

TeamBank- Liquiditätsbarometer Österreich Februar 2025



Ergebnisse einer repräsentativen Umfrage unter der österreichischen Wohnbevölkerung
im Alter von 18 bis 79 Jahren

Studienanlage

- **Inhalt der Studie**

Der Berichtsband stellt die Ergebnisse der 12. Welle einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung in Österreich mit Personen im Alter von 18 bis 79 Jahren dar. Im Fokus der Befragung stehen die Themen Liquidität sowie Finanz- und Ausgabeverhalten. Die erste Befragung fand im Sommer 2016 statt. Verhaltens- und Einstellungsänderungen aufgrund der hohen Preissteigerungen können dadurch gut herausgearbeitet werden.

- **Stichprobengröße**

N = 1.583 Befragte zwischen 18 und 79 Jahren, darunter N = 118 Burgenland, N = 166 Kärnten, N = 239 Niederösterreich, N = 211 Oberösterreich, N = 112 Salzburg, N = 236 Steiermark, N = 176 Tirol, N = 102 Vorarlberg, N = 223 Wien

- **Methode**

Befragung über ein Online-Panel

- **Durchführendes Institut**

YouGov Deutschland GmbH

- **Gewichtung**

Bevölkerungsrepräsentative Gewichtung der Stichprobe nach Bundesland (Proportionalisierung), Alter und Geschlecht (Referenz: Statistik Austria). Die Ergebnisse wurden auf ganze Zahlen gerundet.

- **Befragungszeitraum**

Januar/Februar 2025

Inhalt

Zur Berechnung des TeamBank-Liquiditätsbarometers	Seite 4
Management Summary	Seite 7
Ergebnisse der Studie Liquiditätsbarometer 2025 in Österreich	
1. Das TeamBank-Liquiditätsbarometer	Seite 11
2. Ausgabepläne	Seite 16
3. Liquiditätssituation	Seite 22
4. Finanzverhalten	Seite 38
5. Ausgabeverhalten	Seite 48
6. Statistik	Seite 66

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 23) und Frage 5 (zukünftige finanzielle Situation, vgl. Seite 26).

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	

1. Berechnung des Saldos:

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

$$\text{Saldo (F5)} = (\text{Deutlich besser} + \text{Etwas besser}) - (\text{Etwas schlechter} + \text{Deutlich schlechter})$$

2. Berechnung der Stimmung

$$\text{Stimmung} = \sqrt{(\text{Saldo (F3)} + 200) (\text{Saldo (F5)} + 200)}$$

3. Berechnung des Index

$$\text{Index} = (\text{Stimmung} - 200)$$

Management Summary

Management Summary

Im Vergleich zur Vorwelle ist der **Liquiditätsindex** in Österreich mit aktuell 21,00 Punkten **leicht gesunken** und liegt damit immer noch unter dem Niveau der Vor-Corona-Jahre (S. 12). Die **Stimmung ist bei den jüngeren Personen deutlich positiver** als bei den über 50-Jährigen (S. 13). Allerdings ist der Index im Vergleich zur Vorwelle in allen Altersgruppen gesunken, wobei der Rückgang bei den 18- bis 29-Jährigen besonders stark ausgeprägt ist (S. 14). Den **höchsten Liquiditätsindex weist nach wie vor Wien** mit 27,55 Punkten auf, gefolgt vom Burgenland mit 25,92 Punkten (S. 15).

Derzeit bewerten rund **sieben von zehn** Befragten ihre **finanzielle Situation als gut oder sehr gut**. Daneben ist bei den unter 50-Jährigen ein Rückgang derer zu beobachten, die ihre finanzielle Situation als (sehr) gut einschätzen (S. 23). Insgesamt hat sich die finanzielle Situation für mehr Befragte verbessert als verschlechtert (S. 24). Diese **Verbesserung** zeigt sich vor allem bei den Jüngeren (S. 25). Gleichzeitig blicken 45 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher **optimistisch** in die nächsten drei bis fünf Jahre, was einem leichten Rückgang von 2 Prozentpunkten gegenüber Juli 2024 entspricht (S. 26). Die **Generation 50+ ist dabei deutlich skeptischer** als die jüngeren Altersgruppen (S. 27).

Wie in den vergangenen Umfragen plant die Mehrheit der Befragten, in den kommenden Monaten vor **allem Geld für Restaurantbesuche, Urlaubsreisen** und die **Bildung von Rücklagen für besondere Anschaffungen** auszugeben (S. 17). Die **Konsumneigung** der 18- bis 29-Jährigen ist dabei im Vergleich zur letzten Befragung deutlich zurückgegangen und alle abgefragten Ausgabenkategorien verzeichnen zum Teil **deutliche Rückgänge** (S. 18).

Eine interessante regionale Ausprägung zeigt sich in Kärnten, wo überdurchschnittlich häufig **Restaurantbesuche** geplant werden, während **Rücklagen für Anschaffungen** eher selten gebildet werden (S. 19). Gleichzeitig geben 78 Prozent aller Befragten an, einen Teil ihrer ursprünglich geplanten Ausgaben zu verschieben. Insbesondere bei **Restaurantbesuchen** wollen fast 40 Prozent sparen (S. 20). Generell zeigen Haushalte mit einem Einkommen zwischen 3.000 und unter 4.000 Euro die höchste **Bereitschaft, in mehreren Bereichen gleichzeitig zu sparen** (S. 21).

Management Summary

Knapp ein Drittel der Befragten gibt an, dass sich ihre **frei verfügbaren finanziellen Mittel** in den letzten zwölf Monaten verringert haben (S. 30). Besonders betroffen ist die ältere Generation: 16 Prozent der über 50-Jährigen geben an, **deutlich weniger Geld** zu haben als noch vor einem Jahr (S. 31). Auch Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen von weniger als 3.000 Euro sind häufig von **sinkenden finanziellen Mitteln** betroffen, während ein Drittel der **Haushalte mit mehr als 4.000 Euro** im gleichen Zeitraum sogar einen **Zuwachs** verzeichnet (S. 32).

Bei den **Rücklagen für unvorhergesehene Ausgaben** weiß etwas mehr als die Hälfte genau, wie viel Geld ihnen zur Verfügung steht, sieben Prozent haben darüber keine Informationen (S. 33). Die unter 30-Jährigen haben hier häufiger einen schlechteren Überblick (S. 34). Insgesamt haben 26 Prozent **mindestens 5.000 Euro für unvorhergesehene Ausgaben** zur Verfügung, während ein **Fünftel der Befragten weniger als 500 Euro** zur Verfügung hat (S. 36). Die Verteilung dieses Polsters ist in allen Altersgruppen relativ ähnlich (S. 37).

Ein auffälliger Unterschied zwischen den Geschlechtern zeigt sich bei der **Selbsteinschätzung des Finanzwissens**: Männer schätzen ihre Finanzkompetenz deutlich positiver ein als Frauen. Zudem **steigt die selbst eingeschätzte Finanzkompetenz mit dem Einkommen** (S. 39).

Bei den Finanzierungsformen steht in Österreich der Kauf auf Rechnung an erster Stelle, gefolgt von Darlehen und klassischen Ratenkrediten (S. 41). In der jüngsten Altersgruppe (unter 30 Jahre) haben 40 Prozent **noch nie eine Finanzierung in Anspruch genommen** (S. 42).

Die Hälfte der Befragten gibt an, nur dann einen **Kredit aufzunehmen**, wenn sie sich ausreichend **abgesichert** fühlen (S. 44). Vor allem Haushalte mit einem Einkommen zwischen 3.000 und 4.000 Euro sehen Finanzierungen jedoch als **selbstverständlich** an (S. 45).

Eine große Mehrheit von 91 Prozent ist davon überzeugt, dass mehr Bildung in Finanzfragen eine wirksame Prävention gegen Überschuldung sein kann (S. 46). Mit zunehmendem Einkommen steigt die Zustimmung zu dieser Aussage (S. 47).

Management Summary

Wenn die Österreicherinnen und Österreicher ihre **monatlichen Ausgaben einschränken** müssten, würden sechs von zehn zuerst bei **Restaurantbesuchen** sparen. Für zwei von zehn stünden **Geldanlagen und Altersvorsorge** an erster Stelle der Sparmaßnahmen (S. 49). Während die **Älteren** (50+) vor allem **Restaurantbesuche** reduzieren würden, ist bei den **Jüngeren** im Vergleich zum Juli 2024 die Bereitschaft gestiegen, bei **Urlaubsreisen** und **Lebensmitteln** zu sparen (S. 50).

43 Prozent der Befragten wollen im nächsten Jahr gar kein Geld oder maximal 1.000 Euro für **Urlaub** ausgeben (S. 60). Zudem kaufen sieben von zehn Österreicherinnen und Österreichern **gebrauchte Gegenstände**, wobei die **Anschaffung eines Autos oder Motorrads** und von **Kleidung** im Vordergrund stehen (S. 61). Die über 50-Jährigen zeigen dabei die geringste **Bereitschaft zum Gebrauchtkauf** (S. 62).

Hätten die Befragten **monatlich 100 Euro mehr** zur Verfügung, würden knapp 40 Prozent **Rücklagen für besondere Anschaffungen** bilden, 23 Prozent würden in eine **Urlaubsreise** investieren (S. 52). Die **Bereitschaft, für öko-soziale Produkte mehr zu bezahlen**, ist im Vergleich zum Juli 2024 um zwei Prozentpunkte gestiegen (S. 54). Der Wechsel zu einem **ökologisch-sozialen** oder gemeinwohlorientierten **Finanzinstitut** ist vor allem für jüngere Kundinnen und Kunden interessant, die auch am ehesten bereit sind, **Renditeeinbußen** oder höhere Kosten für nachhaltige Bankprodukte in Kauf zu nehmen (S. 55).

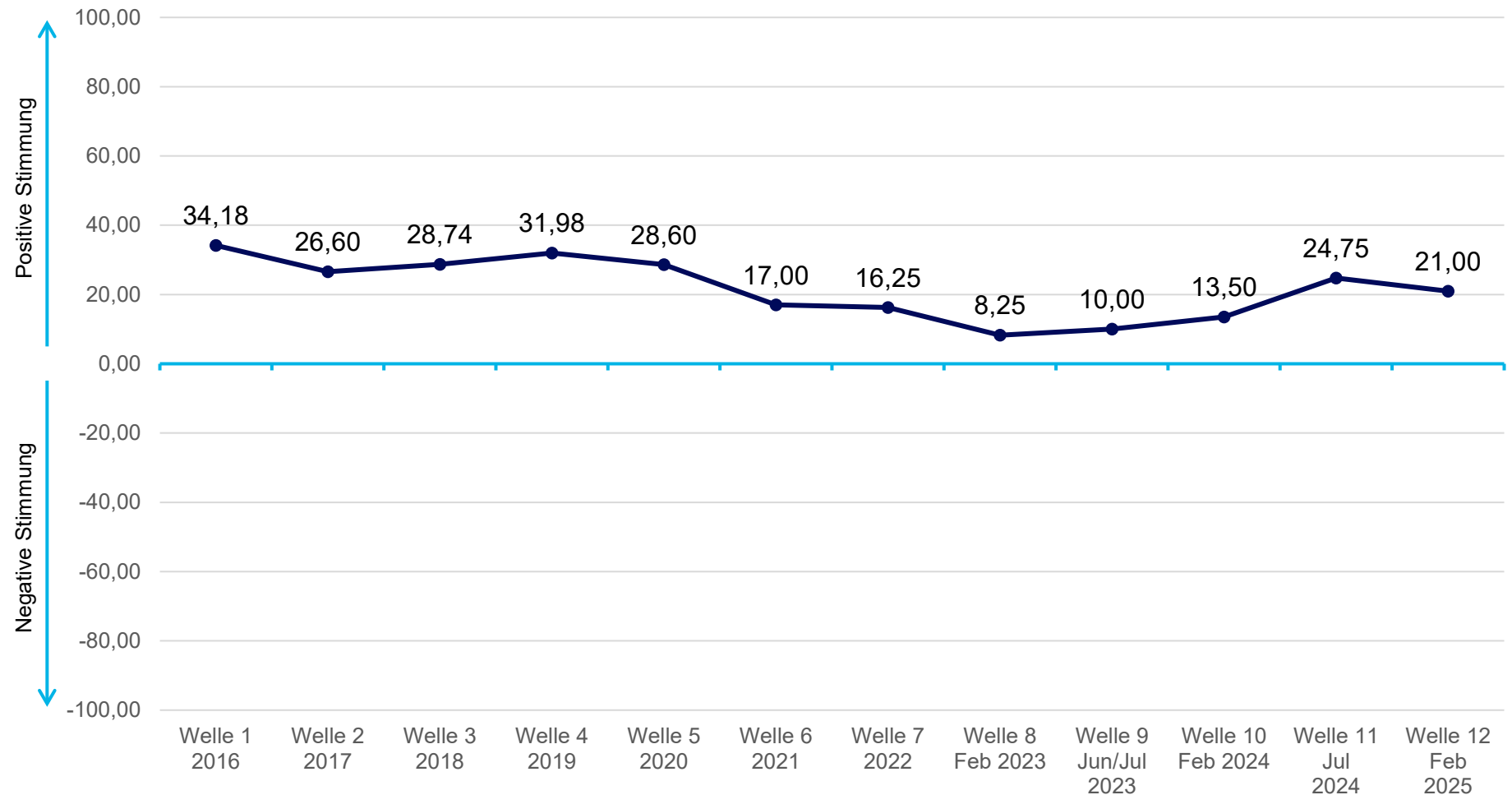
Beim Thema **Klimaschutz und Nachhaltigkeit** setzen die meisten Befragten vor allem auf **Mülltrennung**, die **Vermeidung von Lebensmittelverschwendung** sowie das **Sparen von Wasser** und **Heizenergie** (S. 56). Zukünftig wollen die Befragten vor allem **CO₂-neutrale Produkte** und **nachhaltig produzierte Kleidung** kaufen. Das Interesse an Klimaschutzmaßnahmen ist vor allem bei den unter 30-Jährigen ausgeprägt, während die Älteren deutlich seltener entsprechende Schritte planen (S. 58).

Die Mehrheit der Befragten lehnt derzeit **Car-Sharing-Angebote** und die **Nutzung eines Elektroautos** im eigenen Haushalt ab. Auch hier zeigt sich eine deutliche Kluft zwischen Jüngeren und Älteren hinsichtlich der Akzeptanz verschiedener Klimaschutzmaßnahmen (S. 59).

Das TeamBank- Liquiditätsbarometer

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Gesamtbevölkerung

Im Vergleich zur Vorwelle ist der Index mit aktuell 21,00 Punkten leicht gesunken und befindet sich unter dem Niveau der Vor-Corona-Jahre.



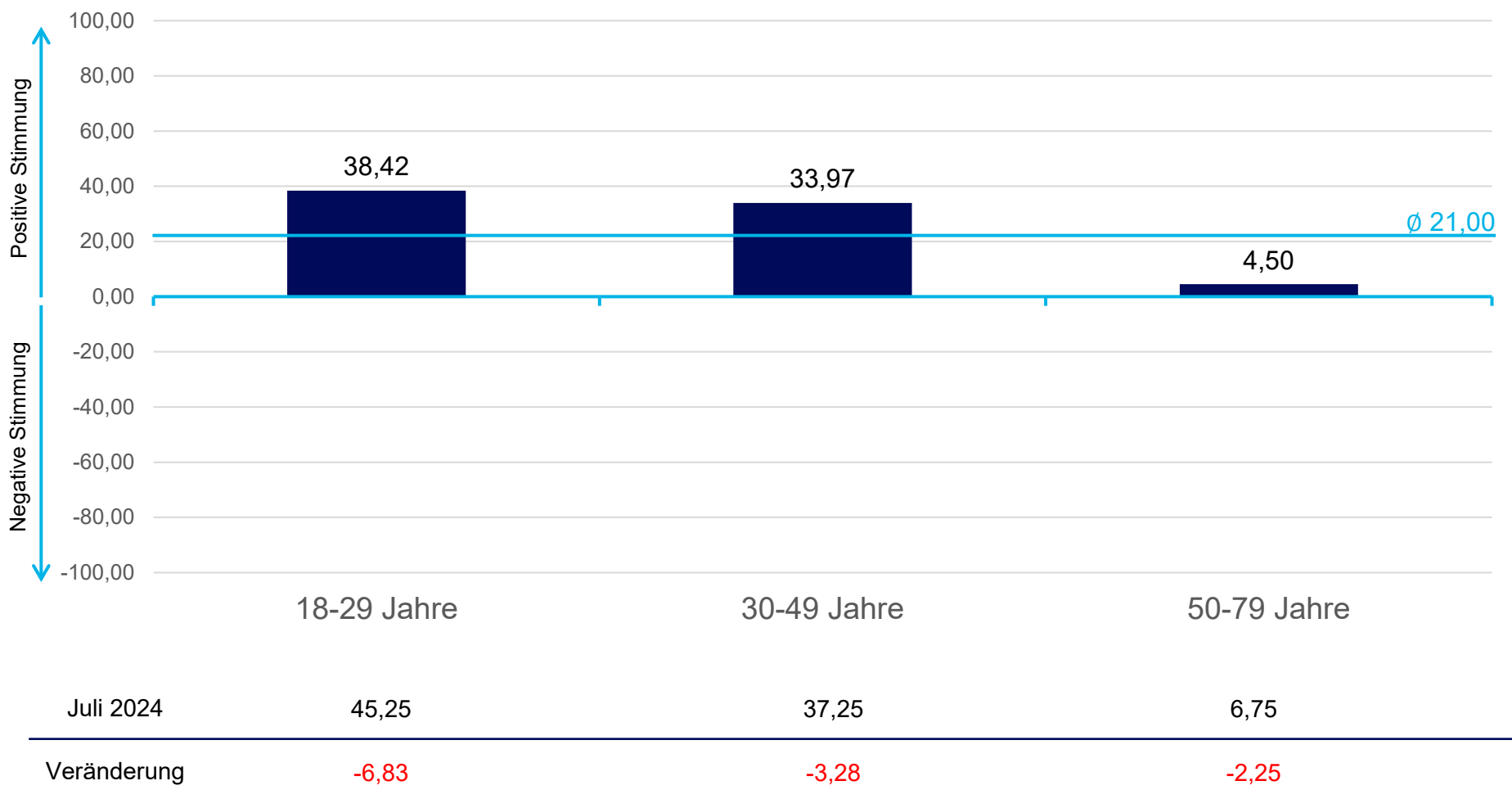
Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?

