

Geldanlage-Report 2022



RTL Data

Köln | Hamburg 2022

Informationen zur Studie

01



Studiensteckbrief



Methode:

Mobile Online-Befragung mit der „I love MyMedia“ Forschungs-App der Ad Alliance sowie mit dem G+J medientrend Panel

Befragungszielgruppe:

Frauen und Männer ab 16 Jahren, online-repräsentativ

Stichprobenumfang:

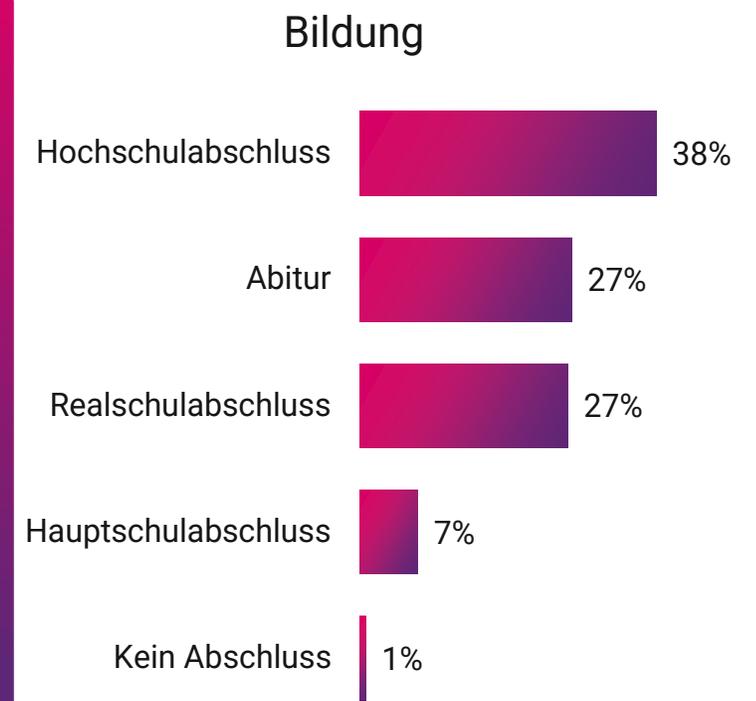
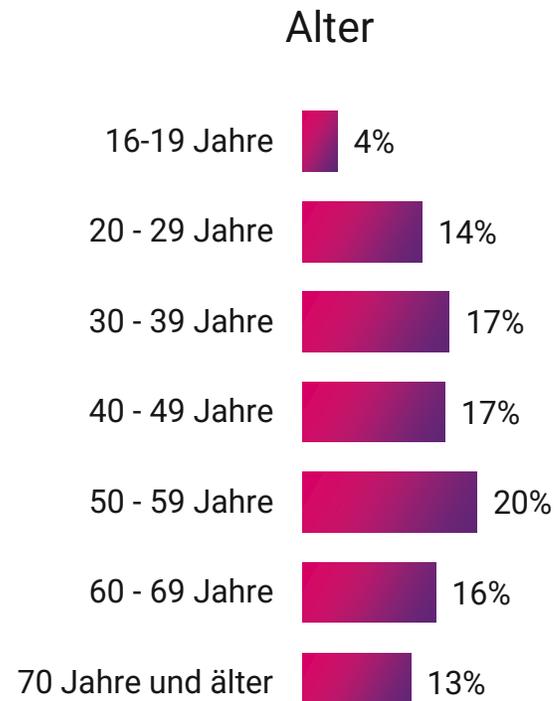
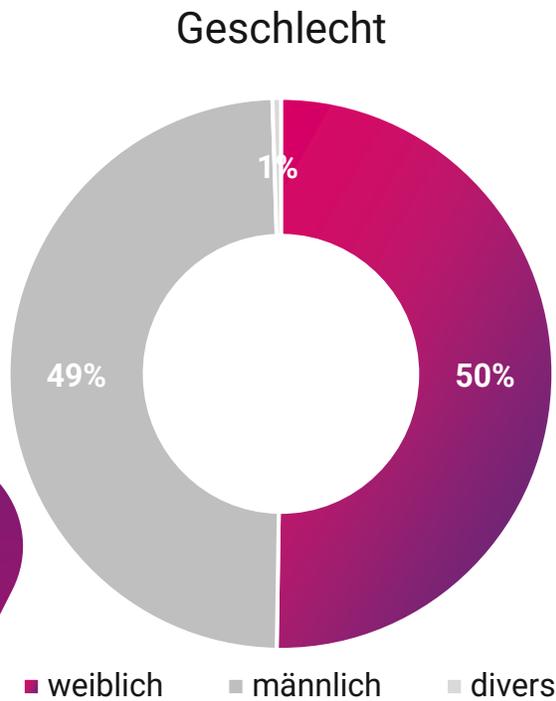
Kampagnenmessung: n=1.096 Befragte

