kultur	10 %	16 %	10 %	7 %
Restaurantbesuche	9 %	10 %	8 %	10 %
Finanzielle Unterstützung von Freunden oder Familie	7 %	8 %	6 %	8 %
Maßnahmen zum Energiesparen im Haushalt (Anschaffung energiesparender Elektrogeräte, Beleuchtung etc.)	7 %	5 %	7 %	8 %
Mehr Kleidung, Schuhe oder Accessoires	5 %	8 %	5 %	3 %
Schule, Bildung, Weiterbildung	4 %	7 %	7 %	1 %
Nachhaltiger gefertigte Kleidung, Schuhe oder Accessoires	4 %	9 %	4 %	2 %
Hochwertigere Kleidung, Schuhe oder Accessoires	3 %	4 %	4 %	2 %
Mehr oder teurere Geschenke für Freunde und Familie	3 %	6 %	3 %	2 %
Video- und Musik-Streaming-Dienste wie z.B. Sky, Netflix, Amazon etc.	2 %	3 %	3 %	0 %
Sonstiges	3 %	1 %	3 %	4 %

Frage 15: Und wenn Sie pro Monat 100 Euro mehr zur Verfügung hätten, in was würden Sie das Geld am ehesten investieren? Bitte wählen Sie bis zu drei Antwortoptionen aus.

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

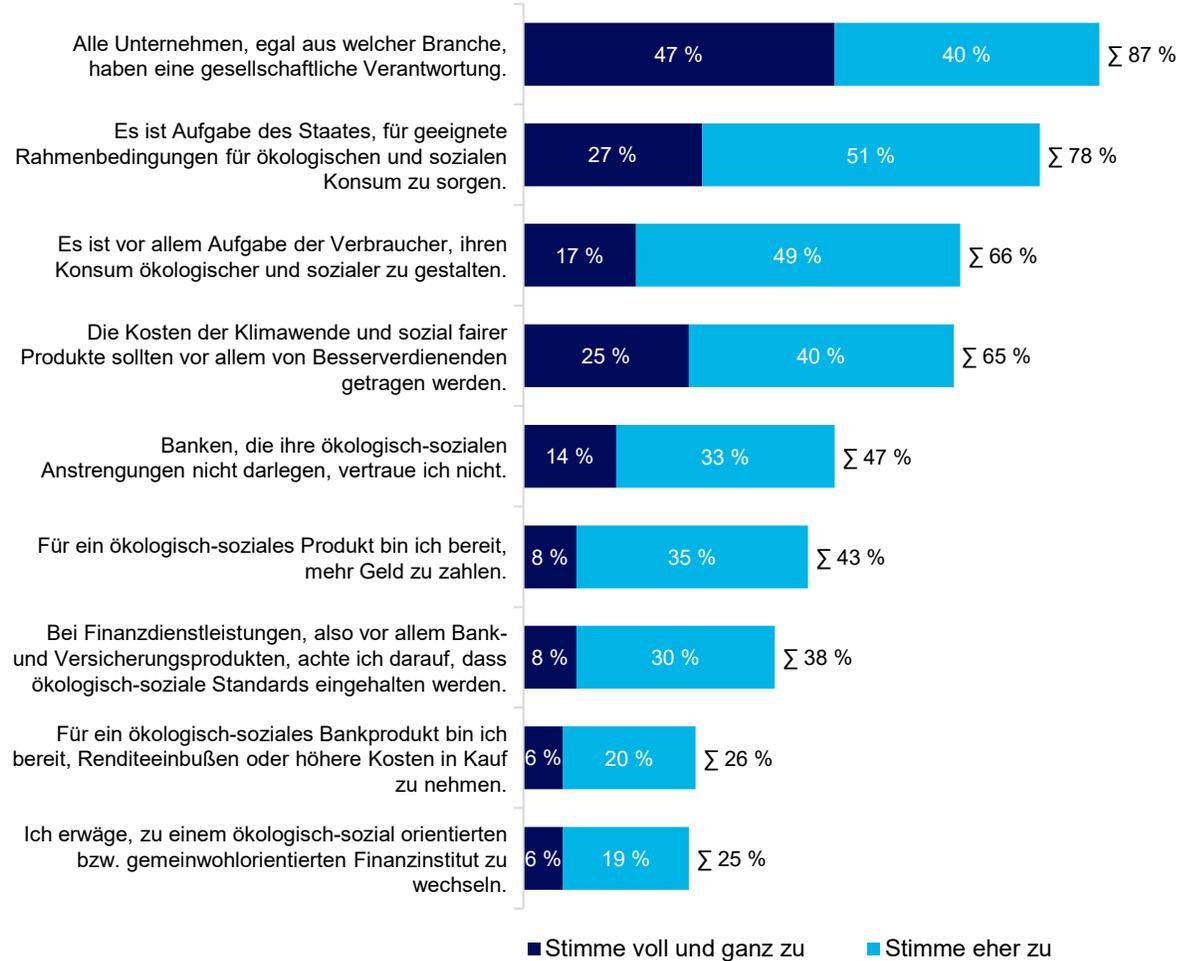
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Nachhaltigkeit im Konsumverhalten

# Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

Die überwiegende Mehrheit der deutschen Bevölkerung sieht eine sozial-ökonomische Verantwortung eher bei den Unternehmen und dem Staat als bei sich selbst. Dennoch ist knapp die Hälfte bereit, für ein ökologisch soziales Produkt mehr Geld zu bezahlen.

Frage 16: Viele Unternehmen legen ökologisch-soziale Mindeststandards fest, die für ihre Produkte und Dienstleistungen gelten müssen, z. B. Mindeststandards bei den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern, Maßnahmen zum Klimaschutz oder Ausschluss von bestimmten Branchen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung zu?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu / Stimme eher nicht zu / Stimme überhaupt nicht zu; dargestellt: Top 2)



Juli 2024	Veränderung*
82 %	+5
77 %	+1
65 %	+1
62 %	+3
48 %	-1
44 %	-1
43 %	-5
31 %	-5
32 %	-7

\* in Prozentpunkten

# Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

Vor allem bei Jüngeren sind die Ansprüche an ökologisch-soziale Mindeststandards gegenüber Unternehmen, Staat sowie Verbraucherinnen und Verbrauchern deutlich gestiegen.

Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Total	Altersgruppe (Jahre)			Veränderung zu Juli 2024*		
		18-29	30-49	50-79	18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504			
Alle Unternehmen, egal aus welcher Branche, haben eine gesellschaftliche Verantwortung.	87 %	86 %	83 %	90 %	+12	+6	+1
Es ist Aufgabe des Staates, für geeignete Rahmenbedingungen für ökologischen und sozialen Konsum zu sorgen.	78 %	89 %	78 %	74 %	+15	+3	-5
Es ist vor allem Aufgabe der Verbraucher, ihren Konsum ökologischer und sozialer zu gestalten.	66 %	75 %	65 %	63 %	+12	+5	-5
Die Kosten der Klimawende und sozial fairer Produkte sollten vor allem von Besserverdienenden getragen werden.	65 %	59 %	63 %	69 %	-8	+3	+8
Banken, die ihre ökologisch-sozialen Anstrengungen nicht darlegen, vertraue ich nicht.	47 %	52 %	47 %	45 %	±0	-3	-1
Für ein ökologisch-soziales Produkt bin ich bereit, mehr Geld zu zahlen.	43 %	57 %	47 %	35 %	±0	-2	-1
Bei Finanzdienstleistungen, also vor allem Bank- und Versicherungsprodukten, achte ich darauf, dass ökologisch-soziale Standards eingehalten werden.	38 %	46 %	39 %	34 %	-6	-7	-4
Für ein ökologisch-soziales Bankprodukt bin ich bereit, Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.	26 %	38 %	32 %	17 %	-8	-7	-4
Ich erwäge, zu einem ökologisch-sozial orientierten bzw. gemeinwohlorientierten Finanzinstitut zu wechseln.	25 %	41 %	30 %	16 %	-9	-10	-4

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

\* in Prozentpunkten

Frage 16: Viele Unternehmen legen ökologisch-soziale Mindeststandards fest, die für ihre Produkte und Dienstleistungen gelten müssen, z. B. Mindeststandards bei den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern, Maßnahmen zum Klimaschutz oder Ausschluss von bestimmten Branchen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung zu?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu / Stimme eher nicht zu / Stimme überhaupt nicht zu; dargestellt: Top 2)

# Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

In Berlin sehen die Menschen vor allem den Staat in der Verantwortung, geeignete Rahmenbedingungen für ökologischen und sozialen Konsum zu schaffen.

Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Total	Bundesland															
		SH	HH	NI	HB	NW	HE	RP	SL	BW	BY	MV	BE	BB	ST	SN	TH
Basis (Fallzahl)	3.050	106	69	293	25	655	232	151	36	407	487	59	137	92	79	145	77
Alle Unternehmen, egal aus welcher Branche, haben eine gesellschaftliche Verantwortung.	87 %	85 %	87 %	88 %	92 %	87 %	87 %	85 %	92 %	88 %	88 %	84 %	84 %	86 %	84 %	86 %	88 %
Es ist Aufgabe des Staates, für geeignete Rahmenbedingungen für ökologischen und sozialen Konsum zu sorgen.	78 %	74 %	81 %	77 %	78 %	79 %	76 %	76 %	76 %	78 %	78 %	75 %	85 %	77 %	79 %	78 %	76 %
Es ist vor allem Aufgabe der Verbraucher, ihren Konsum ökologischer und sozialer zu gestalten.	66 %	70 %	70 %	69 %	63 %	63 %	64 %	62 %	74 %	68 %	66 %	60 %	67 %	64 %	61 %	66 %	70 %
Die Kosten der Klimawende und sozial fairer Produkte sollten vor allem von Besserverdienenden getragen werden.	65 %	70 %	72 %	67 %	63 %	62 %	66 %	64 %	69 %	67 %	68 %	67 %	64 %	64 %	59 %	59 %	66 %
Banken, die ihre ökologisch-sozialen Anstrengungen nicht darlegen, vertraue ich nicht.	47 %	45 %	53 %	43 %	57 %	44 %	49 %	43 %	41 %	48 %	49 %	45 %	54 %	47 %	45 %	47 %	49 %
Für ein ökologisch-soziales Produkt bin ich bereit, mehr Geld zu zahlen.	43 %	40 %	54 %	39 %	50 %	44 %	47 %	38 %	39 %	47 %	42 %	36 %	46 %	38 %	31 %	37 %	35 %
Bei Finanzdienstleistungen, also vor allem Bank- und Versicherungsprodukten, achte ich darauf, dass ökologisch-soziale Standards eingehalten werden.	38 %	35 %	44 %	31 %	42 %	35 %	42 %	35 %	30 %	44 %	39 %	26 %	48 %	36 %	35 %	34 %	37 %
Für ein ökologisch-soziales Bankprodukt bin ich bereit, Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.	26 %	20 %	35 %	19 %	25 %	25 %	31 %	24 %	27 %	29 %	29 %	17 %	32 %	19 %	17 %	23 %	22 %
Ich erwäge, zu einem ökologisch-sozial orientierten bzw. gemeinwohlorientierten Finanzinstitut zu wechseln.	25 %	21 %	40 %	22 %	26 %	23 %	33 %	24 %	15 %	28 %	24 %	20 %	38 %	21 %	18 %	20 %	22 %