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 = 1.583 (Einfachnennungen, eigene Berechnung)

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Generationenvergleich

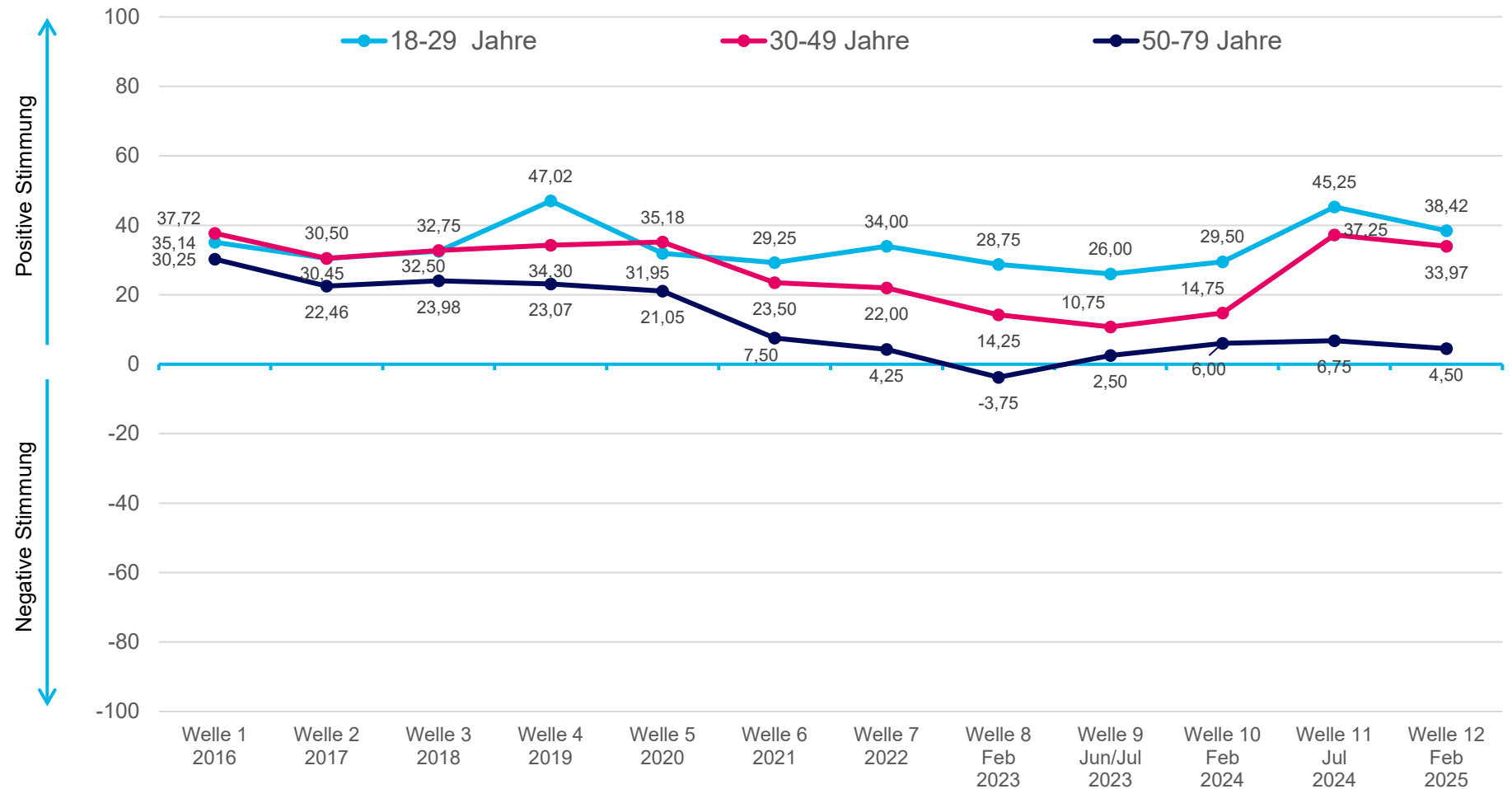
Bei Jüngeren ist die aktuelle Stimmung deutlich besser als bei den ab 50-Jährigen.



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 = 1.583 (Einfachnennungen, eigene Berechnung)

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Generationenvergleich

Der Liquiditätsindex ist im Vergleich zur Vorwelle bei allen Altersgruppen gesunken. Insbesondere die jüngste Kohorte verzeichnet einen deutlichen Rückgang.



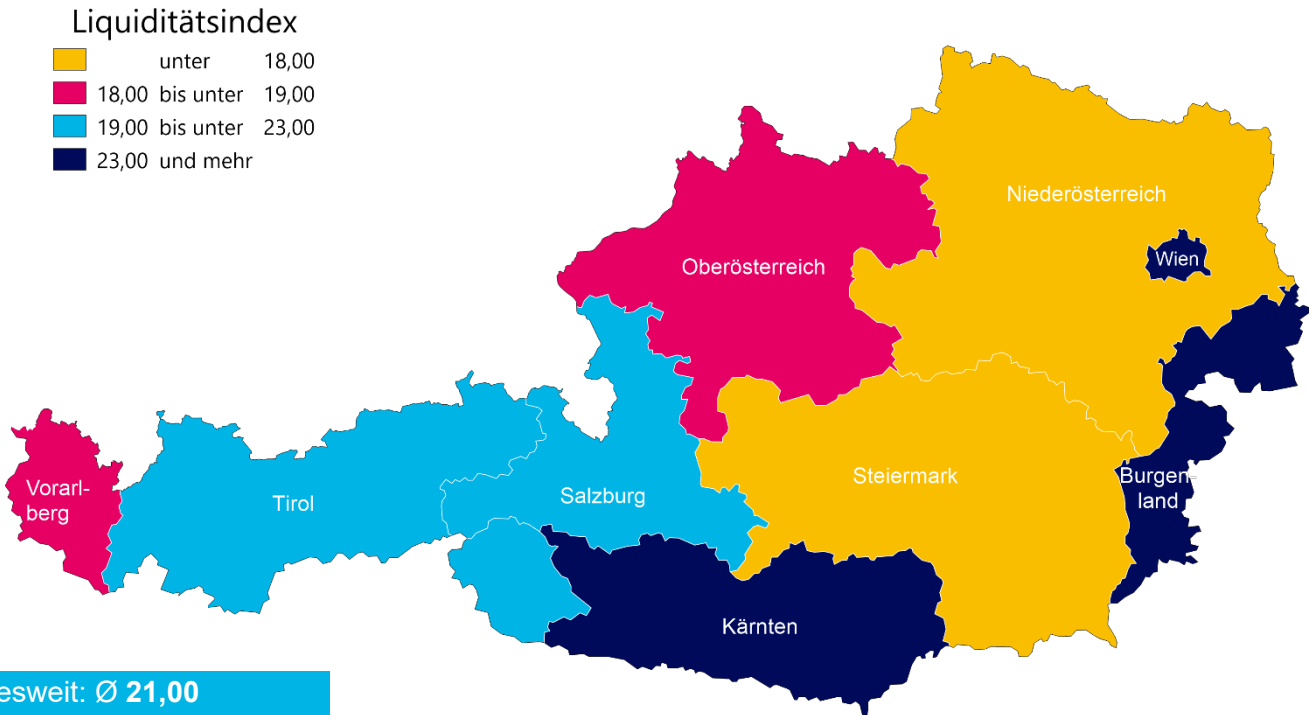
Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?

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 = 1.583 (Einfachnennungen, eigene Berechnung)

Das TeamBank-Liquiditätsbarometer – Regionalvergleich

Mit 27,55 Punkten ist der Liquiditätsindex in Wien nach wie vor am höchsten. An zweiter Stelle liegt das Burgenland mit 25,92 Punkten.



Bundesweit: Ø 21,00 (Juli 2024: Ø 24,75)											
Land	Juli 2024	Feb 2025	Δ	Land	Juli 2024	Feb 2025	Δ	Land	Juli 2024	Feb 2025	Δ
Wien	34,25	27,55	-6,70	Salzburg	28,00	22,20	-5,80	Vorarlberg	25,00	18,10	-6,90
Burgenland	22,75	25,92	3,17	Tirol	20,50	19,90	-0,60	Steiermark	22,75	17,72	-5,03
Kärnten	20,75	23,57	2,82	Oberösterreich	16,50	18,12	1,62	Niederösterreich	23,50	17,67	-5,83

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 = 1.583 (Einfachnennungen, eigene Berechnung)

Ausgabepläne

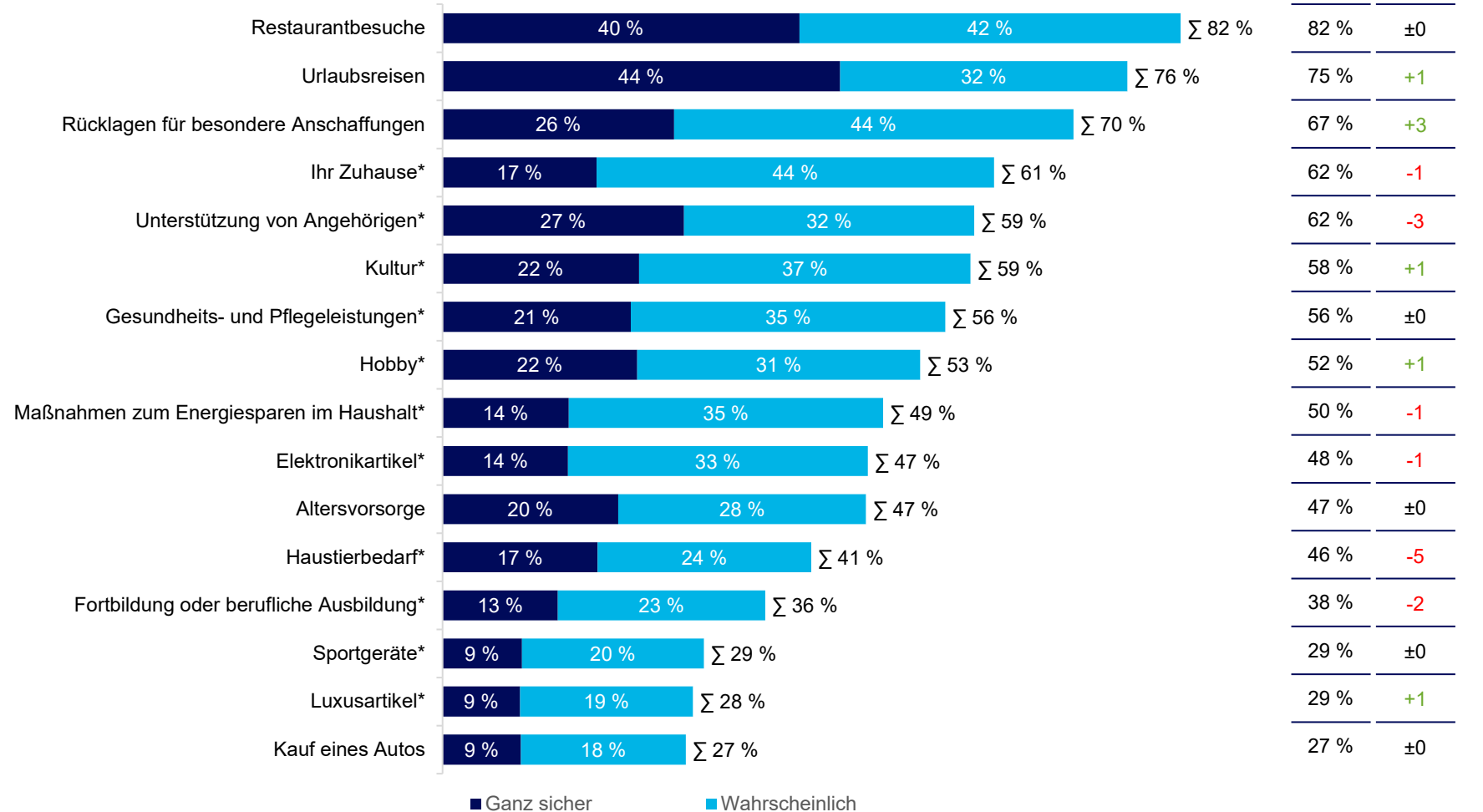
Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

Wie in den vorangegangenen Erhebungen stehen die Ausgaben für Restaurantbesuche, Urlaubsreisen und die Bildung von Rücklagen für besondere Anschaffungen im Vordergrund.

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 = 1.583

(Skalierte Abfrage: Ganz sicher / Wahrscheinlich / Wahrscheinlich nicht / Auf keinen Fall, dargestellt sind Top2)



* Es wurden Beispiele genannt.
** in Prozentpunkten

Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

Die Konsumneigung unter den 18- bis 29-Jährigen ist deutlich zurückgegangen. Verglichen mit der vorherigen Erhebungswelle zeigen sich in allen abgefragten Ausgabenkategorien Rückgänge – teilweise sogar um mehr als zehn Prozentpunkte.

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 = 1.583

(Skalierte Abfrage: Ganz sicher / Wahrscheinlich / Wahrscheinlich nicht / Auf keinen Fall, dargestellt sind Top2)

Ganz sicher + Wahrscheinlich	Total	Altersgruppe (Jahre)			Veränderung zu Juli 2024**		
		18-29	30-49	50-79			
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739			
Restaurantbesuche	82 %	84 %	85 %	79 %	-7	+4	-1
Urlaubsreisen	76 %	78 %	80 %	73 %	-2	+2	+1
Rücklagen für besondere Anschaffungen	70 %	69 %	71 %	68 %	-3	+2	+5
Ihr Zuhause*	61 %	65 %	70 %	53 %	-8	+2	-1
Unterstützung von Angehörigen*	59 %	38 %	66 %	62 %	-18	-3	+2
Kultur*	59 %	66 %	63 %	52 %	-4	+5	-2
Gesundheits- und Pflegeleistungen*	56 %	51 %	60 %	55 %	-12	±0	+4
Hobby*	53 %	66 %	67 %	36 %	-9	+6	+1
Maßnahmen zum Energiesparen im Haushalt*	49 %	44 %	55 %	46 %	-17	-1	+6
Elektronikartikel*	47 %	58 %	54 %	38 %	-8	-2	+3
Altersvorsorge	47 %	44 %	61 %	36 %	-19	+5	+2
Haustierbedarf*	41 %	42 %	54 %	31 %	-16	-1	-4
Fortbildung oder berufliche Ausbildung*	36 %	53 %	49 %	19 %	-11	-1	+1
Sportgeräte*	29 %	34 %	41 %	17 %	-13	+2	+2
Luxusartikel*	28 %	41 %	40 %	14 %	-11	+3	+1
Kauf eines Autos	27 %	35 %	39 %	14 %	-10	+4	-1

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.
** in Prozentpunkten

Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten

Die Kärntnerinnen und Kärntner planen besonders häufig Restaurantbesuche, aber unterdurchschnittlich häufig Rücklagen für Anschaffungen zu bilden.

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 = 1.583

(Skalierte Abfrage: Ganz sicher / Wahrscheinlich / Wahrscheinlich nicht / Auf keinen Fall, dargestellt sind Top2)

Ganz sicher + Wahrscheinlich	Total	Bundesland								
		Bgld.	Ktn.	NÖ	OÖ	Sbg.	Stmk.	Tirol	Vbg.	Wien
Basis (Fallzahl)	1.583	53	100	297	263	99	222	135	70	346
Restaurantbesuche	82 %	82 %	87 %	83 %	83 %	86 %	83 %	79 %	83 %	78 %
Urlaubsreisen	76 %	72 %	78 %	75 %	76 %	81 %	77 %	79 %	75 %	75 %
Rücklagen für besondere Anschaffungen	70 %	65 %	63 %	70 %	72 %	75 %	66 %	71 %	64 %	70 %
Ihr Zuhause*	61 %	56 %	57 %	66 %	58 %	64 %	61 %	57 %	63 %	62 %
Unterstützung von Angehörigen*	59 %	53 %	60 %	61 %	59 %	61 %	64 %	58 %	52 %	56 %
Kultur*	59 %	57 %	53 %	64 %	54 %	63 %	57 %	51 %	42 %	66 %
Gesundheits- und Pflegeleistungen*	56 %	46 %	56 %	56 %	56 %	59 %	49 %	66 %	63 %	55 %
Hobby*	53 %	49 %	50 %	59 %	52 %	58 %	49 %	49 %	54 %	50 %
Maßnahmen zum Energiesparen im Haushalt*	49 %	38 %	46 %	52 %	47 %	48 %	43 %	49 %	40 %	56 %
Elektronikartikel*	47 %	41 %	46 %	51 %	41 %	43 %	44 %	49 %	45 %	54 %
Altersvorsorge	47 %	52 %	45 %	46 %	44 %	50 %	48 %	56 %	44 %	42 %
Haustierbedarf*	41 %	51 %	44 %	42 %	37 %	45 %	38 %	38 %	44 %	42 %
Fortbildung oder berufliche Ausbildung*	36 %	26 %	33 %	35 %	30 %	43 %	33 %	36 %	31 %	43 %
Sportgeräte*	29 %	22 %	27 %	29 %	20 %	31 %	23 %	30 %	35 %	36 %
Luxusartikel*	28 %	18 %	25 %	28 %	23 %	29 %	24 %	29 %	28 %	35 %
Kauf eines Autos	27 %	14 %	23 %	26 %	27 %	36 %	19 %	30 %	23 %	30 %

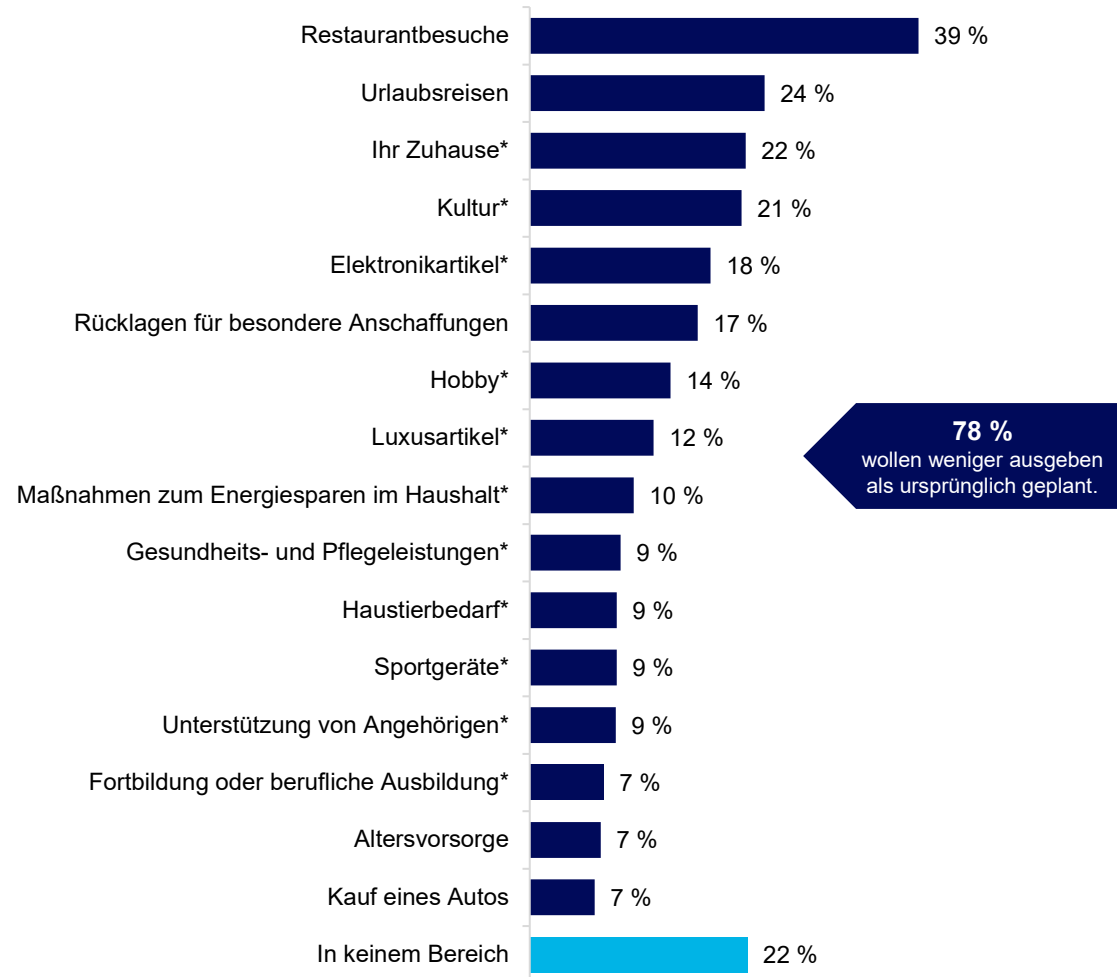
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.