Erhebungszeitraum:

Feldzeit: 26.04.2022 bis 02.05.2022



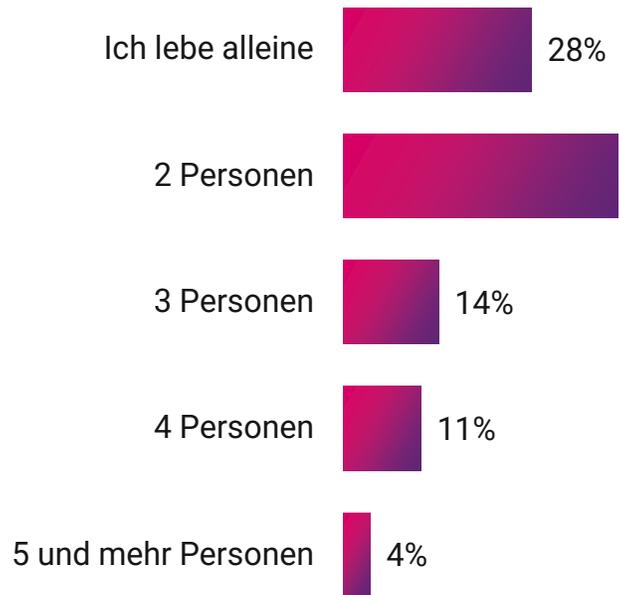
Allgemeine soziodemographische Zusammensetzung der Stichprobe



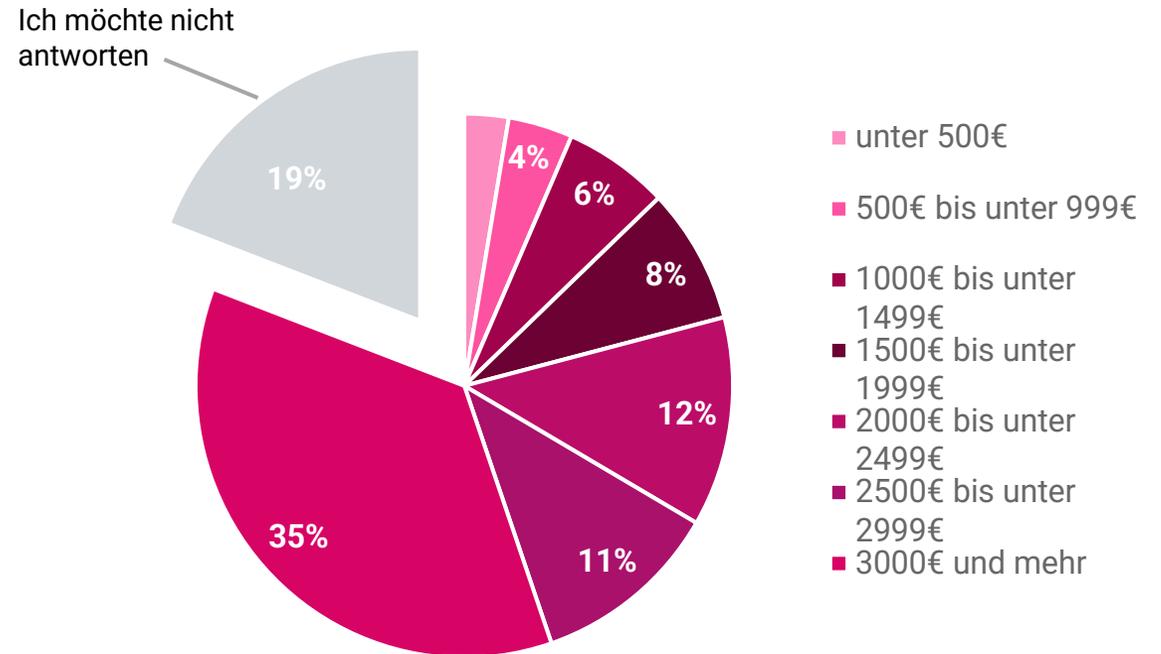
Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Welches Geschlecht haben Sie?“, „Wie alt sind Sie?“ (offene Abfrage), „Welches ist ihr höchster erreichter Bildungsabschluss?“ | Basis: Total n=1.096