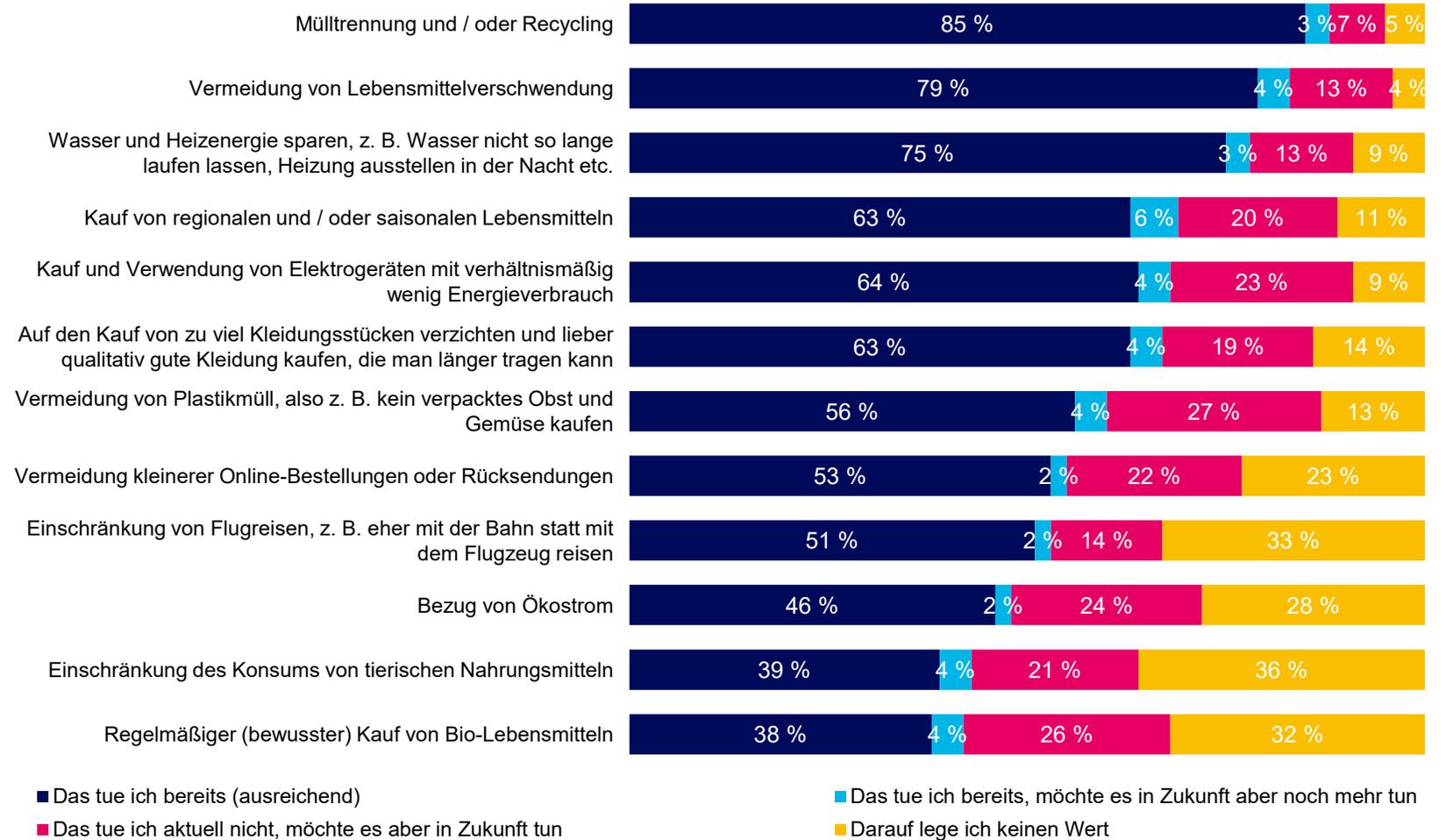
Frage 16: Viele Unternehmen legen ökologisch-soziale Mindeststandards fest, die für ihre Produkte und Dienstleistungen gelten müssen, z. B. Mindeststandards bei den Arbeitsbedingungen in den Produktionsländern, Maßnahmen zum Klimaschutz oder Ausschluss von bestimmten Branchen. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung zu?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage: Stimme voll und ganz zu / Stimme eher zu / Stimme eher nicht zu / Stimme überhaupt nicht zu; dargestellt: Top 2)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit (1/2)

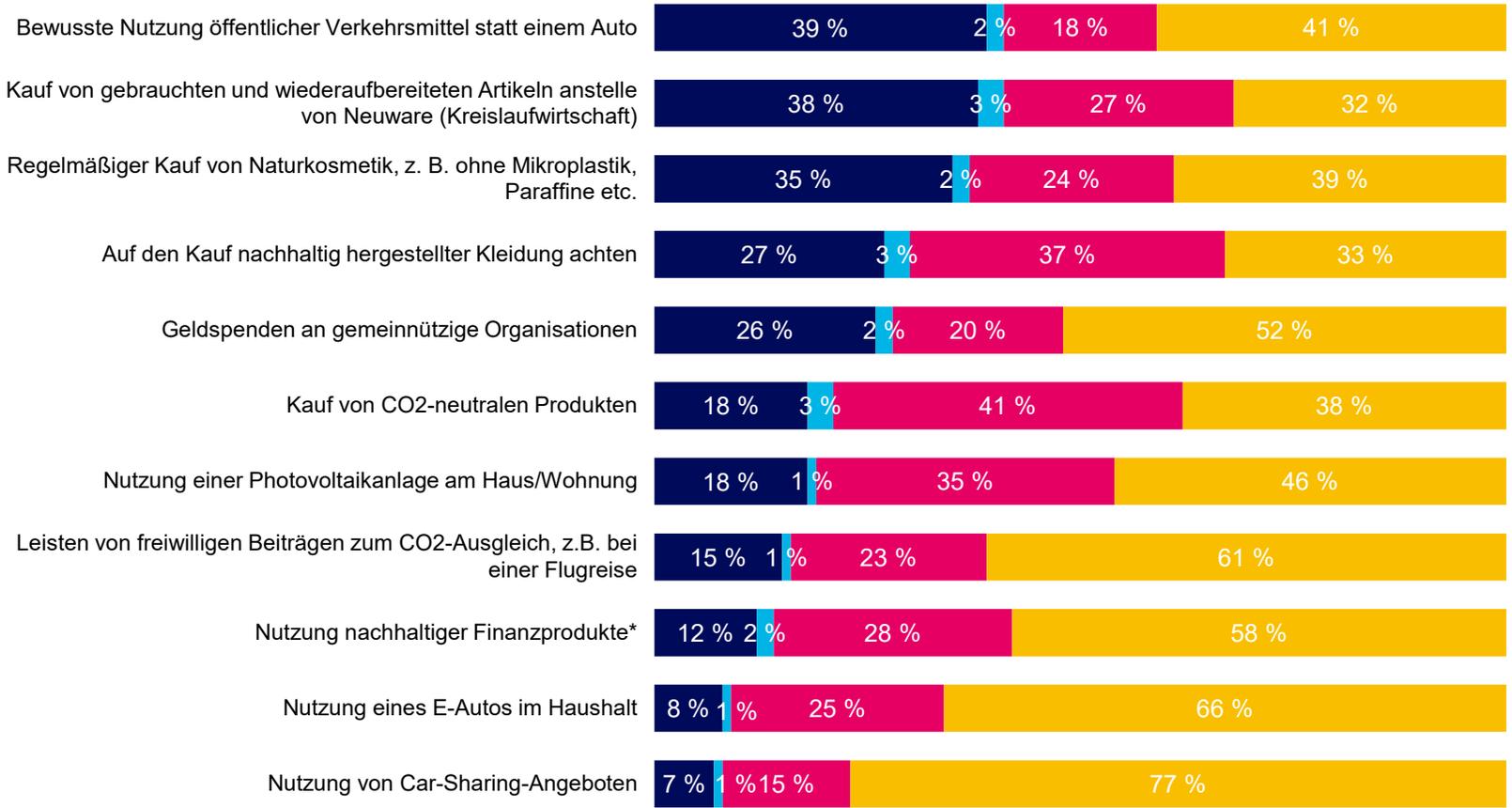
Die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher sehen ihren Beitrag zum Klimaschutz vor allem in der Mülltrennung oder im Recycling. Aber auch die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung und das Sparen von Wasser und Heizenergie gehören für rund drei Viertel der Bevölkerung bereits zum Alltag.