Verzicht auf geplante Ausgaben aufgrund der hohen Preissteigerungen

Gegenwärtig geben 78 Prozent der Befragten an, geplante Ausgaben zurückstellen zu wollen. Fast 40 Prozent beabsichtigen zudem, Einsparungen bei Restaurantbesuchen vorzunehmen.



Top Juli 24	Veränderung**
42 %	-3
26 %	-2
23 %	-1
20 %	+1
17 %	+1
17 %	±0
15 %	-1
13 %	-1
10 %	±0
9 %	±0
9 %	±0
9 %	±0
9 %	±0
8 %	-1
7 %	±0
6 %	+1
19 %	+3

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 = 1.583 (Mehrfachnennungen)

* Es wurden Beispiele genannt.
** in Prozentpunkten

Verzicht auf geplante Ausgaben aufgrund der hohen Preissteigerungen

Haushalte mit einem Einkommen von 3.000 bis unter 4.000 Euro neigen am stärksten dazu, in mehreren Kategorien gleichzeitig zu sparen.

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 = 1.583 (Mehrfachnennungen)

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)	1.583	80	210	266	259	509
Restaurantbesuche	39 %	28 %	39 %	44 %	44 %	35 %
Urlaubsreisen	24 %	22 %	20 %	24 %	33 %	20 %
Ihr Zuhause*	22 %	16 %	24 %	21 %	32 %	18 %
Kultur*	21 %	11 %	18 %	21 %	36 %	18 %
Elektronikartikel*	18 %	19 %	20 %	15 %	33 %	15 %
Rücklagen für besondere Anschaffungen	17 %	16 %	12 %	16 %	25 %	16 %
Hobby*	14 %	10 %	20 %	10 %	25 %	11 %
Luxusartikel*	12 %	8 %	9 %	9 %	20 %	15 %
Maßnahmen zum Energiesparen im Haushalt*	10 %	11 %	11 %	8 %	20 %	10 %
Gesundheits- und Pflegeleistungen*	9 %	14 %	12 %	6 %	17 %	6 %
Haustierbedarf*	9 %	3 %	7 %	9 %	19 %	8 %
Sportgeräte*	9 %	2 %	7 %	6 %	20 %	8 %
Unterstützung von Angehörigen*	9 %	5 %	7 %	9 %	19 %	7 %
Fortbildung oder berufliche Ausbildung*	7 %	2 %	4 %	4 %	21 %	7 %
Altersvorsorge	7 %	3 %	4 %	7 %	18 %	5 %
Kauf eines Autos	7 %	1 %	5 %	7 %	16 %	5 %
In keinem Bereich	22 %	20 %	17 %	16 %	13 %	26 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

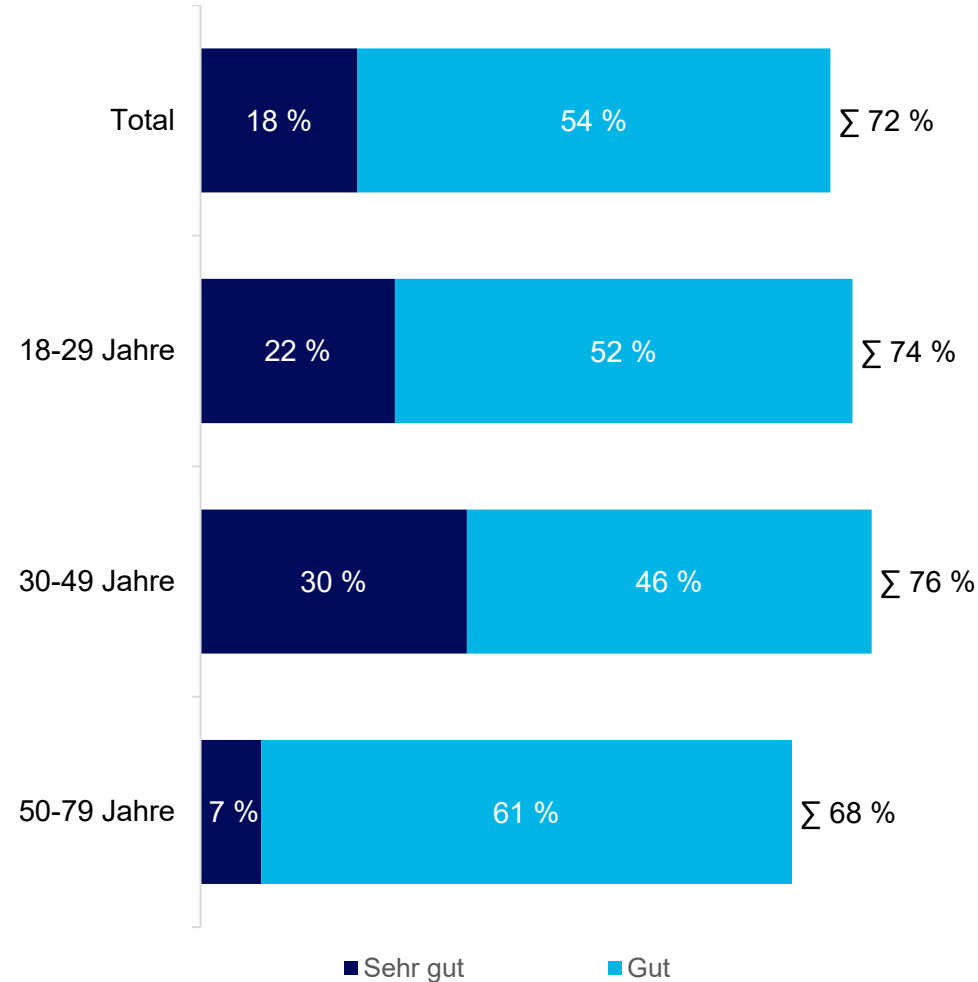
* Es wurden Beispiele genannt.
** ohne 'keine Angabe'

Liquiditäts- situation

Derzeitige finanzielle Lage

Sieben von zehn Befragten bewerten ihre derzeitige finanzielle Situation als gut oder sehr gut. Bei den unter 50-Jährigen in Österreich ist jedoch ein Rückgang des Anteils zu verzeichnen, der die eigene finanzielle Lage als gut oder sehr gut einschätzt.

Frage 3: Wie würden Sie Ihre derzeitige finanzielle Situation beschreiben?
 Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Einfachnennung: Sehr Gut / Gut / Weniger gut / Schlecht, dargestellt sind Top2)



Top2
Juli 24 Veränderung**

73 % **-1**

76 % **-2**

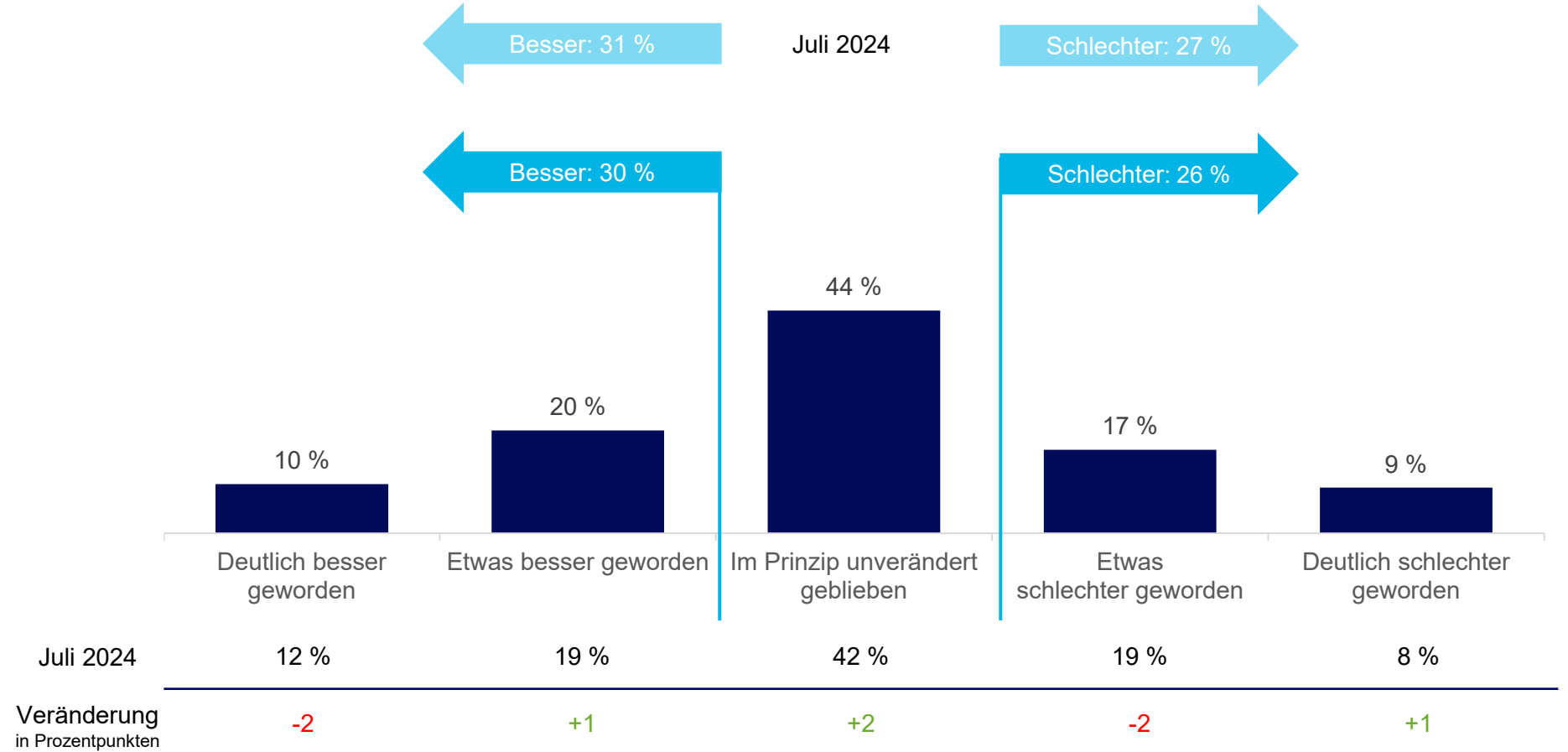
79 % **-3**

66 % **+2**

Veränderung der finanziellen Lage

Aktuell hat sich die finanzielle Situation für mehr Befragte verbessert als verschlechtert.

Frage 4: Inwieweit hat sich Ihre finanzielle Situation verändert? Ist sie in den letzten 12 Monaten...
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Einfachnennung)



Veränderung der finanziellen Lage

Eine Verbesserung der finanziellen Situation ist bei den Jüngeren häufiger zu beobachten als bei den Älteren.

Frage 4: Inwieweit hat sich Ihre finanzielle Situation verändert? Ist sie in den letzten 12 Monaten...
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Einfachnennung)

Veränderung der finanziellen Situation in den letzten 12 Monaten	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Deutlich besser geworden	10 %	12 %	19 %	2 %
Etwas besser geworden	20 %	35 %	22 %	14 %
Im Prinzip unverändert geblieben	44 %	35 %	38 %	52 %
Etwas schlechter geworden	17 %	13 %	14 %	20 %
Deutlich schlechter geworden	9 %	5 %	7 %	12 %
Σ Deutlich + Etwas besser geworden	30 % (-1)	47 % (-2)	41 % (-2)	16 % (+1)
Im Prinzip unverändert geblieben	44 % (+2)	35 % (±0)	38 % (+6)	52 % (-1)
Σ Etwas + Deutlich schlechter geworden	26 % (-1)	18 % (+2)	21 % (-4)	32 % (±0)

Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

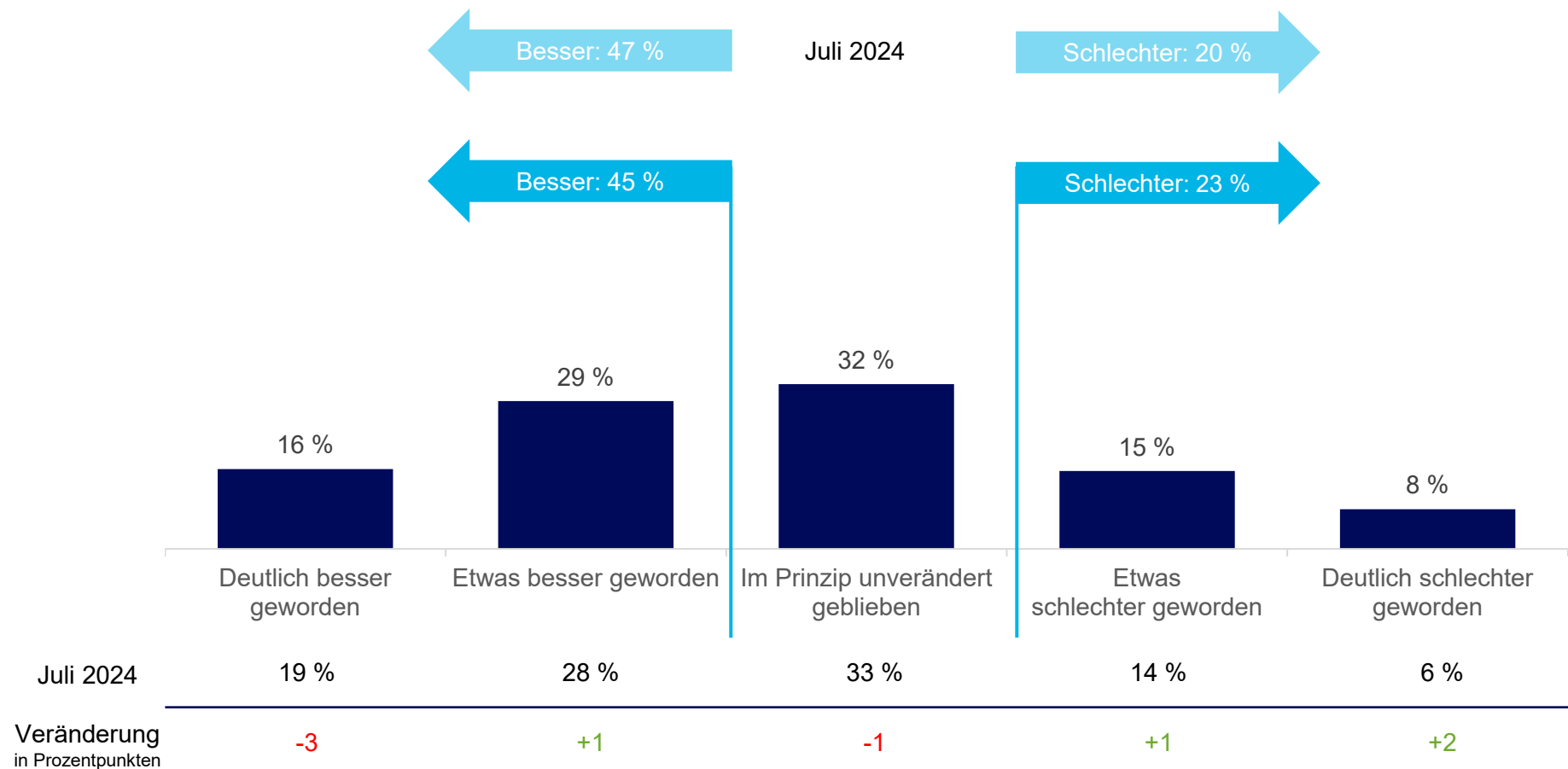
Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

In Klammern: Veränderungen zu Juli 2024 in Prozentpunkten

Zukünftige finanzielle Situation

45 Prozent der Bevölkerung in Österreich gehen davon aus, dass sich ihre finanzielle Lage in den kommenden drei bis fünf Jahren positiv entwickeln wird. Gegenüber Juli 2024 ist dieser Wert um 2 Prozentpunkte gesunken.

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 = 1.583 (Einfachnennung)



Zukünftige finanzielle Situation

Die Generation 50+ blickt deutlich skeptischer auf die Entwicklung ihrer finanziellen Lage als jüngere Altersgruppen.

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 = 1.583 (Einfachnennung)

Finanzielle Situation in drei bis fünf Jahren wird...	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
deutlich besser	16 %	30 %	23 %	4 %
etwas besser	29 %	41 %	32 %	21 %
unverändert bleiben	32 %	17 %	30 %	42 %
etwas schlechter	15 %	10 %	9 %	22 %
deutlich schlechter	8 %	2 %	6 %	11 %
Σ deutlich + etwas besser	45 % (-2)	71 % (-5)	55 % (-5)	25 % (±0)
unverändert bleiben	32 % (-1)	17 % (+2)	30 % (+6)	42 % (-4)
Σ etwas + deutlich schlechter	23 % (+3)	12 % (+3)	15 % (-1)	33 % (+4)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

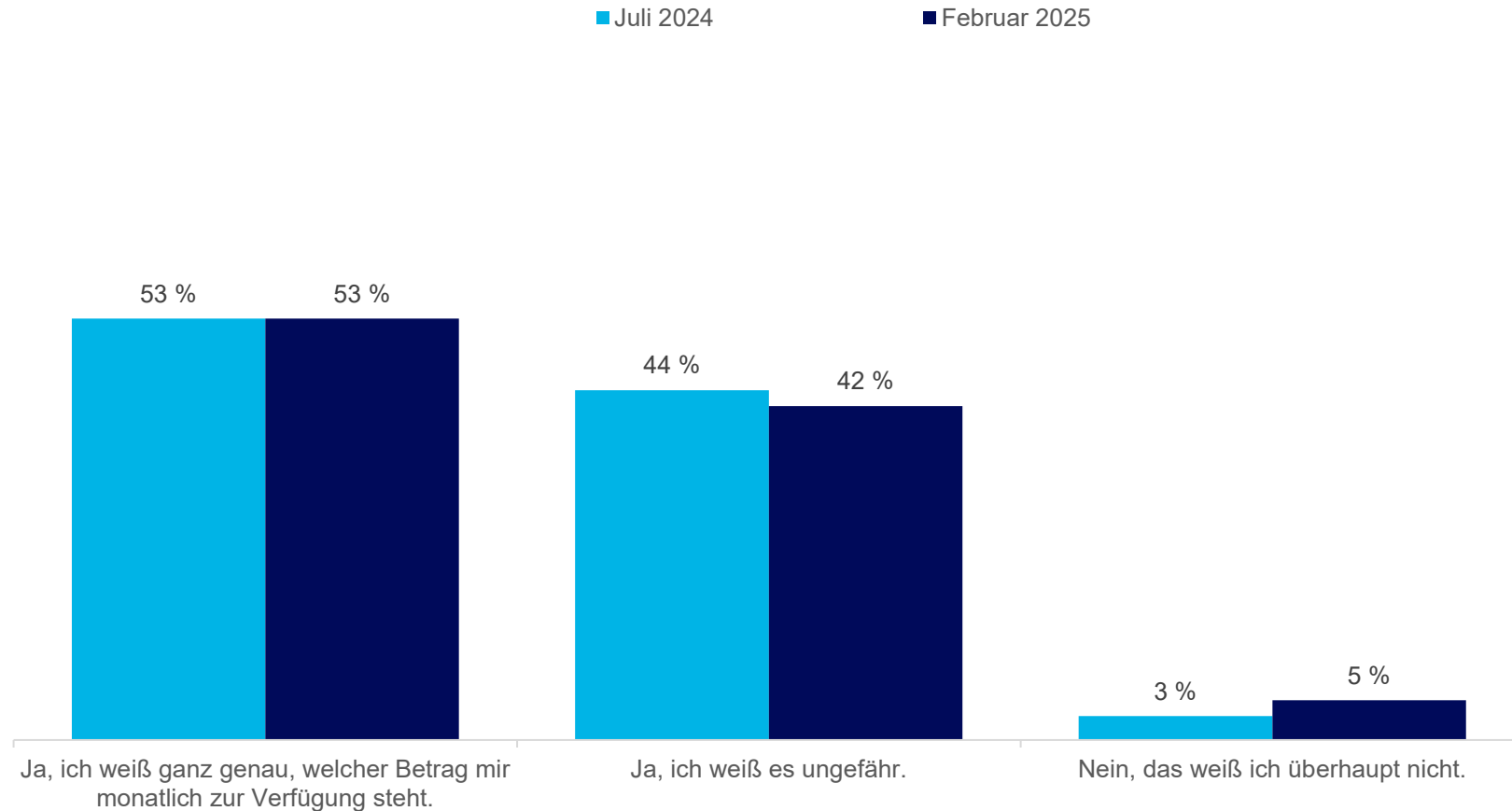
■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

In Klammern: Veränderungen zu Juli 2024 in Prozentpunkten

Finanzübersicht: Kenntnis der monatlich frei verfügbaren Mittel

Mehr als die Hälfte der Österreicherinnen und Österreicher kennt den genauen Betrag, der ihnen monatlich zum Ausgeben zur Verfügung steht. Dagegen haben fünf Prozent keinerlei Überblick über ihre verfügbaren Mittel.