Soziodemographische Zusammensetzung der Stichprobe (Haushalt)

Größe des Haushalts



Haushaltsnettoeinkommen



Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Welches Geschlecht haben Sie?“, „Wie alt sind Sie?“ (offene Abfrage), „Welches ist ihr höchster erreichter Bildungsabschluss?“ | Basis: Total n=1.096

Ergebnisse der Studie

02

Die Sorge um die eigene finanzielle Absicherung ist akut

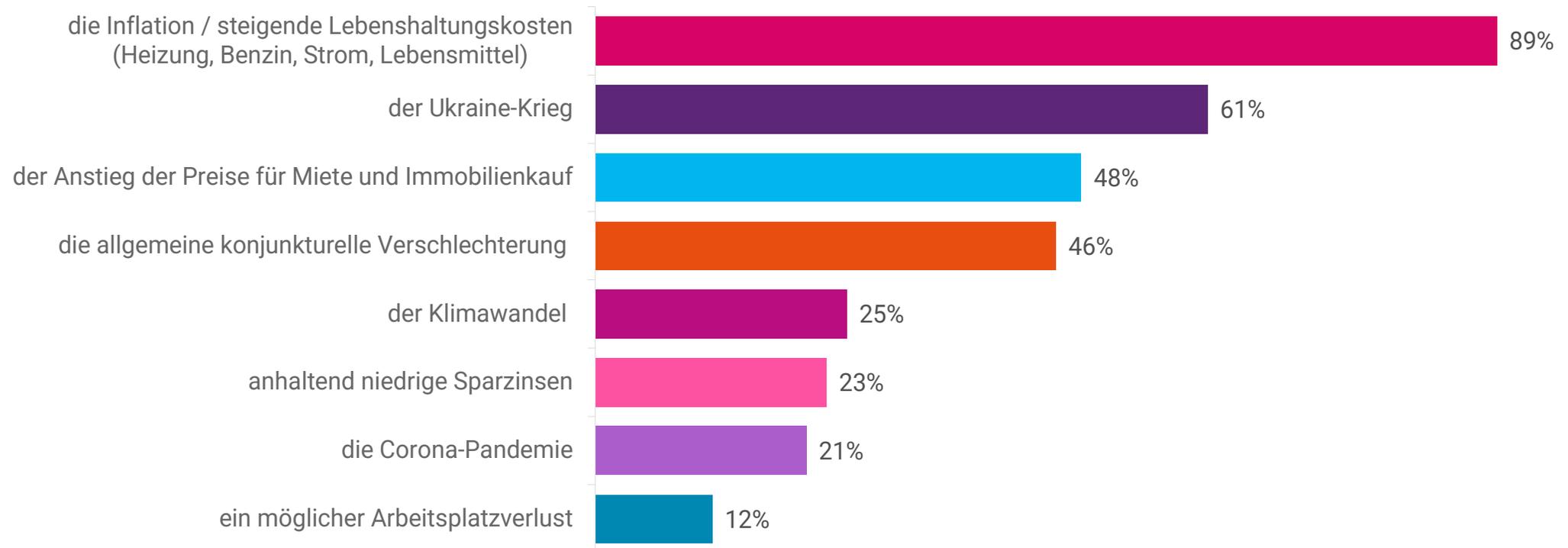
**45% der Befragten geben an,
sich über ihre finanzielle
Absicherung zu sorgen**

Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Frage: Denken Sie jetzt bitte noch einmal an Ihre privaten Finanzen. Bitte geben Sie an, inwieweit die folgende Aussage auf Sie persönlich zutrifft: In der aktuellen Situation mache ich mir Sorgen um meine finanzielle Absicherung. |

Basis: Total n=1.096



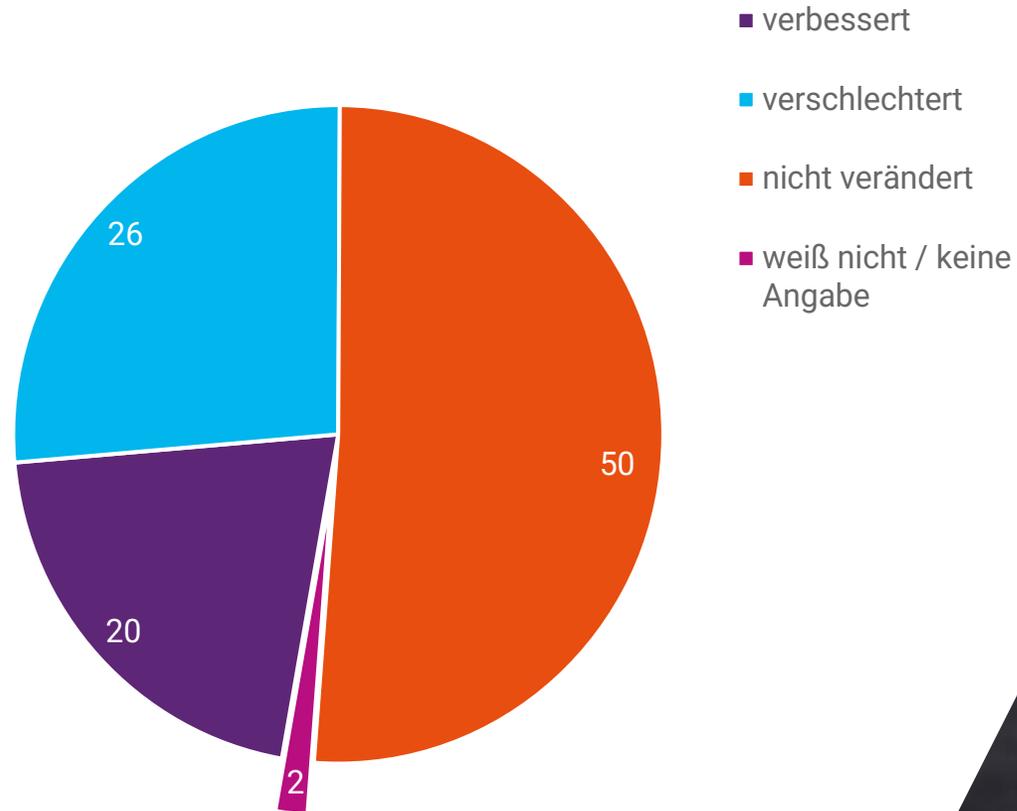
Vor allem der Ukraine-Krieg und die damit verbundenen steigenden Lebenshaltungskosten beschäftigen die Befragten



Quelle: Ad Alliance | RTL Data Der Ukraine-Krieg und die Veränderung im Mediennutzungsverhalten (2022) | Frage: „Im Folgenden interessieren wir uns für Ihre Meinung, was die Gestaltung von Werbung im Umfeld von Kriegsberichterstattung betrifft.“