Frage 17: Ein bewussteres Konsumverhalten kann einen entscheidenden Beitrag für Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten. Was tun Sie persönlich regelmäßig in Ihrem Alltag und was möchten Sie in Zukunft (vermehrt) für Klimaschutz und Nachhaltigkeit tun?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Matrixfrage mit Mehrfachnennung: Das tue ich bereits / Das möchte ich in Zukunft (mehr) tun / Darauf lege ich keinen Wert; umcodiert zu vier Kategorien)



# Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit (2/2)

Mehr als 40 Prozent möchten in Zukunft auf den Kauf von CO2-neutralen Produkten umsteigen. Über ein Drittel will zudem beim Kauf von Kleidung auf eine nachhaltige Herstellung achten.



Frage 17: Ein bewussteres Konsumverhalten kann einen entscheidenden Beitrag für Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten. Was tun Sie persönlich regelmäßig in Ihrem Alltag und was möchten Sie in Zukunft (vermehrt) für Klimaschutz und Nachhaltigkeit tun?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Matrixfrage mit Mehrfachnennung: Das tue ich bereits / Das möchte ich in Zukunft (mehr) tun / Darauf lege ich keinen Wert; umcodiert zu vier Kategorien)

- Das tue ich bereits ausreichend
- Das tue ich bereits, möchte es in Zukunft aber noch mehr tun
- Das tue ich aktuell nicht, möchte es aber in Zukunft tun
- Darauf lege ich keinen Wert

\*z. B. Anteile an einem Wertpapierfonds, der in nachhaltige Unternehmen investiert und / oder klimaschädliche Branchen ausschließt oder ein Konsumentenkredit bei einer Bank, die sich für soziale Nachhaltigkeit, wie die Förderung der Überschuldungsprävention engagiert

# Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Über 50-Jährige sind besonders aktiv, wenn es in ihrem Alltag um Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit geht.

Das tue ich bereits	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Mülltrennung und/oder Recycling	88 %	83 %	82 %	93 %
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	83 %	77 %	76 %	89 %
Wasser und Heizenergie sparen*	79 %	67 %	75 %	85 %
Kauf und Verwendung von Elektrogeräten mit verhältnismäßig wenig Energieverbrauch	68 %	48 %	67 %	75 %
Kauf von regionalen und/oder saisonalen Lebensmitteln	68 %	54 %	63 %	77 %
Auf den Kauf von zu viel Kleidungsstücken verzichten und lieber qualitativ gute Kleidung kaufen, die man länger tragen kann	67 %	64 %	61 %	73 %
Vermeidung von Plastikmüll*	60 %	52 %	52 %	68 %
Vermeidung kleinerer Online-Bestellungen oder Rücksendungen	55 %	53 %	46 %	61 %
Einschränkung von Flugreisen*	53 %	53 %	46 %	58 %
Bezug von Ökostrom	48 %	36 %	44 %	54 %
Einschränkung des Konsums von tierischen Nahrungsmitteln	43 %	45 %	45 %	42 %
Regelmäßiger (bewusster) Kauf von Bio-Lebensmitteln	43 %	45 %	42 %	42 %
Bewusste Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel statt einem Auto	41 %	53 %	39 %	37 %
Kauf von gebrauchten und wiederaufbereiteten Artikeln anstelle von Neuware (Kreislaufwirtschaft)	41 %	47 %	44 %	37 %
Regelmäßiger Kauf von Naturkosmetik*	37 %	39 %	36 %	38 %
Auf den Kauf nachhaltig hergestellter Kleidung achten	30 %	25 %	28 %	33 %
Geldspenden an gemeinnützige Organisationen	28 %	23 %	29 %	29 %
Kauf von CO2-neutralen Produkten	21 %	23 %	21 %	20 %
Nutzung einer Photovoltaikanlage am Haus/Wohnung	19 %	22 %	22 %	17 %
Leisten von freiwilligen Beiträgen zum CO2-Ausgleich*	16 %	20 %	15 %	15 %
Nutzung nachhaltiger Finanzprodukte*	13 %	20 %	15 %	10 %
Nutzung eines E-Autos im Haushalt	9 %	11 %	11 %	6 %
Nutzung von Car-Sharing-Angeboten	8 %	12 %	10 %	5 %

Frage 17: Ein bewussteres Konsumverhalten kann einen entscheidenden Beitrag für Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten. Was tun Sie persönlich regelmäßig in Ihrem Alltag und was möchten Sie in Zukunft (vermehrt) für Klimaschutz und Nachhaltigkeit tun?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Matrixfrage mit Mehrfachnennung; hier dargestellt: Das tue ich bereits)  
 \*, Es wurden Beispiele genannt

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Mehr als die Hälfte der unter 30-Jährigen will in Zukunft ihren Konsum nachhaltiger gestalten, indem sie CO2-neutrale Produkte kaufen oder beim Kauf von Kleidung auf eine nachhaltige Herstellung achten.