Frage 10: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten wie z.B. Miete, Energie, Telekommunikation, Kreditrückzahlungen oder Versicherungen abziehen: Wissen Sie dann, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Einfachnennung)



Finanzübersicht: Kenntnis der monatlich frei verfügbaren Mittel

Bei den unter 30-Jährigen ist es deutlich häufiger der Fall, dass sie keinen Überblick über ihr frei verfügbares Einkommen haben – im Gegensatz zu älteren Altersgruppen.

Frage 10: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten wie z.B. Miete, Energie, Telekommunikation, Kreditrückzahlungen oder Versicherungen abziehen: Wissen Sie dann, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Einfachnennung)

Finanzübersicht	Total	Altersgruppe (Jahre)			Veränderung zu Juli 2024*		
		18-29	30-49	50-79			
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739	18-29	30-49	50-79
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir monatlich zur Verfügung steht.	53 %	43 %	54 %	56 %	-6	-1	+3
Ja, ich weiß es ungefähr.	42 %	46 %	40 %	41 %	+2	-2	-4
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	5 %	11 %	6 %	3 %	+4	+3	+1

Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

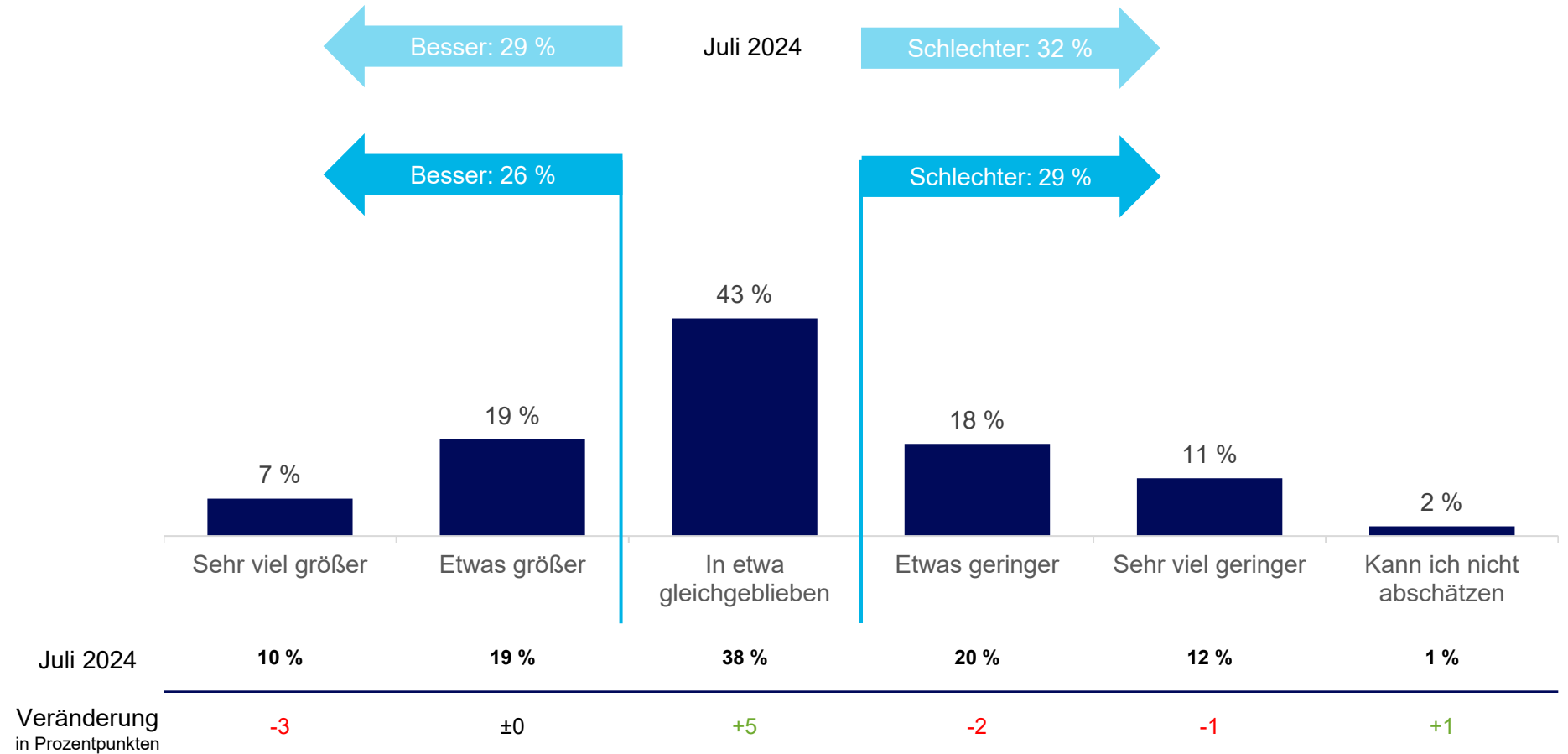
* In Prozentpunkten

Veränderung der monatlich frei verfügbaren Mittel

Etwa 30 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher berichten, dass sich ihre frei verfügbaren finanziellen Mittel in den letzten zwölf Monaten verringert haben. Dagegen geben weniger Personen an, dass sich ihre Situation in dieser Hinsicht verbessert hat.

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 = 1.583 (Einfachnennung)



Veränderung der monatlich frei verfügbaren Mittel

Vor allem ältere Personen haben derzeit häufig weniger Geld zur Verfügung als noch vor einem Jahr. 16 Prozent der über 50-Jährigen berichten, dass ihre frei verfügbaren Mittel deutlich geringer sind als vor zwölf Monaten.

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 = 1.583 (Einfachnennung)

Veränderung der frei verfügbaren Mittel	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Sehr viel größer	7 %	6 %	16 %	2 %
Etwas größer	19 %	32 %	19 %	14 %
In etwa gleichgeblieben	42 %	36 %	39 %	47 %
Etwas geringer	18 %	14 %	17 %	21 %
Sehr viel geringer	11 %	6 %	8 %	16 %
Kann ich nicht abschätzen	3 %	6 %	2 %	1 %
Sehr viel größer + Etwas größer	26 % (-2)	38 % (-8)	35 % (-4)	16 % (±0)
In etwa gleichgeblieben	42 % (+4)	36 % (+3)	39 % (+9)	47 % (+2)
Sehr viel geringer + Etwas geringer	29 % (-2)	20 % (+1)	25 % (-5)	37 % (-2)

Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

In Klammern: Veränderungen zu Juli 2024 in Prozentpunkten

Veränderung der monatlich frei verfügbaren Mittel

Besonders Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen von weniger als 3.000 Euro verfügen häufig über geringere finanzielle Mittel als noch vor einem Jahr. Im Gegensatz dazu hat ein Drittel der Haushalte mit einem Einkommen von über 4.000 Euro sogar mehr Geld zur Verfügung.

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 = 1.583 (Einfachnennung)

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)	1.583	80	210	266	259	509
Sehr viel größer	7 %	11 %	6 %	4 %	20 %	6 %
Etwas größer	19 %	8 %	10 %	20 %	16 %	29 %
In etwa gleichgeblieben	42 %	25 %	42 %	40 %	38 %	47 %
Etwas geringer	18 %	12 %	22 %	20 %	18 %	14 %
Sehr viel geringer	11 %	39 %	19 %	16 %	8 %	4 %
Kann ich nicht abschätzen	3 %	5 %	1 %	-	1 %	1 %
Sehr viel größer + Etwas größer	26 % (-2)	19 % (-2)	16 % (±0)	24 % (+1)	36 % (+2)	35 % (-13)
In etwa gleichgeblieben	42 % (+4)	25 % (-14)	42 % (+4)	40 % (+1)	38 % (+2)	47 % (+13)
Sehr viel geringer + Etwas geringer	29 % (-2)	51 % (+14)	41 % (-4)	36 % (-1)	26 % (-4)	18 % (±0)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

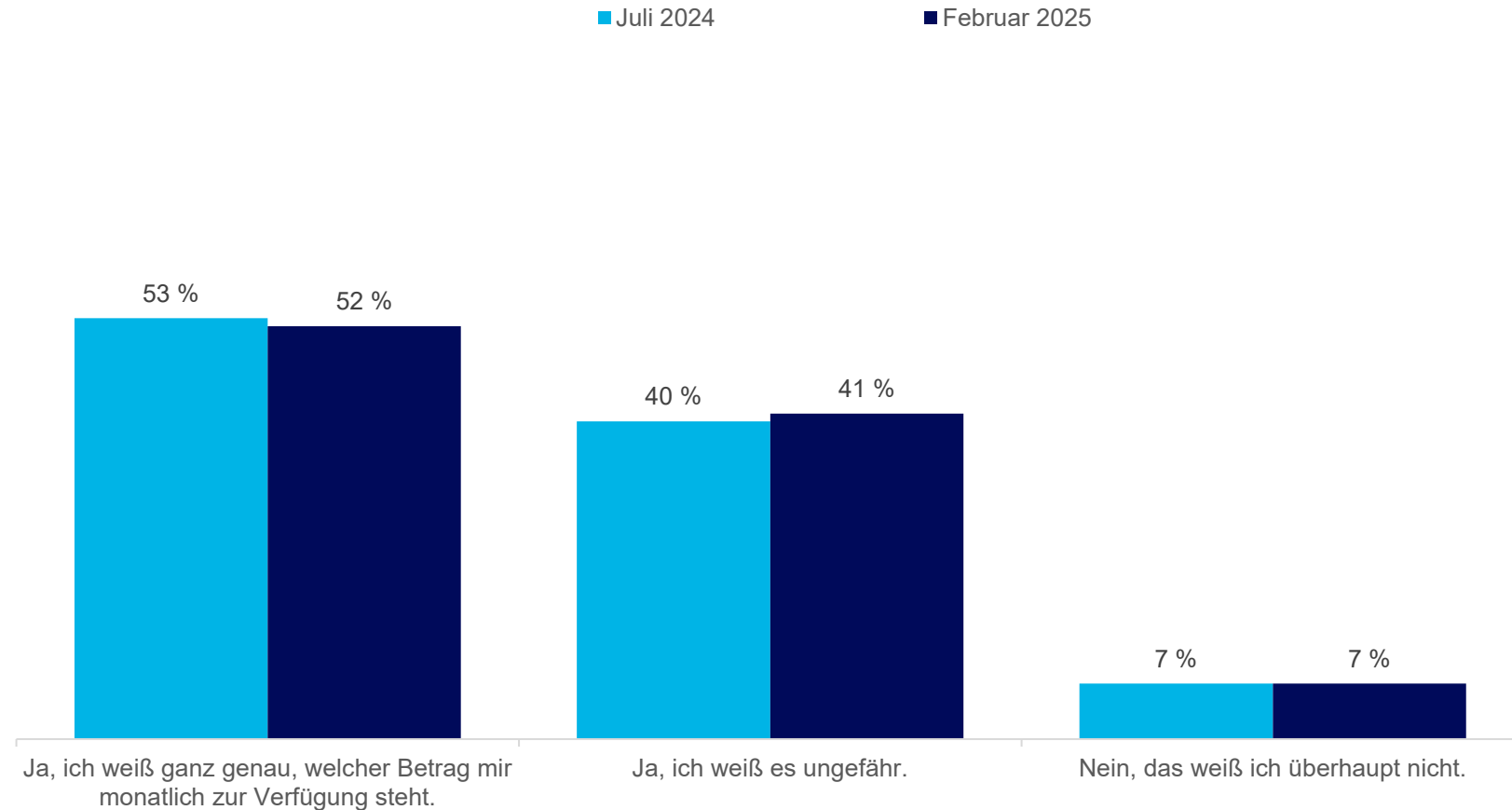
In Klammern: Veränderungen zu Juli 2024 in Prozentpunkten
* ohne 'keine Angabe'

Finanzübersicht: Kenntnis der verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben

Während gut 50 Prozent der Befragten genau wissen, wie viel Geld sie für unvorhergesehene Ausgaben verwenden können, geben sieben Prozent an, darüber überhaupt nicht informiert zu sein.

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 = 1.583 (Einfachnennung)



Finanzübersicht: Kenntnis der verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben

Bei den unter 30-Jährigen ist es etwas öfter der Fall, dass sie keinen genauen Überblick über ihre finanziellen Mittel für unvorhergesehene Ausgaben haben – im Vergleich zu älteren Altersgruppen.

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 = 1.583 (Einfachnennung)

Finanzübersicht	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht.	52 %	40 %	52 %	57 %
Ja, ich weiß es ungefähr.	41 %	46 %	40 %	39 %
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	7 %	14 %	8 %	4 %

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

Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* In Prozentpunkten

Finanzübersicht: Kenntnis der verfügbaren Mittel für unvorhergesehene Ausgaben

Während in Wien besonders viele Befragte genau wissen, wie viel Geld sie jeden Monat ausgeben können, ist in Salzburg die Kenntnis über die Höhe der Mittel für unvorhergesehene Ausgaben am größten.

Frage 10: Wenn Sie einmal überlegen, wie viel Geld Ihnen monatlich übrigbleibt, wenn Sie alle fixen Kosten wie z.B. Miete, Energie, Telekommunikation, Kreditrückzahlungen oder Versicherungen abziehen: Wissen Sie dann, über welchen Betrag Sie im Monat frei verfügen können?
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 = 1.583 (Einfachnennung)

Finanzübersicht	Total	Bundesland								
		Bgl.	Ktn.	NÖ	OÖ	Sbg.	Stmk.	Tirol	Vbg.	Wien
Basis (Fallzahl gewichtet)	1.583	53	100	297	263	99	222	135	70	346
Frei verfügbare Mittel										
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir monatlich zur Verfügung steht.	53 %	54 %	45 %	48 %	52 %	61 %	51 %	47 %	53 %	62 %
Ja, ich weiß es ungefähr.	42 %	38 %	53 %	42 %	44 %	35 %	45 %	46 %	43 %	34 %
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	5 %	8 %	2 %	10 %	4 %	4 %	4 %	7 %	4 %	4 %
Betrag für unvorhergesehene Ausgaben										
Ja, ich weiß ganz genau, welcher Betrag mir für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht.	52 %	56 %	48 %	51 %	54 %	57 %	49 %	49 %	50 %	54 %
Ja, ich weiß es ungefähr.	41 %	33 %	48 %	41 %	40 %	35 %	44 %	42 %	39 %	40 %
Nein, das weiß ich überhaupt nicht.	7 %	11 %	4 %	8 %	6 %	8 %	7 %	9 %	11 %	6 %

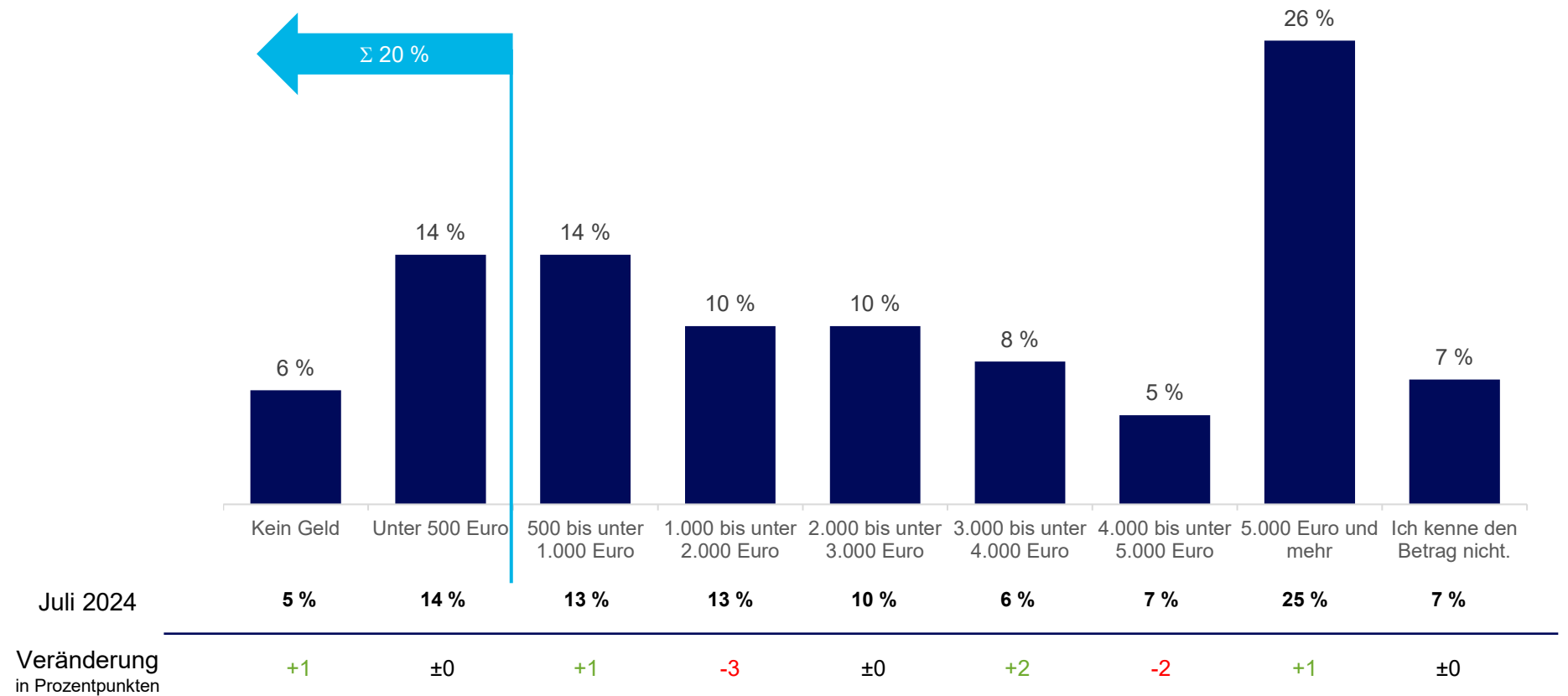
■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

Höhe des für unvorhersehbare Ausgaben verfügbaren Betrags

Während 28 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher über mindestens 5.000 Euro für unvorhergesehene Ausgaben verfügen, liegt dieser Betrag bei einem Fünftel der Befragten unter 500 Euro.