Basis: Befragte die angeben, finanzielle Sorgen zu haben n= 603

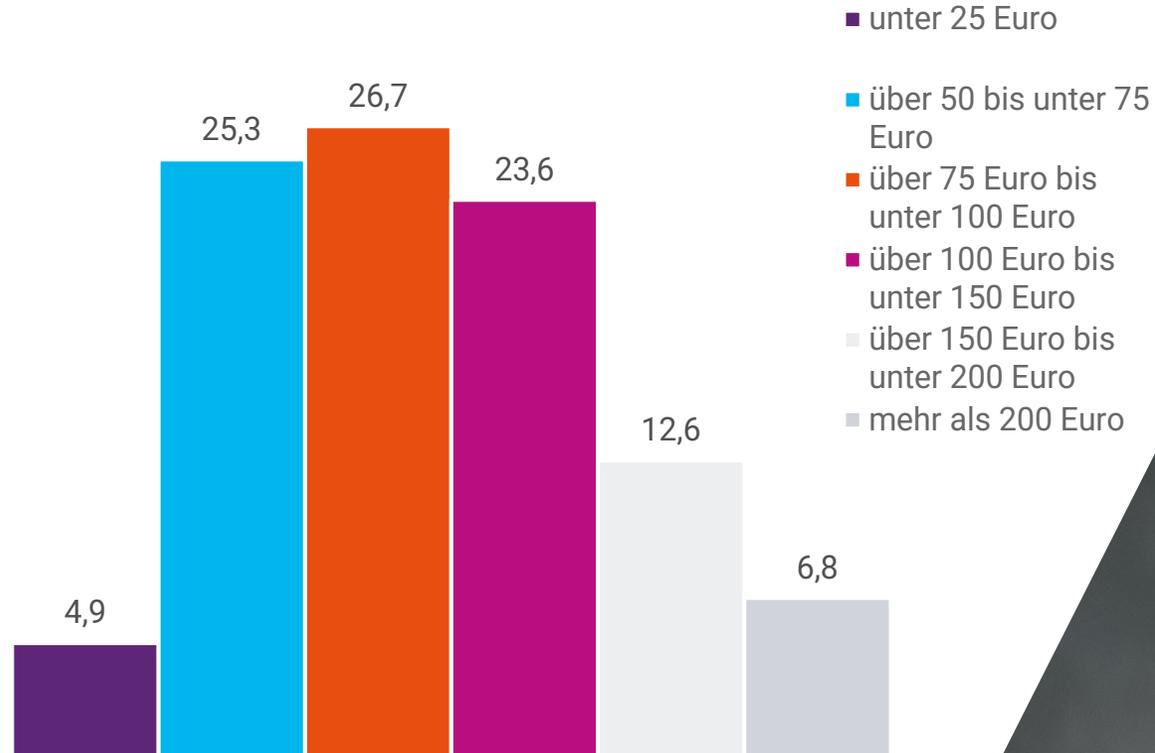
Für die meisten der Befragten hat sich im letzten Jahr nichts an der eigenen finanziellen Situation geändert



Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Frage: „Meine finanzielle Situation hat sich in den letzten 12 Monaten...“
Basis: Total n=1.096



Über 70% der Haushalte werden monatlich um 50 bis 150 Euro mehrbelastet

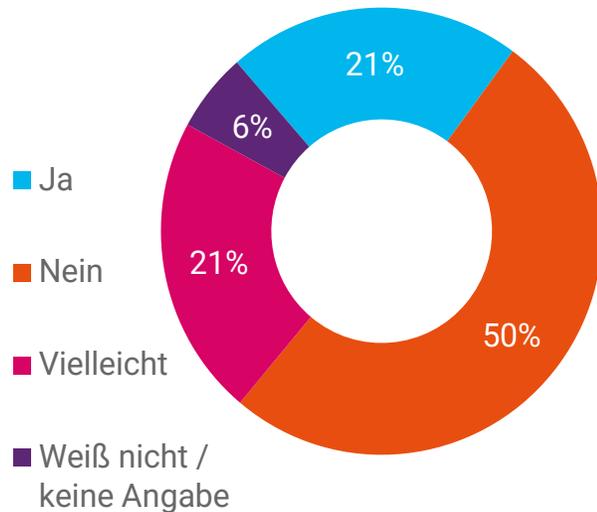


Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Frage: „Schätzen Sie bitte einmal - wie hoch sind die Mehrkosten pro Monat in Ihrem Haushalt durch gestiegene Preise?“ | Basis: Total n=1.096