Das möchte ich in Zukunft (mehr) tun	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Kauf von CO2-neutralen Produkten	44 %	54 %	42 %	41 %
Auf den Kauf nachhaltig hergestellter Kleidung achten	40 %	54 %	39 %	36 %
Nutzung einer Photovoltaikanlage am Haus/Wohnung	36 %	48 %	41 %	29 %
Vermeidung von Plastikmüll*	31 %	37 %	40 %	24 %
Kauf von gebrauchten und wiederaufbereiteten Artikeln anstelle von Neuware (Kreislaufwirtschaft)	30 %	43 %	31 %	24 %
Nutzung nachhaltiger Finanzprodukte*	30 %	46 %	30 %	24 %
Regelmäßiger (bewusster) Kauf von Bio-Lebensmitteln	30 %	41 %	30 %	27 %
Kauf und Verwendung von Elektrogeräten mit verhältnismäßig wenig Energieverbrauch	26 %	45 %	28 %	19 %
Nutzung eines E-Autos im Haushalt	26 %	38 %	34 %	17 %
Regelmäßiger Kauf von Naturkosmetik*	26 %	34 %	28 %	22 %
Bezug von Ökostrom	25 %	44 %	26 %	18 %
Kauf von regionalen und/oder saisonalen Lebensmitteln	25 %	43 %	30 %	16 %
Einschränkung des Konsums von tierischen Nahrungsmitteln	24 %	33 %	26 %	20 %
Leisten von freiwilligen Beiträgen zum CO2-Ausgleich*	24 %	32 %	29 %	18 %
Vermeidung kleinerer Online-Bestellungen oder Rücksendungen	24 %	32 %	30 %	17 %
Auf den Kauf von zu viel Kleidungsstücken verzichten und lieber qualitativ gute Kleidung kaufen, die man länger tragen kann	23 %	34 %	29 %	16 %
Geldspenden an gemeinnützige Organisationen	21 %	36 %	25 %	14 %
Bewusste Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel statt einem Auto	20 %	26 %	23 %	16 %
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	17 %	25 %	23 %	11 %
Einschränkung von Flugreisen*	16 %	25 %	18 %	11 %
Nutzung von Car-Sharing-Angeboten	16 %	31 %	16 %	11 %
Wasser und Heizenergie sparen*	16 %	31 %	20 %	9 %
Mülltrennung und/oder Recycling	10 %	18 %	15 %	4 %

Frage 17: Ein bewussteres Konsumverhalten kann einen entscheidenden Beitrag für Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten. Was tun Sie persönlich regelmäßig in Ihrem Alltag und was möchten Sie in Zukunft (vermehrt) für Klimaschutz und Nachhaltigkeit tun?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Matrixfrage mit Mehrfachnennung; hier dargestellt: Das möchte ich in Zukunft (mehr) tun)

\*, Es wurden Beispiele genannt

\*, Es wurden Beispiele genannt

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Für über 50-Jährige ist der Kauf von gebrauchten und wiederaufbereiteten Produkten anstelle von Neuwaren eher keine Option, um einen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

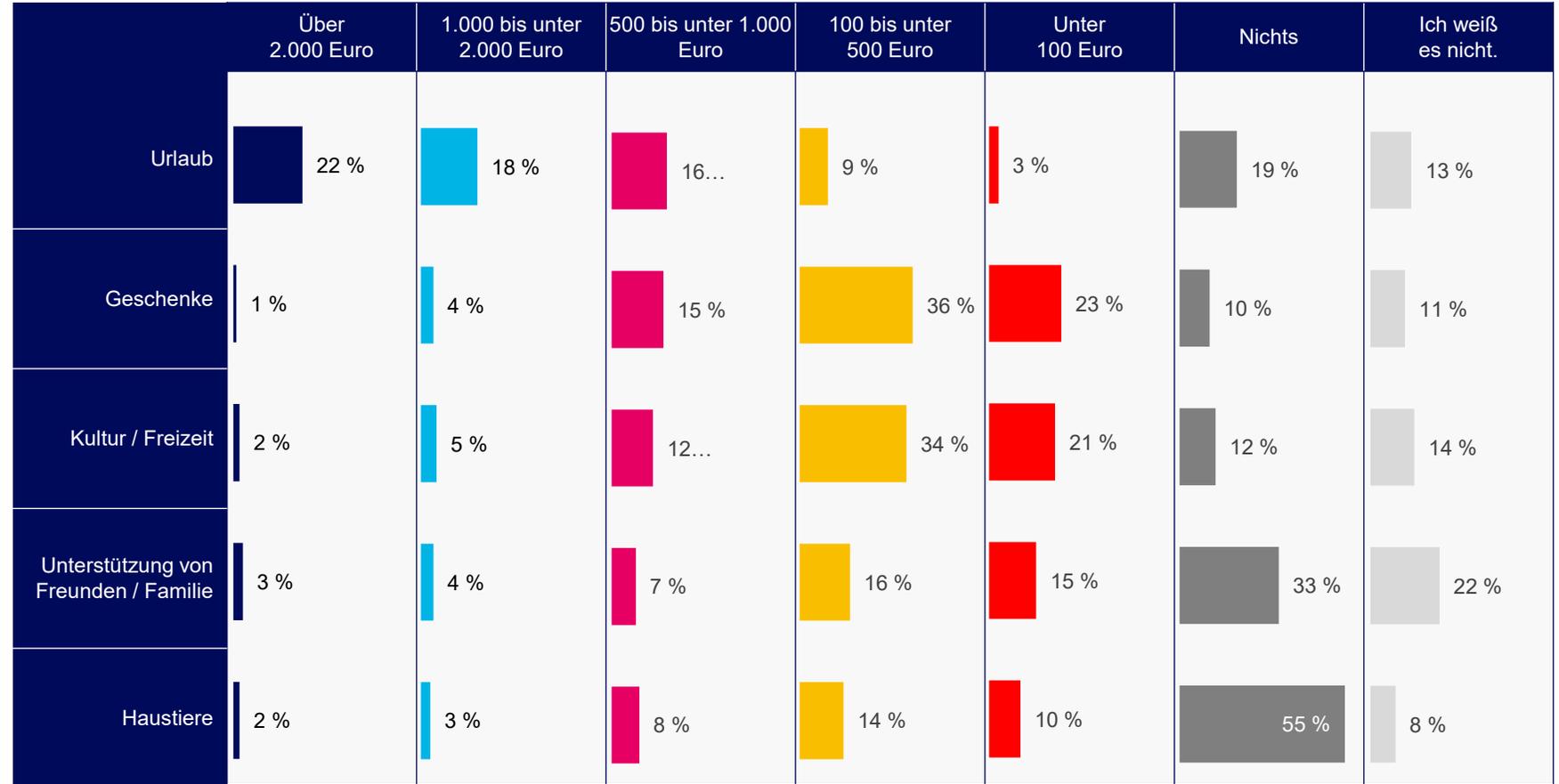
Darauf lege ich keinen Wert	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Nutzung von Car-Sharing-Angeboten	77 %	59 %	75 %	84 %
Nutzung eines E-Autos im Haushalt	66 %	52 %	57 %	77 %
Leisten von freiwilligen Beiträgen zum CO2-Ausgleich*	61 %	49 %	58 %	68 %
Nutzung nachhaltiger Finanzprodukte*	59 %	40 %	56 %	67 %
Geldspenden an gemeinnützige Organisationen	52 %	45 %	49 %	57 %
Nutzung einer Photovoltaikanlage am Haus/Wohnung	46 %	34 %	38 %	55 %
Bewusste Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel statt einem Auto	41 %	26 %	41 %	47 %
Regelmäßiger Kauf von Naturkosmetik*	39 %	32 %	39 %	42 %
Kauf von CO2-neutralen Produkten	38 %	30 %	41 %	40 %
Einschränkung des Konsums von tierischen Nahrungsmitteln	36 %	29 %	34 %	40 %
Auf den Kauf nachhaltig hergestellter Kleidung achten	33 %	27 %	36 %	33 %
Einschränkung von Flugreisen*	33 %	27 %	39 %	32 %
Kauf von gebrauchten und wiederaufbereiteten Artikeln anstelle von Neuware (Kreislaufwirtschaft)	32 %	17 %	28 %	40 %
Regelmäßiger (bewusster) Kauf von Bio-Lebensmitteln	31 %	23 %	33 %	33 %
Bezug von Ökostrom	29 %	23 %	33 %	28 %
Vermeidung kleinerer Online-Bestellungen oder Rücksendungen	23 %	18 %	28 %	22 %
Auf den Kauf von zu viel Kleidungsstücken verzichten und lieber qualitativ gute Kleidung kaufen, die man länger tragen kann	13 %	11 %	15 %	13 %
Vermeidung von Plastikmüll*	13 %	16 %	15 %	11 %
Kauf von regionalen und/oder saisonalen Lebensmitteln	12 %	15 %	14 %	9 %
Kauf und Verwendung von Elektrogeräten mit verhältnismäßig wenig Energieverbrauch	10 %	14 %	11 %	7 %
Wasser und Heizenergie sparen*	8 %	8 %	11 %	6 %
Mülltrennung und/oder Recycling	5 %	5 %	7 %	3 %
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	4 %	6 %	6 %	2 %