Frage 13: Und wie hoch ist dieser Betrag in etwa, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Einfachnennung)



Höhe des für unvorhersehbare Ausgaben verfügbaren Betrags

Die Angaben zur Höhe der verfügbaren Beträge für unerwartete Ausgaben sind in allen Altersgruppen relativ ähnlich verteilt.

Frage 13: Und wie hoch ist dieser Betrag in etwa, der Ihnen für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung steht?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Einfachnennung)

Verfügbarer 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)	1.583	291	554	739			
Mir steht kein Geld für unvorhergesehene Ausgaben zur Verfügung	6 %	4 %	5 %	8 %	+2	±0	+3
Unter 500 Euro	14 %	10 %	15 %	15 %	-3	+3	-1
500 bis unter 1.000 Euro	14 %	16 %	13 %	13 %	+3	+2	-1
1.000 bis unter 2.000 Euro	10 %	14 %	10 %	8 %	-5	+1	-6
2.000 bis unter 3.000 Euro	10 %	11 %	8 %	11 %	-1	-6	+4
3.000 bis unter 4.000 Euro	8 %	6 %	11 %	6 %	+1	+1	+1
4.000 bis unter 5.000 Euro	5 %	6 %	5 %	6 %	-3	-2	±0
5.000 Euro und mehr	26 %	20 %	25 %	29 %	+3	-1	+2
Ich kenne den Betrag nicht.	7 %	14 %	8 %	4 %	+4	+2	-2

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* In Prozentpunkten

Finanzverhalten

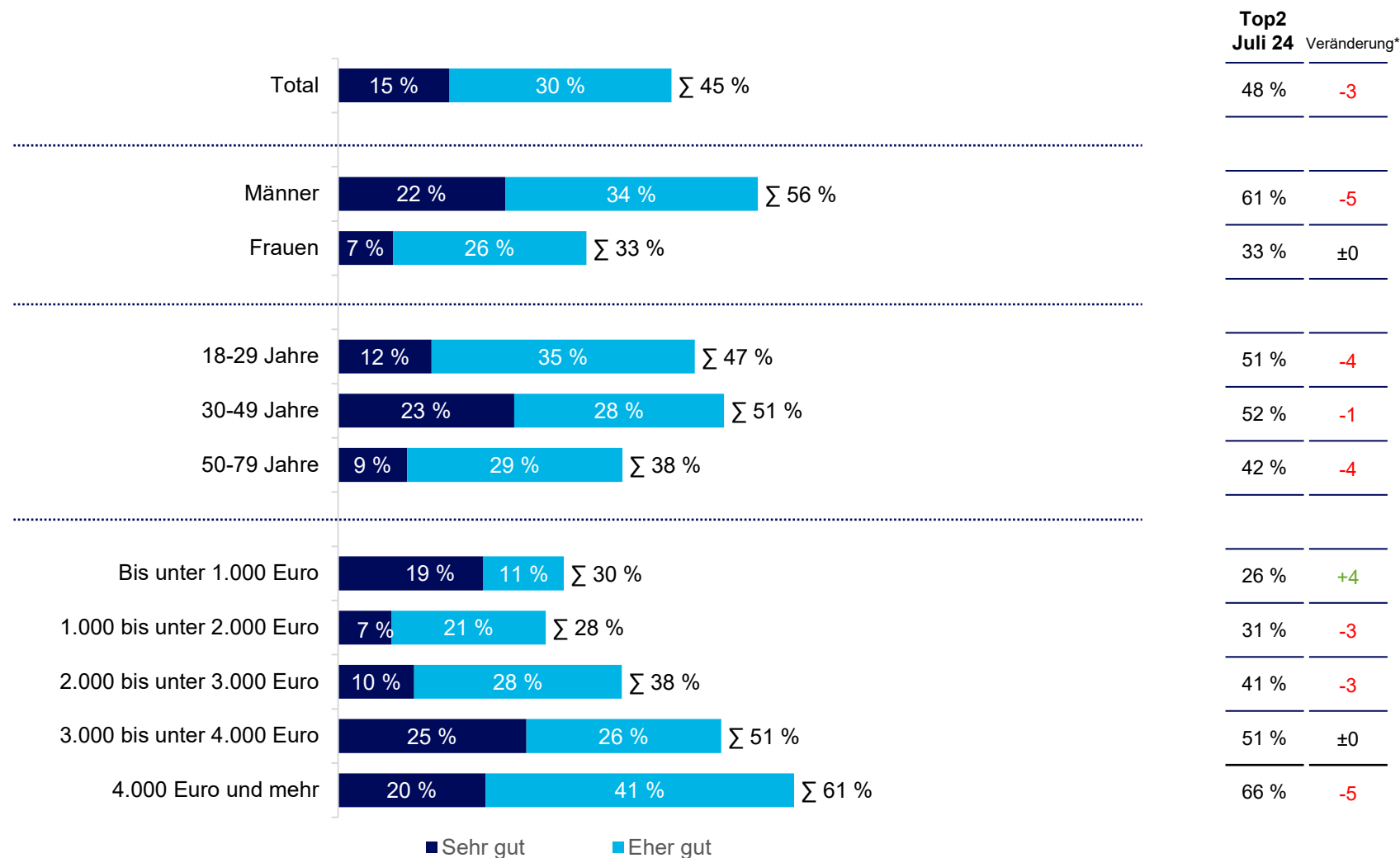
Einschätzung der eigenen Finanzkenntnisse

Männer schätzen ihr Finanzwissen deutlich positiver ein als Frauen. Zudem nimmt die selbst eingeschätzte Finanzkompetenz mit steigendem Einkommen zu.

Frage 6: Wie schätzen Sie Ihre eigenen Finanzkenntnisse, also z.B. über Geldanlagen, Kredite oder Altersvorsorge, ein?

Basis: Alle Befragten, N = 1.583

(Skalierte Abfrage: Sehr gut / Eher gut / Mittelmäßig / Eher schlecht / Sehr schlecht, dargestellt sind Top2)

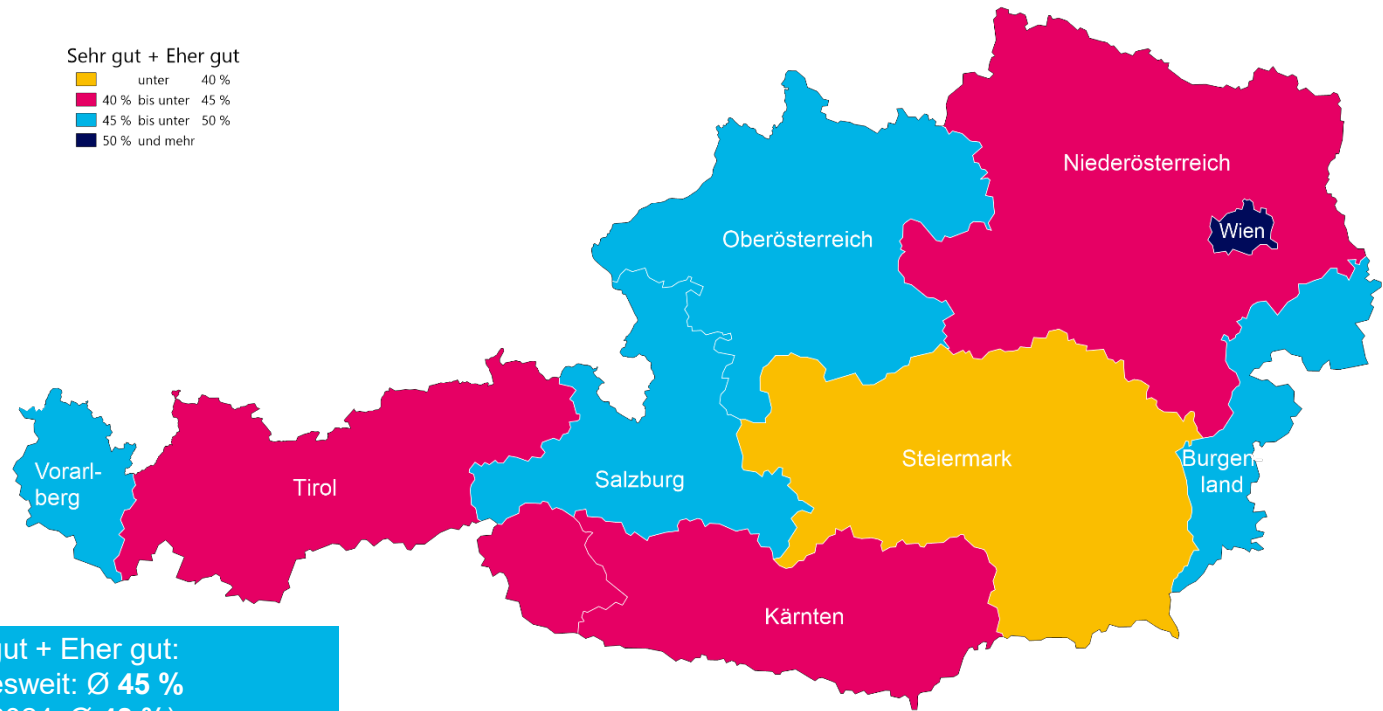


* In Prozentpunkten

Einschätzung der eigenen Finanzkenntnisse – Regionalvergleich

Die Bewohnerinnen und Bewohner von Wien schätzen ihre eigene Finanzkompetenz am höchsten ein. Am niedrigsten bewerten sich die Befragten in der Steiermark.

Frage 6: Wie schätzen Sie Ihre eigenen Finanzkenntnisse, also z.B. über Geldanlagen, Kredite oder Altersvorsorge, ein?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583
(Skalierte Abfrage: Sehr gut / Eher gut / Mittelmäßig / Eher schlecht / Sehr schlecht, dargestellt sind Top2)

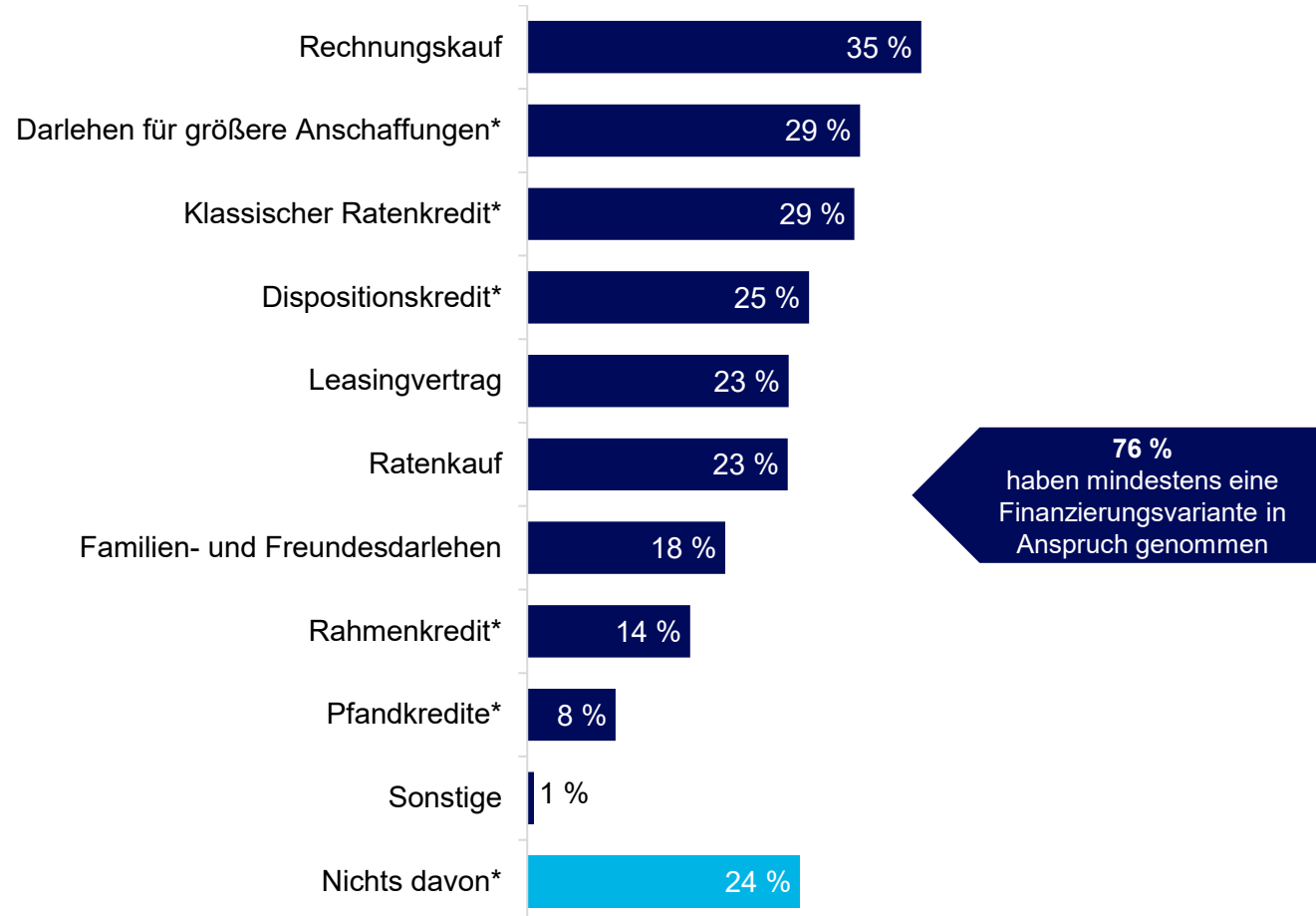


Sehr gut + Eher gut:
Bundesweit: Ø 45 %
(Juli 2024: Ø 48 %)

Sehr gut + Eher gut				Sehr gut + Eher gut				Sehr gut + Eher gut			
Land	Juli 2024	Februar 2025	Δ	Land	Juli 2024	Februar 2025	Δ	Land	Juli 2024	Februar 2025	Δ
Wien	55 %	50 %	-5	Ober-österreich	39 %	45 %	+6	Nieder-österreich	49 %	43 %	-6
Burgenland	45 %	46 %	+1	Vorarlberg	47 %	45 %	-2	Tirol	45 %	41 %	-4
Salzburg	48 %	45 %	-3	Kärnten	45 %	44 %	-1	Steiermark	45 %	39 %	-6

Beanspruchte Finanzierungsformen

Neben dem Kauf auf Rechnung werden in Österreich vor allem Darlehen und klassische Ratenkredite als Finanzierungshilfen in Anspruch genommen.



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

Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennungen)

* Es wurden Beispiele genannt.

Beanspruchte Finanzierungsformen

40 Prozent der unter 30-jährigen Österreicherinnen und Österreicher haben bisher noch keine Finanzierung in Anspruch genommen.

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

Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennungen)

Beanspruchte Finanzierungsformen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Rechnungskauf	35 %	22 %	37 %	38 %
Darlehen für größere Anschaffungen*	29 %	12 %	32 %	34 %
Klassischer Ratenkredit*	29 %	17 %	30 %	33 %
Dispositionscredit*	25 %	12 %	27 %	29 %
Leasingvertrag	23 %	9 %	24 %	28 %
Ratenkauf	23 %	11 %	27 %	25 %
Familien- und Freundesdarlehen	18 %	14 %	25 %	13 %
Rahmenkredit *	14 %	8 %	17 %	15 %
Pfandkredite*	8 %	9 %	12 %	5 %
Sonstige	1 %	1 %	0 %	1 %
Nichts davon	24 %	40 %	19 %	22 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.

Beanspruchte Finanzierungsformen

Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen zwischen 3.000 und 4.000 Euro greifen am häufigsten auf Finanzierungshilfen zurück.

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

Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennungen)

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)	1.583	80	210	266	259	509
Rechnungskauf	35 %	19 %	39 %	37 %	44 %	33 %
Darlehen für größere Anschaffungen*	29 %	15 %	19 %	26 %	47 %	32 %
Klassischer Ratenkredit*	29 %	16 %	32 %	33 %	45 %	25 %
Dispositionskredit*	25 %	16 %	28 %	26 %	41 %	22 %
Leasingvertrag	23 %	7 %	20 %	23 %	32 %	25 %
Ratenkauf	23 %	15 %	31 %	28 %	36 %	16 %
Familien- und Freundesdarlehen	18 %	15 %	15 %	18 %	27 %	17 %
Rahmenkredit *	14 %	11 %	13 %	16 %	24 %	13 %
Pfandkredite*	8 %	11 %	5 %	8 %	17 %	7 %
Sonstige	1 %	-	1 %	-	1 %	1 %
Nichts davon	24 %	37 %	20 %	20 %	12 %	25 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

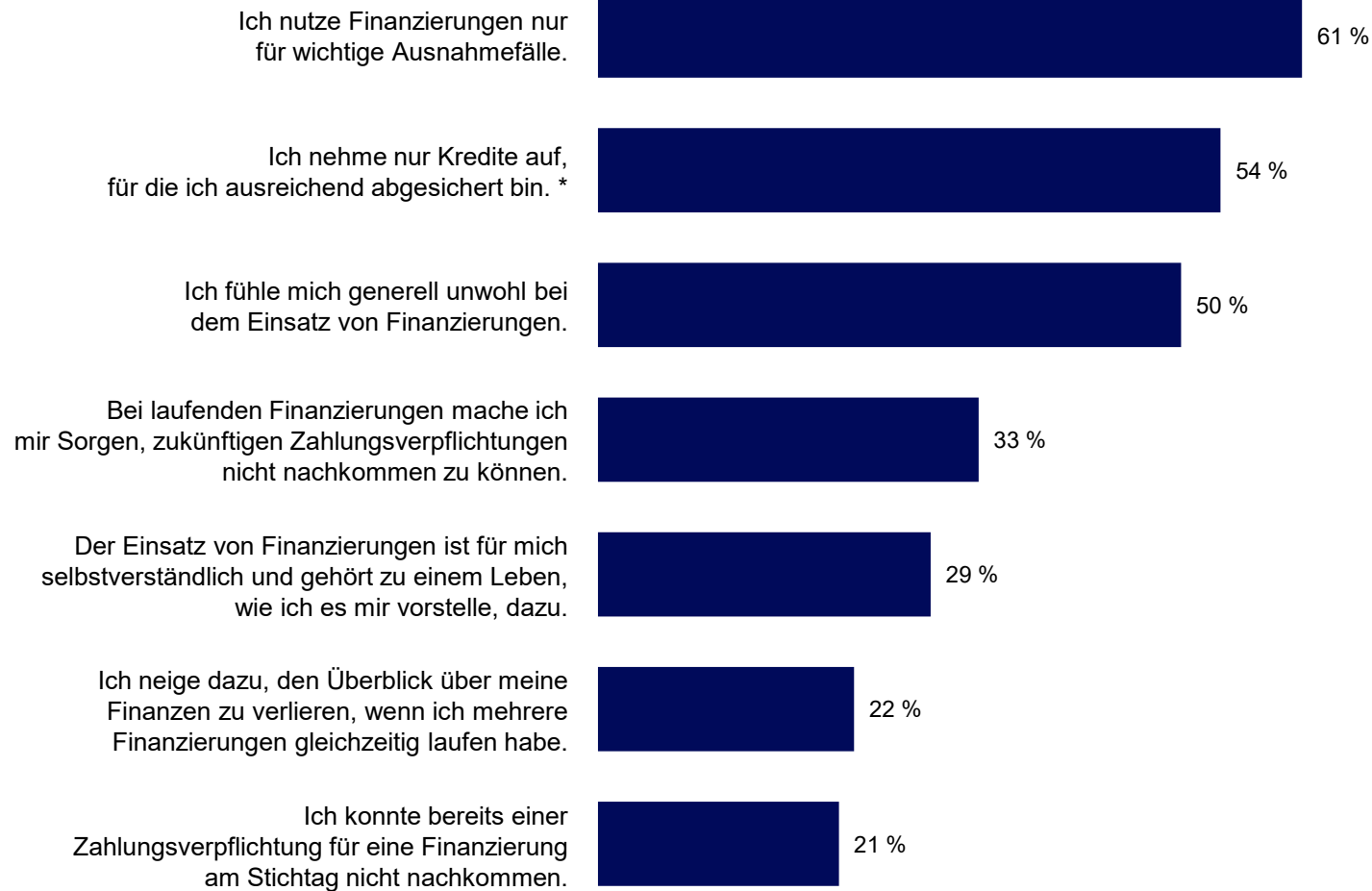
■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.
** ohne 'keine Angabe'

Umgang mit Finanzierungen

60 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher greifen nur in wichtigen Ausnahmesituationen auf Finanzierungen zurück. Die Hälfte der Befragten nimmt Kredite ausschließlich dann auf, wenn sie sich ausreichend abgesichert fühlt.