Frage 17: Ein bewussteres Konsumverhalten kann einen entscheidenden Beitrag für Klimaschutz und Nachhaltigkeit leisten. Was tun Sie persönlich regelmäßig in Ihrem Alltag und was möchten Sie in Zukunft (vermehrt) für Klimaschutz und Nachhaltigkeit tun?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Matrixfrage mit Mehrfachnennung; hier dargestellt: Darauf lege ich keinen Wert)  
 \*, Es wurden Beispiele genannt

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert    ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

# Geplante Ausgaben des kommenden Jahres

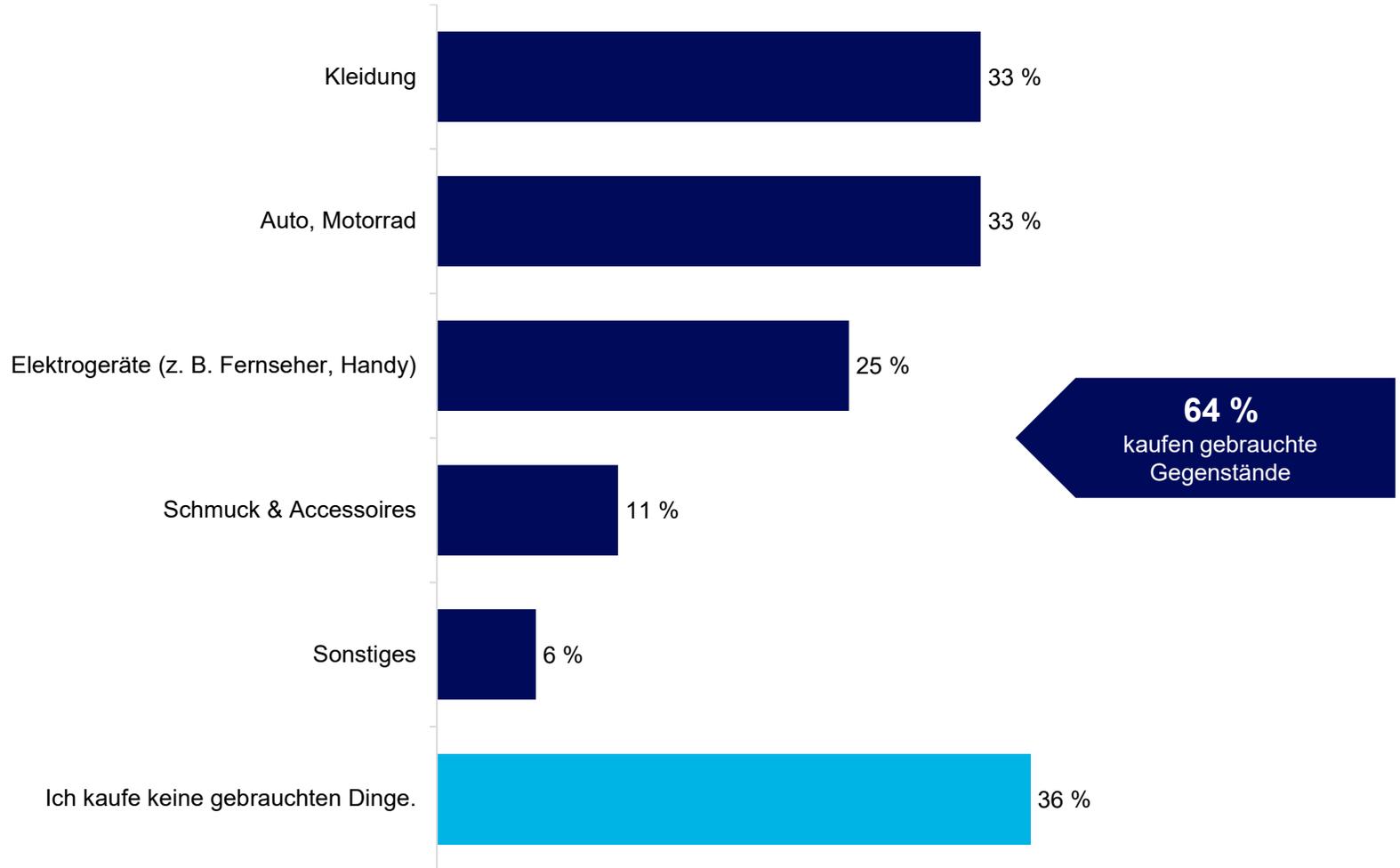
Rund ein Fünftel der Deutschen plant, im kommenden Jahr mehr als 2.000 Euro für Urlaubsreisen auszugeben.