Frage 9: Welche dieser Aussagen über Finanzierungen (Kredite, Ratenkäufe, Darlehen) treffen auf Sie zu?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennungen)
* Beispiele genannt



* Es wurden Beispiele genannt.

Umgang mit Finanzierungen

Insbesondere Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen von 3.000 bis 4.000 Euro betrachten Finanzierungen als selbstverständlichen Teil ihres Lebens.

Frage 9: Welche dieser Aussagen über Finanzierungen (Kredite, Ratenkäufe, Darlehen) treffen auf Sie zu?

Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennungen)

* Beispiele genannt

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)	1.583	80	210	266	259	509
Ich nutze Finanzierungen nur für wichtige Ausnahmefälle.	61 %	49 %	61 %	64 %	73 %	59 %
Ich nehme nur Kredite auf, für die ich ausreichend abgesichert bin, zum Beispiel durch ein Depot, eine Lebensversicherung, eine Restkreditversicherung, die Familie, Immobilien oder eine (zu erwartende) Erbschaft.	54 %	31 %	50 %	53 %	65 %	59 %
Ich fühle mich generell unwohl bei dem Einsatz von Finanzierungen.	50 %	48 %	63 %	53 %	58 %	44 %
Bei laufenden Finanzierungen mache ich mir Sorgen, zukünftigen Zahlungsverpflichtungen nicht nachkommen zu können.	33 %	38 %	43 %	38 %	45 %	25 %
Der Einsatz von Finanzierungen ist für mich selbstverständlich und gehört zu einem Leben, wie ich es mir vorstelle, dazu.	29 %	32 %	22 %	30 %	42 %	28 %
Ich neige dazu, den Überblick über meine Finanzen zu verlieren, wenn ich mehrere Finanzierungen gleichzeitig laufen habe.	22 %	30 %	27 %	26 %	35 %	16 %
Ich konnte bereits einer Zahlungsverpflichtung für eine Finanzierung am Stichtag nicht nachkommen.	21 %	35 %	26 %	26 %	31 %	16 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

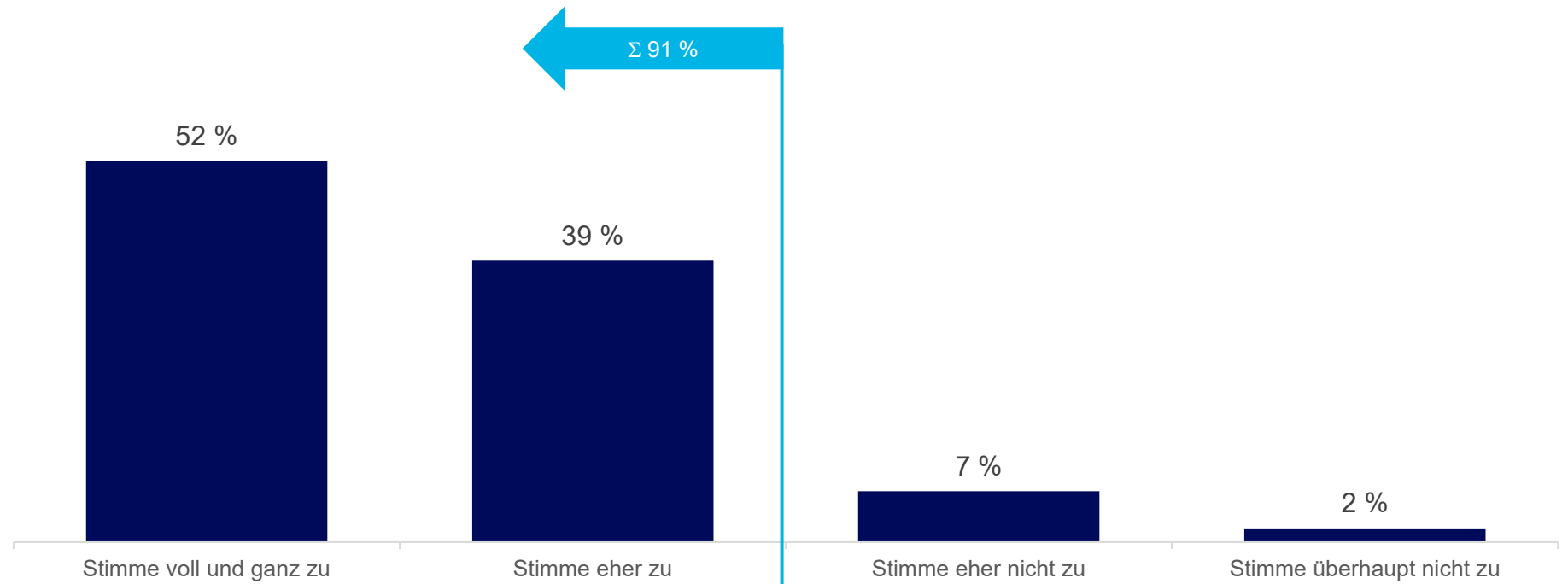
■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* ohne 'keine Angabe'

Aufklärung zum Thema Finanzen

Eine deutliche Mehrheit von 91 Prozent der Befragten ist der Ansicht, dass Aufklärung in der Schule im Bereich Finanzen dazu beitragen kann, spätere Überschuldung zu verhindern.

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 = 1.583 (Einfachnennung)



Aufklärung zum Thema Finanzen

Je höher das Einkommen der Befragten ist, desto höher ist der Anteil derjenigen, die der Meinung sind, dass finanzielle Aufklärung dazu beitragen kann, Überschuldung zu vermeiden.

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 = 1.583 (Einfachnennung)

Zustimmung zur Aussage	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)	1.583	80	210	266	259	509
Stimme voll und ganz zu	52 %	35 %	50 %	50 %	61 %	58 %
Stimme eher zu	39 %	44 %	40 %	41 %	34 %	38 %
Stimme eher nicht zu	7 %	19 %	9 %	8 %	4 %	3 %
Stimme überhaupt nicht zu	2 %	2 %	1 %	1 %	1 %	1 %
Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	91 %	79 %	90 %	91 %	95 %	96 %
Stimme eher nicht zu + Stimme überhaupt nicht zu	9 %	21 %	10 %	9 %	5 %	4 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

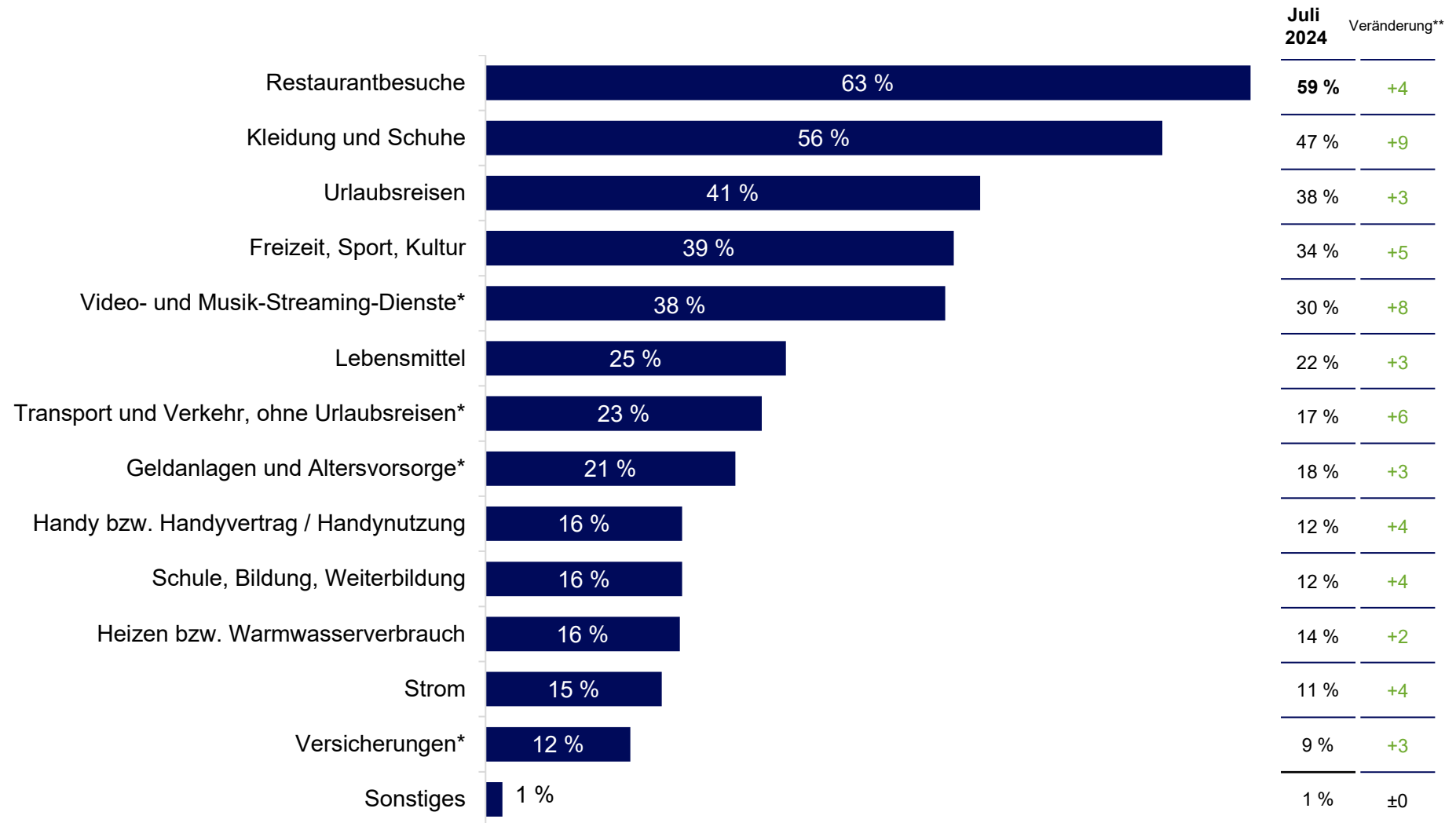
* ohne 'keine Angabe'

Ausgabeverhalten

Bereitschaft zum Sparen

Etwa sechs von zehn Personen würden bei notwendigen Ausgabenkürzungen zuerst an Restaurantbesuchen sparen, während ein Fünftel Einschränkungen im Bereich Geldanlagen und Altersvorsorge vornehmen würde.

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 = 1.583 (Mehrfachnennungen)



* Es wurden Beispiele genannt.
** In Prozentpunkten

Bereitschaft zum Sparen

Während die Altersgruppe ab 50 Jahren besonders häufig bereit ist, bei Restaurantbesuchen zu sparen, zeigt sich bei den jüngeren Befragten ein deutlicher Anstieg der Sparbereitschaft bei Urlaubsreisen und Lebensmitteln im Vergleich zum Juli 2024.

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 = 1.583 (Mehrfachnennungen)

Bereitschaft zum Sparen	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Restaurantbesuche	63 %	56 %	58 %	71 %
Kleidung und Schuhe	56 %	47 %	51 %	64 %
Urlaubsreisen	41 %	39 %	40 %	43 %
Freizeit, Sport, Kultur	39 %	31 %	38 %	42 %
Video- und Musik-Streaming-Dienste**	38 %	28 %	40 %	40 %
Lebensmittel	25 %	30 %	27 %	21 %
Transport und Verkehr, ohne Urlaubsreisen**	23 %	20 %	24 %	23 %
Geldanlagen und Altersvorsorge**	21 %	11 %	22 %	23 %
Handy bzw. Handyvertrag / Handynutzung	16 %	12 %	21 %	15 %
Schule, Bildung, Weiterbildung	16 %	10 %	15 %	20 %
Heizen bzw. Warmwasserverbrauch	16 %	13 %	17 %	17 %
Strom	15 %	12 %	17 %	14 %
Versicherungen**	12 %	6 %	17 %	10 %
Sonstiges	1 %	1 %	1 %	2 %

Veränderung zu Juli 2024*		
18-29	30-49	50-79
+3	+1	+7
±0	+7	+15
+11	+2	+1
+3	+4	+6
-2	+12	+9
+16	+6	-5
+4	+5	+7
-2	+6	+2
+1	+5	+6
+1	+3	+7
-4	+3	+3
±0	+7	+2
-4	+6	+2
±0	±0	±0

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

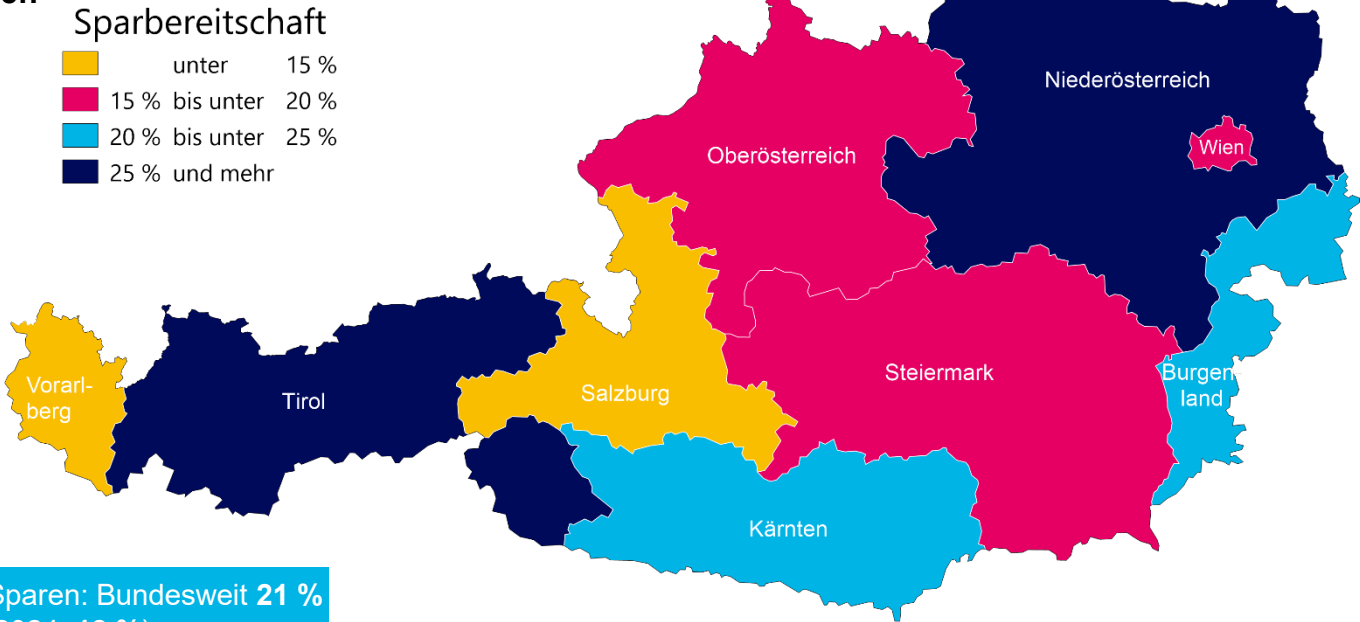
■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* In Prozentpunkten
** Es wurden Beispiele genannt.

Bereitschaft zum Sparen – Regionalvergleich

Vor allem in
Niederösterreich und Tirol
wären die Menschen
bereit, ihre Ausgaben für
Geldanlagen und
Altersvorsorge zu
reduzieren.

„Würde bei Geldanlagen und Altersvorsorge,
z.B. Lebensversicherung, Sparkonten,
Aktien etc. sparen“



Bereitschaft zum Sparen: Bundesweit **21 %**
(Juli 2024: **18 %**)

Land	Juli 2024	Februar 2025	Δ	Land	Juli 2024	Februar 2025	Δ	Land	Juli 2024	Februar 2025	Δ
Niederösterreich	20 %	26 %	+6	Burgenland	15 %	24 %	+9	Oberösterreich	22 %	18 %	-4
Tirol	20 %	25 %	+5	Wien	22 %	19 %	-3	Vorarlberg	21 %	14 %	-7
Kärnten	18 %	24 %	+6	Steiermark	21 %	19 %	-2	Salzburg	16 %	13 %	-3

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 = 1.583 (Mehrfachnennungen)

Bereitschaft, zusätzliche Ausgaben zu tätigen

Wenn die Befragten monatlich 100 Euro mehr zur Verfügung hätten, würden knapp 40 Prozent Rücklagen für besondere Anschaffungen bilden. An zweiter Stelle stehen Rücklagen für eine Urlaubsreise mit 23 Prozent.



Frage 15: Und wenn Sie pro Monat 100 Euro mehr zur Verfügung hätten, in was würden Sie das Geld am ehesten investieren?

Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennungen)

* Es wurden Beispiele genannt.

Bereitschaft, zusätzliche Ausgaben zu tätigen

Die Neigung, Rücklagen für besondere Anschaffungen anzulegen, ist besonders stark bei Personen über 50 Jahren ausgeprägt.

Frage 15: Und wenn Sie pro Monat 100 Euro mehr zur Verfügung hätten, in was würden Sie das Geld am ehesten investieren?

Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennungen)

Bereitschaft zu Mehrausgaben	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Rücklagen für besondere Anschaffungen	39 %	27 %	35 %	47 %
Rücklagen für eine Urlaubsreise	23 %	20 %	20 %	26 %
Geldanlagen am Kapitalmarkt	16 %	22 %	17 %	14 %
Bessere gesundheitliche Versorgung	12 %	11 %	9 %	14 %
Hochwertigere Lebensmittel	11 %	13 %	12 %	10 %
Restaurantbesuche	11 %	14 %	10 %	11 %
Freizeit, Sport, Kultur	11 %	18 %	10 %	9 %
Nachhaltigere und bewusster ausgewählte Lebensmittel	11 %	16 %	13 %	7 %
Finanzielle Unterstützung von Freunden oder Familie	9 %	8 %	9 %	10 %
Maßnahmen zum Energie sparen im Haushalt*	8 %	10 %	8 %	7 %
Schule, Bildung, Weiterbildung	7 %	9 %	11 %	2 %
Mehr Kleidung, Schuhe oder Accessoires	6 %	8 %	7 %	4 %
Nachhaltiger gefertigte Kleidung, Schuhe oder Accessoires	5 %	8 %	7 %	2 %
Video- und Musik-Streaming-Dienste*	5 %	8 %	8 %	0 %
Hochwertigere Kleidung, Schuhe oder Accessoires	4 %	6 %	5 %	2 %
Mehr oder teurere Geschenke für Freunde und Familie	4 %	6 %	7 %	1 %
Etwas anderes	3 %	2 %	2 %	4 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

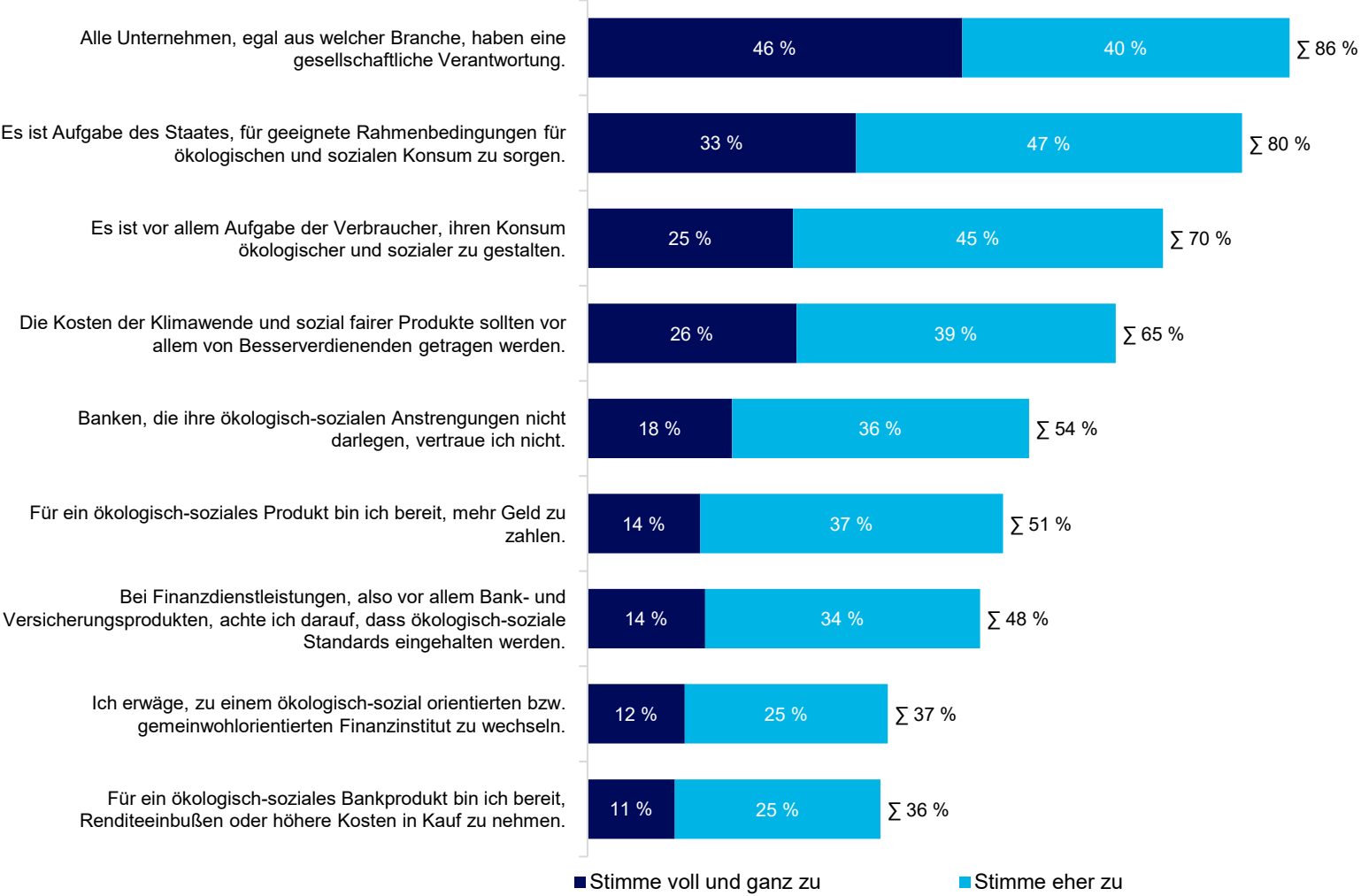
■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.

Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

Im Vergleich zum Juli 2024 ist die Bereitschaft, für ökologisch-soziale Produkte mehr zu bezahlen, um zwei Prozentpunkte gestiegen.

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 = 1.583 (Skalierte Abfrage: Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu/Stimme eher nicht zu/Stimme überhaupt nicht zu; dargestellt: Top2)



Juli 2024	Veränderung*
86 %	±0
83 %	-3
71 %	-1
66 %	-1
54 %	±0
49 %	+2
49 %	-1
36 %	+1
35 %	+1

* In Prozentpunkten

Klimawandel und gesellschaftliche Verantwortung

Ein Wechsel zu einem ökologisch-sozial oder gemeinwohlorientierten Finanzinstitut kommt besonders für jüngere Kundinnen und Kunden infrage. Diese Gruppe zeigt auch die größte Bereitschaft, Renditeeinbußen oder höhere Kosten für nachhaltige Bankprodukte zu akzeptieren.

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 = 1.583 (Skalierte Abfrage: Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu/Stimme eher nicht zu/Stimme überhaupt nicht zu; dargestellt: Top2)

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)	1.583	291	554	739			
Alle Unternehmen, egal aus welcher Branche, haben eine gesellschaftliche Verantwortung.	86 %	83 %	84 %	89 %	-2	1	±0
Es ist Aufgabe des Staates, für geeignete Rahmenbedingungen für ökologischen und sozialen Konsum zu sorgen.	80 %	80 %	81 %	80 %	-6	-1	-3
Es ist vor allem Aufgabe der Verbraucher, ihren Konsum ökologischer und sozialer zu gestalten.	70 %	63 %	69 %	74 %	-9	1	1
Die Kosten der Klimawende und sozial fairer Produkte sollten vor allem von Besserverdienenden getragen werden.	65 %	73 %	68 %	59 %	-2	-1	-1
Banken, die ihre ökologisch-sozialen Anstrengungen nicht darlegen, vertraue ich nicht.	54 %	56 %	56 %	52 %	-12	4	2
Für ein ökologisch-soziales Produkt bin ich bereit, mehr Geld zu zahlen.	51 %	68 %	57 %	40 %	-1	6	1
Bei Finanzdienstleistungen, also vor allem Bank- und Versicherungsprodukten, achte ich darauf, dass ökologisch-soziale Standards eingehalten werden.	48 %	55 %	53 %	42 %	-10	1	3
Ich erwäge, zu einem ökologisch-sozial orientierten bzw. gemeinwohlorientierten Finanzinstitut zu wechseln.	37 %	54 %	44 %	25 %	-5	-2	5
Für ein ökologisch-soziales Bankprodukt bin ich bereit, Renditeeinbußen oder höhere Kosten in Kauf zu nehmen.	36 %	56 %	46 %	21 %	1	2	1

Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

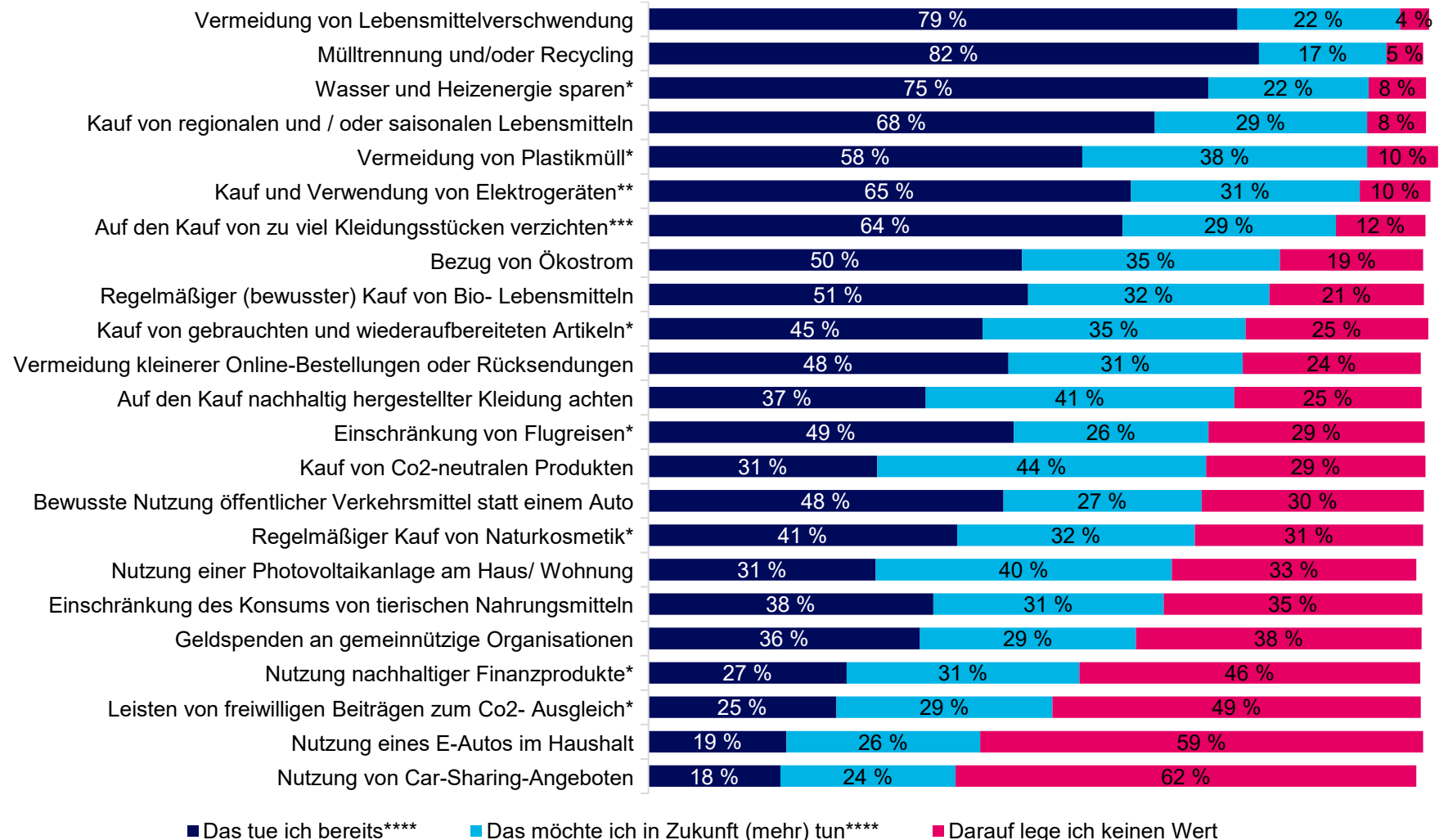
Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* in Prozentpunkten

Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Die Mehrheit der Befragten konzentriert sich beim Klimaschutz und in puncto Nachhaltigkeit vor allem auf Mülltrennung, die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung sowie das Einsparen von Wasser und Heizenergie.

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 = 1.583 (Matrixfrage mit Mehrfachnennungen)



* Es wurden Beispiele genannt.

** mit verhältnismäßig wenig Energieverbrauch

*** und lieber qualitativ gute Kleidung kaufen, die man länger tragen kann

**** Mehrfachnennungen zwischen diesen Antwortoptionen möglich

Bereits ergriffene Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Im Vergleich zu den jüngeren Befragten legen mehr über 50-Jährige Wert auf Mülltrennung, die Vermeidung von Lebensmittelverschwendung, das Einsparen von Wasser und Heizenergie sowie den Kauf regionaler und saisonaler Lebensmittel.

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 = 1.583 (Matrixfrage mit Mehrfachnennungen)

Maßnahmen für Klimaschutz	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Mülltrennung und/oder Recycling	82 %	71 %	79 %	89 %
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	79 %	64 %	75 %	89 %
Wasser und Heizenergie sparen*	75 %	60 %	73 %	82 %
Kauf von regionalen und / oder saisonalen Lebensmitteln	68 %	53 %	66 %	75 %
Kauf und Verwendung von Elektrogeräten mit verhältnismäßig wenig Energieverbrauch	65 %	47 %	64 %	72 %
Auf den Kauf von zu viel Kleidungsstücken verzichten und lieber qualitativ gute Kleidung kaufen, die man länger tragen kann	64 %	58 %	61 %	68 %
Vermeidung von Plastikmüll*	58 %	54 %	57 %	60 %
Regelmäßiger (bewusster) Kauf von Bio- Lebensmitteln	51 %	49 %	54 %	50 %
Bezug von Ökostrom	50 %	39 %	49 %	55 %
Einschränkung von Flugreisen*	49 %	42 %	51 %	51 %
Vermeidung kleinerer Online-Bestellungen oder Rücksendungen	48 %	47 %	45 %	52 %
Bewusste Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel statt einem Auto	48 %	59 %	45 %	45 %
Kauf von gebrauchten und wiederaufbereiteten Artikeln anstelle von Neuware*	45 %	47 %	52 %	39 %
Regelmäßiger Kauf von Naturkosmetik*	41 %	41 %	47 %	37 %
Einschränkung des Konsums von tierischen Nahrungsmitteln	38 %	37 %	42 %	36 %
Auf den Kauf nachhaltig hergestellter Kleidung achten	37 %	38 %	37 %	37 %
Geldspenden an gemeinnützige Organisationen	36 %	31 %	41 %	35 %
Kauf von CO ₂ -neutralen Produkten	31 %	36 %	34 %	26 %
Nutzung einer Photovoltaikanlage am Haus/ Wohnung	31 %	29 %	38 %	25 %
Nutzung nachhaltiger Finanzprodukte*	27 %	35 %	36 %	17 %
Leisten von freiwilligen Beiträgen zum CO ₂ - Ausgleich*	25 %	29 %	30 %	20 %
Nutzung eines E-Autos im Haushalt	19 %	22 %	27 %	11 %
Nutzung von Car-Sharing-Angeboten	18 %	21 %	26 %	10 %

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.

Zukünftig (mehr) zu ergreifende Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Generell zeigt sich, dass jüngere Befragte unter 30 Jahren besonders häufig Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit planen. Ältere Personen hingegen beabsichtigen deutlich seltener, Schritte zum Schutz des Klimas zu unternehmen.

Maßnahmen für Klimaschutz	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Kauf von CO ₂ -neutralen Produkten	44 %	47 %	44 %	43 %
Auf den Kauf nachhaltig hergestellter Kleidung achten	41 %	44 %	45 %	37 %
Nutzung einer Photovoltaikanlage am Haus / Wohnung	40 %	48 %	41 %	35 %
Vermeidung von Plastikmüll, also z. B. kein verpacktes Obst und Gemüse kaufen	38 %	44 %	42 %	33 %
Kauf von gebrauchten und wiederaufbereiteten Artikeln anstelle von Neuware*	35 %	43 %	39 %	30 %
Bezug von Ökostrom	35 %	44 %	39 %	27 %
Regelmäßiger (bewusster) Kauf von Bio- Lebensmitteln	32 %	38 %	38 %	26 %
Regelmäßiger Kauf von Naturkosmetik*	32 %	36 %	34 %	29 %
Vermeidung kleinerer Online-Bestellungen oder Rücksendungen	31 %	36 %	41 %	22 %
Nutzung nachhaltiger Finanzprodukte*	31 %	35 %	34 %	27 %
Einschränkung des Konsums von tierischen Nahrungsmitteln	31 %	36 %	37 %	24 %
Kauf und Verwendung von Elektrogeräten mit verhältnismäßig wenig Energieverbrauch	31 %	40 %	36 %	23 %
Geldspenden an gemeinnützige Organisationen	29 %	44 %	36 %	18 %
Leisten von freiwilligen Beiträgen zum CO ₂ - Ausgleich*	29 %	38 %	34 %	22 %
Auf den Kauf von zu viel Kleidungsstücken verzichten und lieber qualitativ gute Kleidung kaufen, die man länger tragen kann	29 %	35 %	35 %	22 %
Kauf von regionalen und / oder saisonalen Lebensmitteln	29 %	39 %	36 %	18 %
Bewusste Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel statt einem Auto	27 %	30 %	34 %	20 %
Einschränkung von Flugreisen*	26 %	37 %	33 %	17 %
Nutzung eines E-Autos im Haushalt	26 %	35 %	32 %	17 %
Nutzung von Car-Sharing-Angeboten	24 %	33 %	28 %	17 %
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	22 %	34 %	31 %	10 %
Wasser und Heizenergie sparen*	22 %	32 %	29 %	12 %
Mülltrennung und/oder Recycling	17 %	28 %	25 %	7 %

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 = 1.583 (Matrixfrage mit Mehrfachnennungen)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.

Unerwünschte Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Auch bei den Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit, die auf Ablehnung stoßen, zeigt sich eine deutliche Kluft zwischen den unter 30-Jährigen und den über 50-Jährigen.