Frage 18: Sofern bekannt, wieviel planen Sie grob im kommenden Jahr für die nachfolgenden Bereiche auszugeben?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Skalierte Abfrage)

# Kauf von gebrauchten Dingen

Knapp zwei Drittel der Deutschen kaufen gebrauchte Gegenstände. Dabei handelt es sich vor allem um Kleidung sowie Autos und Motorräder.



Frage 19: Kaufen Sie bestimmte Dinge gebraucht bzw. planen Sie bestimmte Dinge gebraucht zu kaufen?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

# Kauf von gebrauchten Dingen

Vor allem für Jüngere kommt bzw. käme der Kauf von gebrauchter Kleidung in Frage. Aber auch der Kauf von Elektrogeräten ist in dieser Altersgruppe eine attraktive Alternative zum Neukauf.

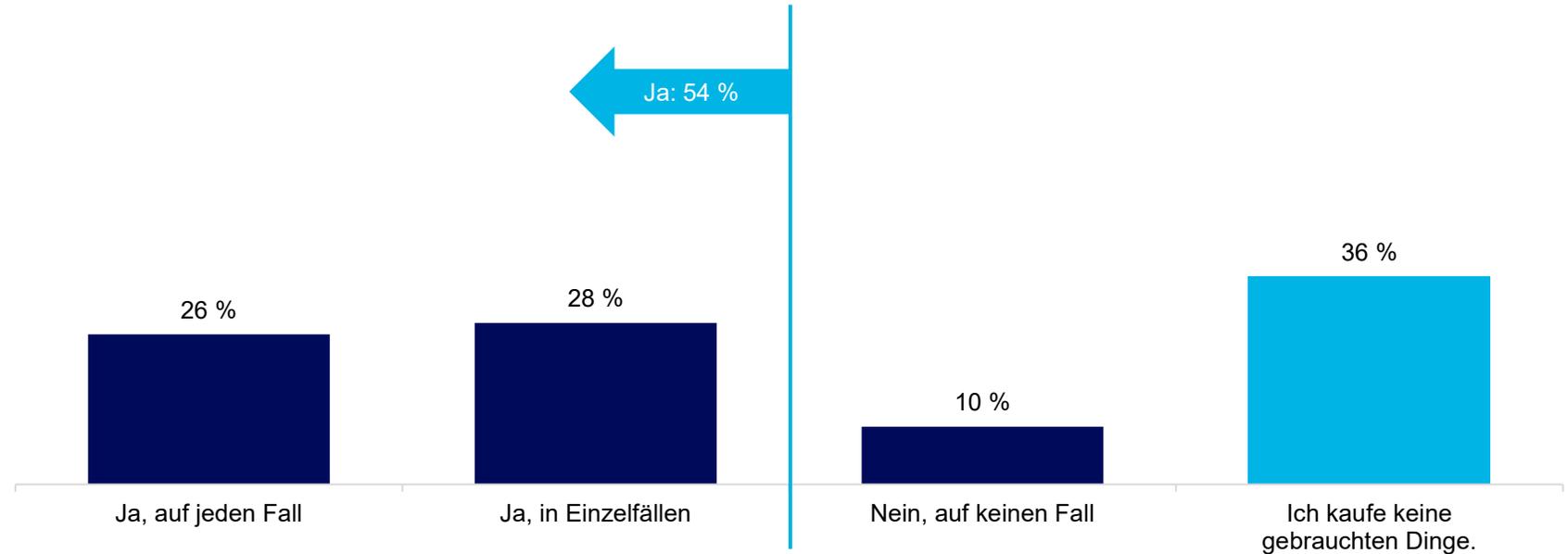
Kauf von gebrauchten Dingen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Kleidung	<b>33 %</b>	44 %	37 %	27 %
Auto, Motorrad	<b>33 %</b>	34 %	35 %	31 %
Elektrogeräte (z. B. Fernseher, Handy)	<b>25 %</b>	35 %	27 %	20 %
Schmuck & Accessoires	<b>11 %</b>	18 %	14 %	7 %
Sonstiges	<b>6 %</b>	5 %	7 %	7 %
Ich kaufe keine gebrauchten Dinge.	<b>36 %</b>	26 %	31 %	43 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 19: Kaufen Sie bestimmte Dinge gebraucht bzw. planen Sie bestimmte Dinge gebraucht zu kaufen?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

# Verschenken von gebrauchten Dingen

Etwa die Hälfte der Deutschen würde Gebrauchtes auch verschenken.



Frage 20: Würden Sie auch gebrauchte Dinge verschenken?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Verschenken von gebrauchten Dingen

Das Verschenken von gebrauchten Gegenständen wird vor allem von unter 30-Jährigen in Betracht gezogen.

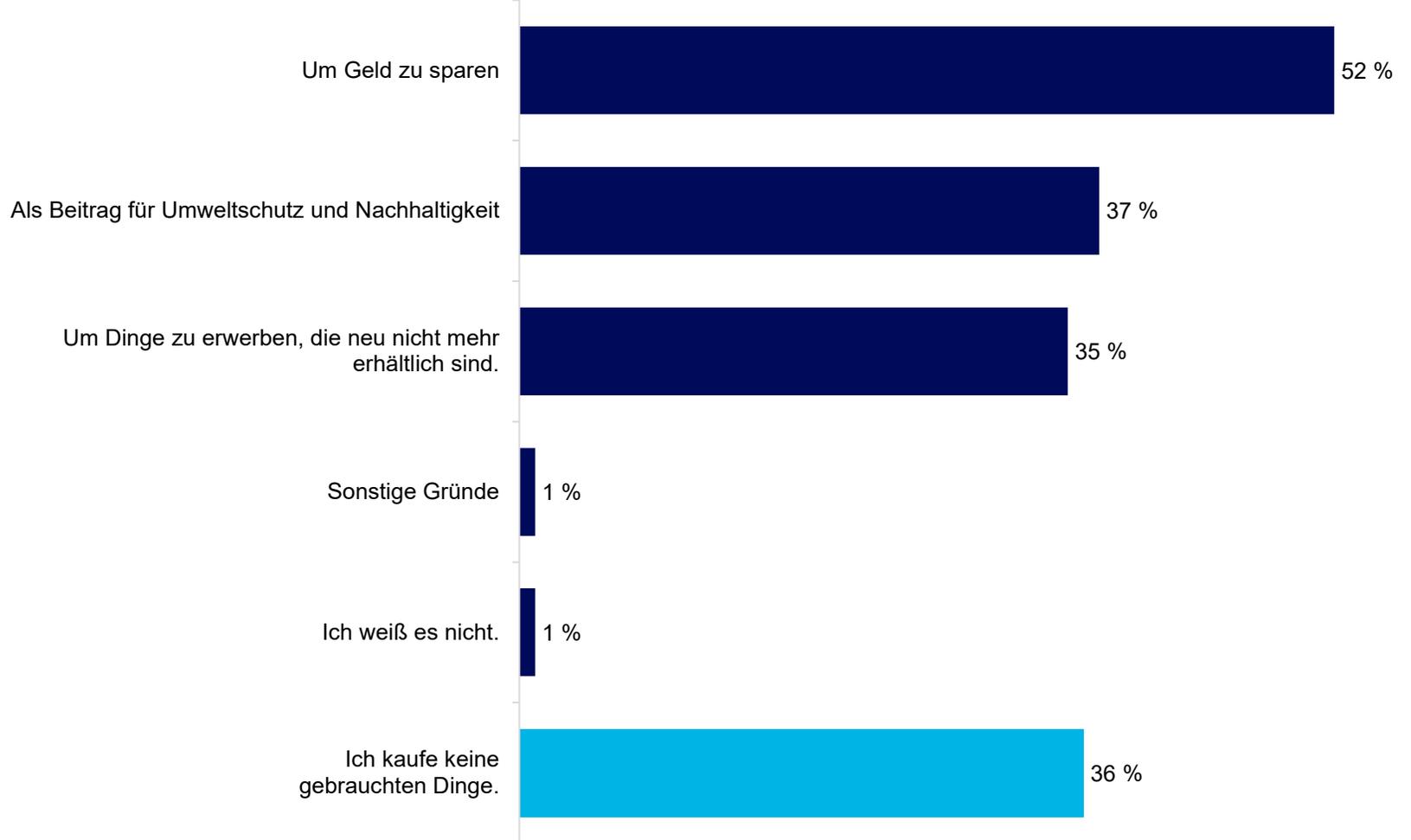
Verschenken von gebrauchten Dingen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Ja, auf jeden Fall	<b>26 %</b>	32 %	29 %	22 %
Ja, in Einzelfällen	<b>28 %</b>	36 %	30 %	24 %
Nein, auf keinen Fall	<b>10 %</b>	6 %	10 %	11 %
Ich kaufe keine gebrauchten Dinge.	<b>36 %</b>	26 %	31 %	43 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 20: Würden Sie auch gebrauchte Dinge verschenken?  
 Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennung)

# Gründe für den Kauf gebrauchter Dinge

Der Hauptgrund für den Kauf von gebrauchten Dingen ist, Geld zu sparen. Nachhaltigkeit ist für ein Drittel der Deutschen zwar auch ein Grund, spielt aber eine vergleichsweise nachrangige Rolle.



Frage 21: Aus welchen Gründen würden Sie gebrauchte Sachen kaufen?  
Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

# Gründe für den Kauf gebrauchter Dinge

Knapp die Hälfte der unter 30-Jährigen möchte mit dem Kauf gebrauchter Gegenstände einen Beitrag zu Umweltschutz und Nachhaltigkeit leisten.

Gründe für den Kauf gebrauchter Dinge	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	3.050	532	1.014	1.504
Um Geld zu sparen	52 %	60 %	55 %	47 %
Als Beitrag für Umweltschutz und Nachhaltigkeit	37 %	46 %	39 %	32 %
Um Dinge zu erwerben, die neu nicht mehr erhältlich sind.	35 %	42 %	41 %	28 %
Sonstige Gründe	1 %	0 %	2 %	2 %
Ich weiß es nicht.	1 %	2 %	1 %	1 %
Ich kaufe keine gebrauchten Dinge.	36 %	26 %	31 %	43 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert
 ■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Frage 21: Aus welchen Gründen würden Sie gebrauchte Sachen kaufen?

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Mehrfachnennungen)

# Statistik

Geschlecht	
Männer	50 %
Frauen	50 %

Altersgruppe	
18-29 Jahre	17 %
30-39 Jahre	17 %
40-49 Jahre	16 %
50-59 Jahre	20 %
60-69 Jahre	18 %
70-79 Jahre	12 %

Zusammenleben mit Partnerin / Partner	
Ja	61 %
Nein	39 %

Berufstätigkeit	
Voll/teilweise berufstätig	62 %
Im Ruhestand	25 %
Nicht berufstätig	13 %

Basis: Alle Befragten, N = 3.050 (Einfachnennungen)

Höchster Schul- bzw. Hochschulabschluss	
Ohne Haupt-/Volksschulabschluss	1 %
Haupt-/Volksschulabschluss, ESA	9 %
Mittlere Reife, MSA, Realschulabschluss, Fachschulreife/Polytechnische Oberschule	30 %
Abitur, Fachoberschule, (Fach-)Hochschulreife	30 %
(Fach-)Hochschulstudium	29 %
Anderer Abschluss	1 %

Haushaltsnettoeinkommen	
Bis unter 1.000 Euro	7 %
1.000 bis unter 2.000 Euro	18 %
2.000 bis unter 3.000 Euro	19 %
3.000 bis unter 4.000 Euro	15 %
4.000 Euro und mehr	25 %
Keine Angabe	16 %

Ortscharakter	
Großstadt	28 %
Umland bzw. Metropolregion einer Großstadt	13 %
Mittelgroße Stadt	17 %
Kleinstadt	19 %
Ländliche Gegend/auf dem Land	23 %

Wohnsituation	
Zur Miete	56 %
In der eigenen Eigentumswohnung	10 %
Im eigenen Haus	32 %
Keine Angabe	2 %

Bundesland	
Schleswig-Holstein	3 %
Hamburg	2 %
Niedersachsen	10 %
Bremen	1 %
Nordrhein-Westfalen	21 %
Hessen	8 %
Rheinland-Pfalz	5 %
Baden-Württemberg	13 %
Bayern	16 %
Saarland	1 %
Berlin	4 %
Brandenburg	3 %
Mecklenburg-Vorpommern	2 %
Sachsen	5 %
Sachsen-Anhalt	3 %
Thüringen	3 %

**TeamBank AG Nürnberg**

Beuthener Straße 25

90471 Nürnberg

Germany

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