Maßnahmen für Klimaschutz	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Nutzung von Car-Sharing-Angeboten	62 %	49 %	53 %	74 %
Nutzung eines E-Autos im Haushalt	59 %	47 %	48 %	73 %
Leisten von freiwilligen Beiträgen zum CO ₂ - Ausgleich*	49 %	39 %	43 %	58 %
Nutzung nachhaltiger Finanzprodukte*	46 %	34 %	38 %	56 %
Geldspenden an gemeinnützige Organisationen	38 %	31 %	30 %	47 %
Einschränkung des Konsums von tierischen Nahrungsmitteln	35 %	31 %	29 %	41 %
Nutzung einer Photovoltaikanlage am Haus/ Wohnung	33 %	25 %	27 %	40 %
Regelmäßiger Kauf von Naturkosmetik*	31 %	29 %	27 %	35 %
Bewusste Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel statt einem Auto	30 %	18 %	29 %	35 %
Kauf von CO ₂ -neutralen Produkten	29 %	22 %	30 %	32 %
Einschränkung von Flugreisen*	29 %	27 %	24 %	33 %
Auf den Kauf nachhaltig hergestellter Kleidung achten	25 %	20 %	25 %	27 %
Kauf von gebrauchten und wiederaufbereiteten Artikeln anstelle von Neuware*	25 %	17 %	18 %	32 %
Vermeidung kleinerer Online-Bestellungen oder Rücksendungen	24 %	22 %	22 %	26 %
Regelmäßiger (bewusster) Kauf von Bio- Lebensmitteln	21 %	19 %	17 %	25 %
Bezug von Ökostrom	19 %	20 %	20 %	19 %
Auf den Kauf von zu viel Kleidungsstücken verzichten und lieber qualitativ gute Kleidung kaufen, die man länger tragen kann	12 %	12 %	12 %	12 %
Vermeidung von Plastikmüll*	10 %	10 %	10 %	9 %
Kauf und Verwendung von Elektrogeräten mit verhältnismäßig wenig Energieverbrauch	10 %	19 %	8 %	7 %
Kauf von regionalen und / oder saisonalen Lebensmitteln	8 %	12 %	6 %	8 %
Wasser und Heizenergie sparen*	8 %	13 %	6 %	7 %
Mülltrennung und/oder Recycling	5 %	7 %	5 %	4 %
Vermeidung von Lebensmittelverschwendung	4 %	7 %	4 %	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 = 1.583 (Matrixfrage mit Mehrfachnennungen)

■ Mind. fünf Prozentpunkte über dem Gesamtwert

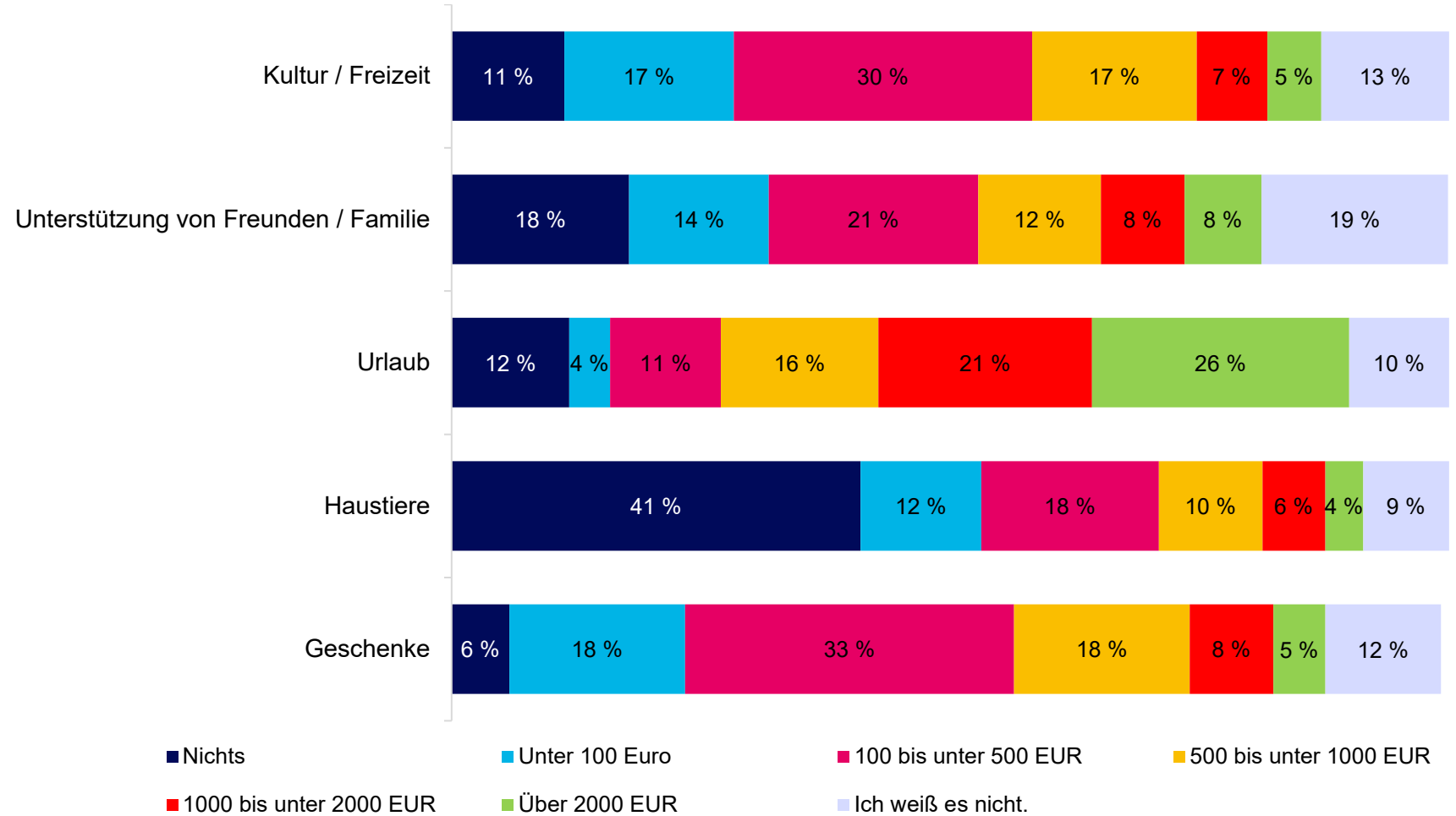
■ Mind. fünf Prozentpunkte unter dem Gesamtwert

* Es wurden Beispiele genannt.

Höhe der geplanten Ausgaben

43 Prozent der Befragten planen, im nächsten Jahr entweder gar nichts oder weniger als 1.000 Euro für Urlaub auszugeben.

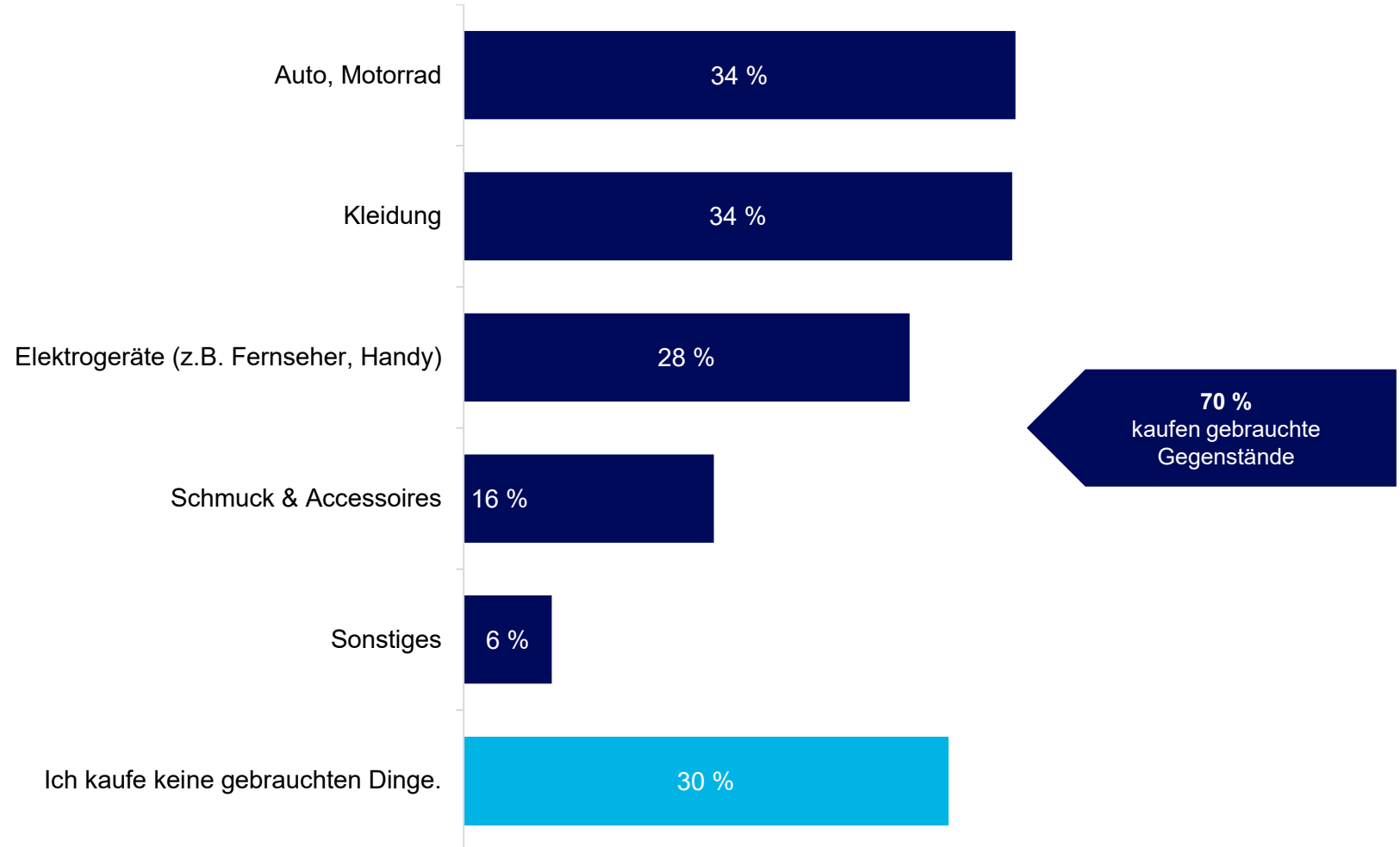
Frage 18: Sofern bekannt, wieviel planen Sie grob im kommenden Jahr für die nachfolgenden Bereiche auszugeben?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (skalierte Abfrage)



Anschaffung von Gebrauchsgütern

70 Prozent der Befragten kaufen gebrauchte Gegenstände, wobei Anschaffungen für Auto oder Motorrad sowie Kleidungsstücke ganz oben auf der Liste stehen.

Frage 19: Kaufen Sie bestimmte Dinge gebraucht bzw. planen Sie bestimmte Dinge gebraucht zu kaufen?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennung)



Anschaffung von Gebrauchtwaren

Die Bereitschaft, gebrauchte Ware zu erwerben, ist bei den über 50-Jährigen am geringsten.

Was gebraucht gekauft wird	Total	Altersgruppe (Jahre)		
		18-29	30-49	50-79
Basis (Fallzahl)	1.583	291	554	739
Auto, Motorrad	34 %	38 %	42 %	28 %
Kleidung	34 %	32 %	44 %	28 %
Elektrogeräte (z.B. Fernseher, Handy)	28 %	35 %	35 %	20 %
Schmuck & Accessoires	16 %	22 %	25 %	6 %
Sonstiges	6 %	4 %	5 %	7 %
Ich kaufe keine gebrauchten Dinge.	30 %	24 %	19 %	41 %

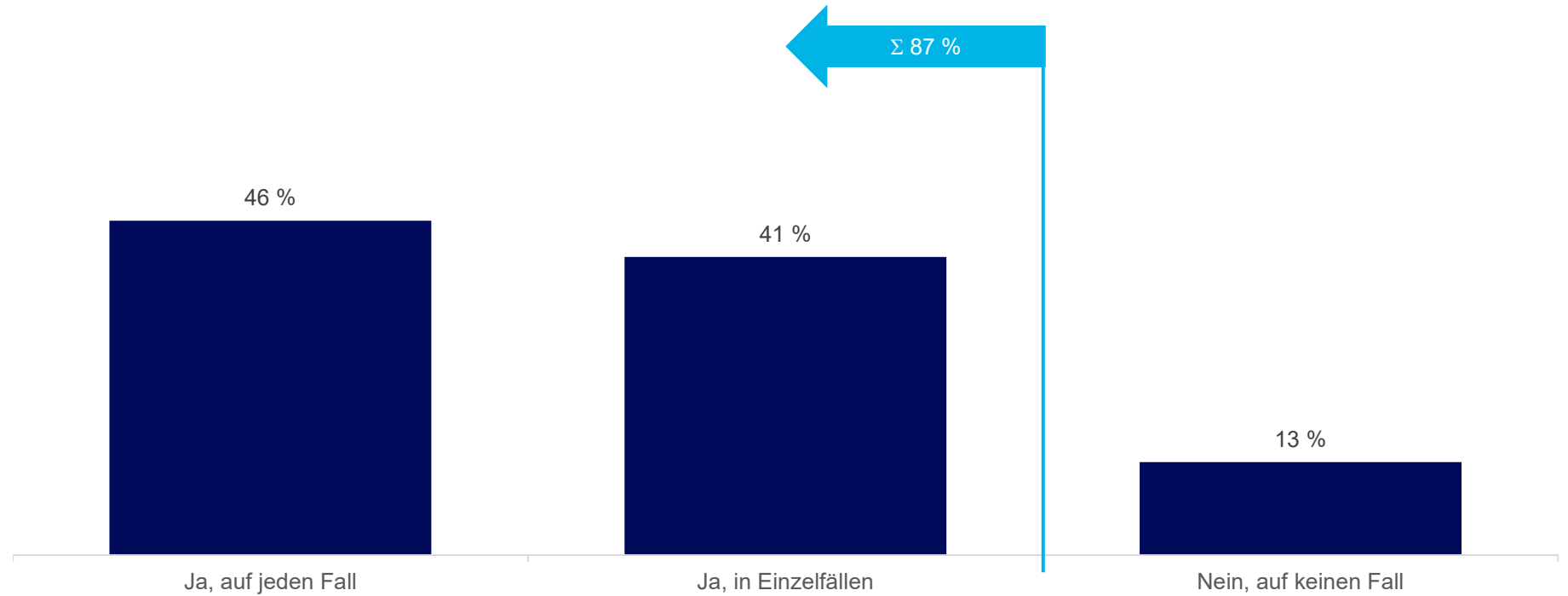
Frage 19: Kaufen Sie bestimmte Dinge gebraucht bzw. planen Sie bestimmte Dinge gebraucht zu kaufen?
Basis: Alle Befragten, N = 1.583 (Mehrfachnennung)

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

Anschaffung von Gebrauchtwaren

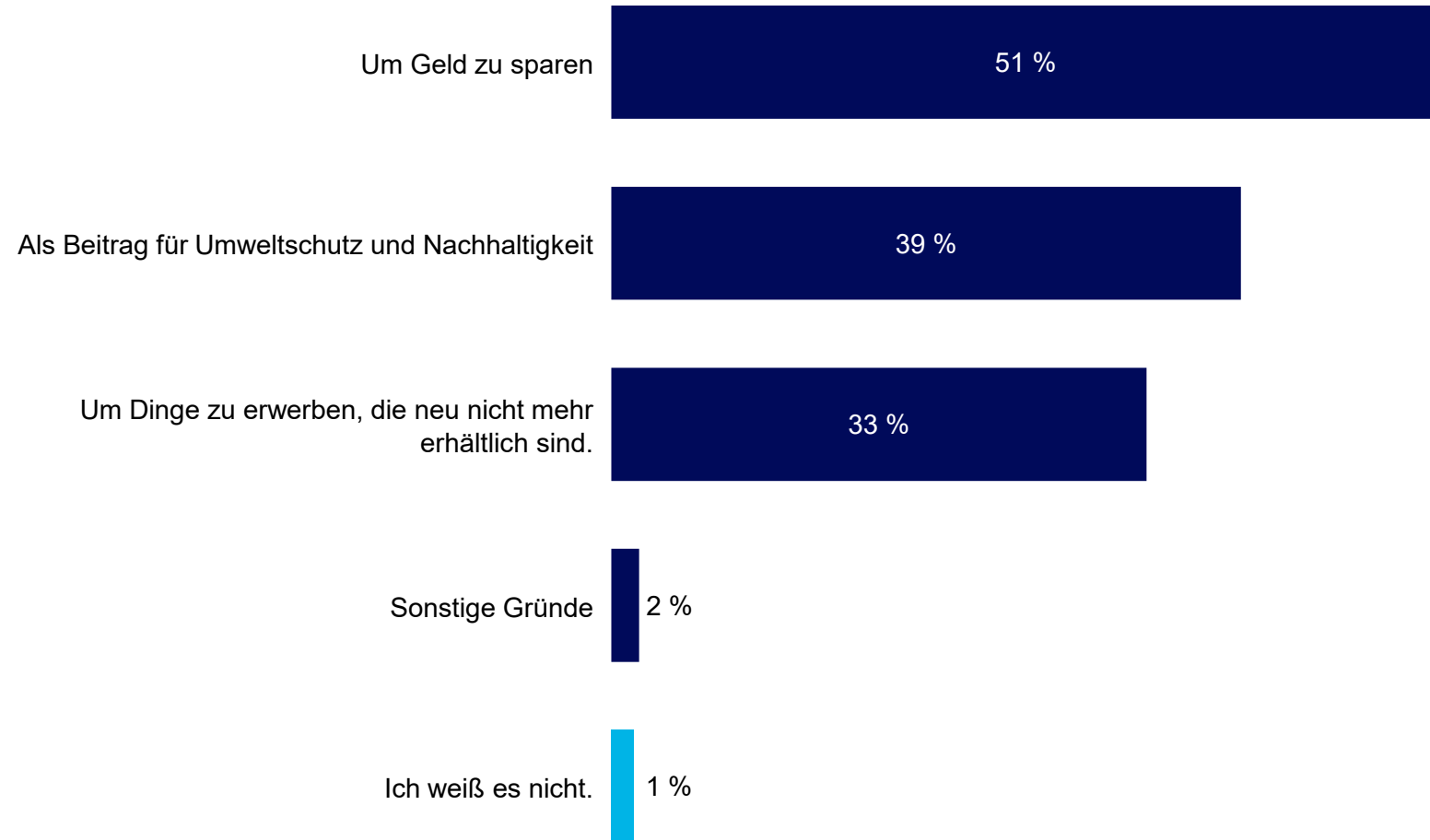
Die große Mehrheit der Befragten würde gebrauchte Waren auch als Geschenke in Erwägung ziehen. Nur 13 Prozent lehnen dies ab.

Frage 20: Würden Sie auch gebrauchte Dinge verschenken?
Basis: Befragte, die gebrauchte Dinge kaufen, N = 1.104
(Einfachnennung)



Anschaffung von Gebrauchtwaren

Für die meisten Befragten ist der Erwerb gebrauchter Artikel eine gute Gelegenheit, um Kosten zu reduzieren.



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

Basis: Befragte, die gebrauchte Dinge kaufen, N = 1.104 (Mehrfachnennung)

Anschaffung von Gebrauchtwaren

Insbesondere Haushalte mit einem monatlichen Nettoeinkommen von weniger als 2.000 Euro betrachten das Geldsparen als Hauptgrund für den Kauf gebrauchter Waren.

Gründe für den Kauf	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)	1.104	59	163	183	196	334
Um Geld zu sparen	51 %	56 %	58 %	53 %	61 %	41 %
Als Beitrag für Umweltschutz und Nachhaltigkeit	39 %	30 %	44 %	37 %	46 %	36 %
Um Dinge zu erwerben, die neu nicht mehr erhältlich sind.	33 %	19 %	32 %	32 %	49 %	31 %
Sonstige Gründe	2 %	1 %	1 %	5 %	1 %	1 %
Ich weiß es nicht.	1 %	2 %	1 %	1 %	2 %	1 %

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

Basis: Befragte, die gebrauchte Dinge kaufen, N = 1.104 (Mehrfachnennung)

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

Statistik

Maßnahmen für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Geschlecht		
	Männlich	50 %
	Weiblich	50 %
	Divers	0 %

Alter		
	18-29 Jahre	18 %
	30-39 Jahre	18 %
	40-49 Jahre	17 %
	50-59 Jahre	20 %
	60-69 Jahre	16 %
	70-79 Jahre	11 %

Zusammenleben mit Partnerin/Partner		
	Ja	65 %
	Nein	35 %

Berufstätigkeit		
	Voll/teilweise berufstätig	64 %
	In Pension	23 %
	Nicht berufstätig*	13 %

Höchster Schul- bzw. Hochschulabschluss		
	Pflichtschule	6 %
	Berufs-, Fachschule, Lehre	34 %
	Matura	27 %
	Abgeschlossene Hochschule, Universität	33 %

Haushaltsnettoeinkommen		
	Bis unter 1.000 Euro	5 %
	1.000 bis unter 2.000 Euro	13 %
	2.000 bis unter 3.000 Euro	17 %
	3.000 bis unter 4.000 Euro	16 %
	4.000 Euro und mehr	33 %
	Keine Angabe	16 %

Ortscharakter		
	Großstadt	37 %
	Umland bzw. Einzugsgebiet einer Großstadt	13 %
	Mittelgroße Stadt	11 %
	Kleinstadt	10 %
	Ländliche Gegend/auf dem Land	29 %

Wohnsituation		
	Zur Miete	45 %
	In der eigenen Eigentumswohnung	15 %
	Im eigenen Haus	36 %
	Keine Angabe	4 %

Bundesland		
	Burgenland	3 %
	Kärnten	6 %
	Niederösterreich	19 %
	Oberösterreich	17 %
	Salzburg	6 %
	Steiermark	14 %
	Tirol	9 %
	Vorarlberg	4 %
	Wien	22 %

Statistik. Basis: Alle Befragten (Einfachnennungen)

* inkl. "zurzeit in Elternzeit"

TeamBank AG Nürnberg

Beuthener Straße 25

90471 Nürnberg

Germany

www.TeamBank.at