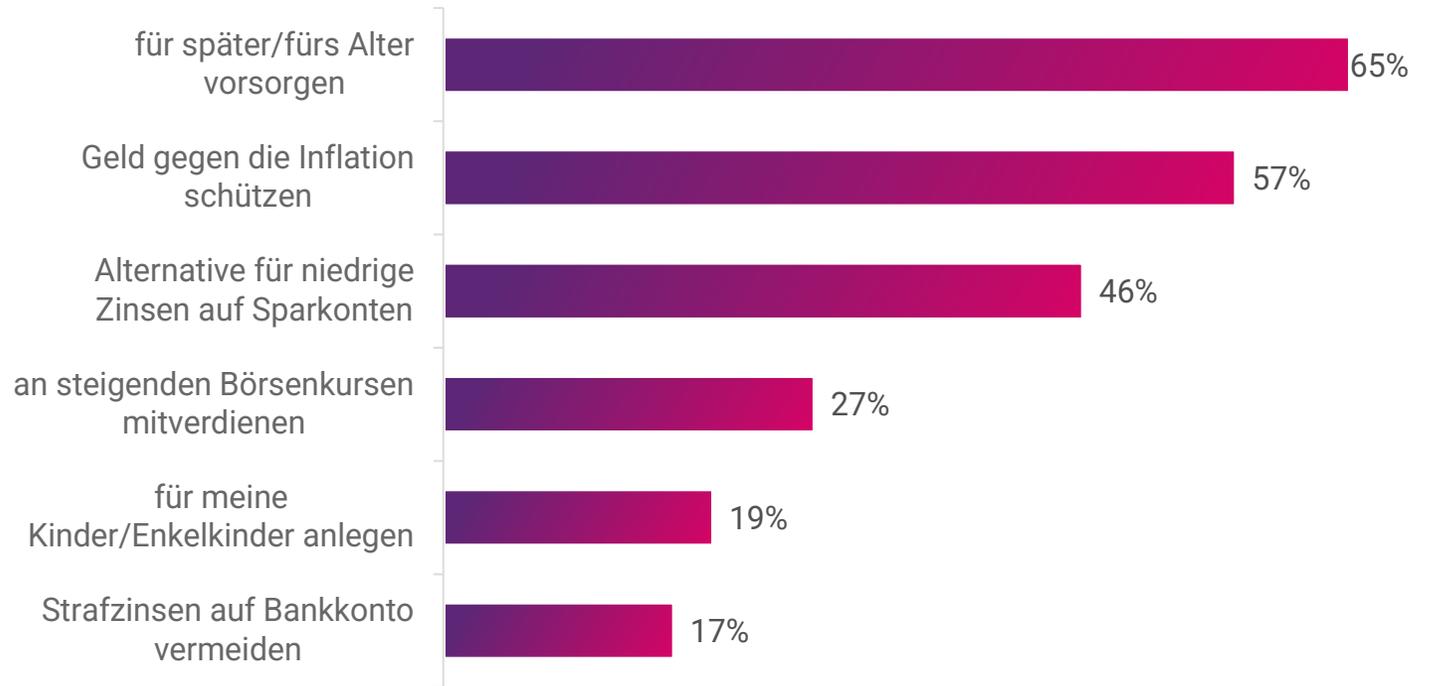


Etwa die Hälfte der Befragten steht einer Geldanlage offen gegenüber – vor allem, um das eigene Geld gegen Inflation zu schützen und im Alter abgesichert zu sein

Geldanlage innerhalb des nächsten Jahres

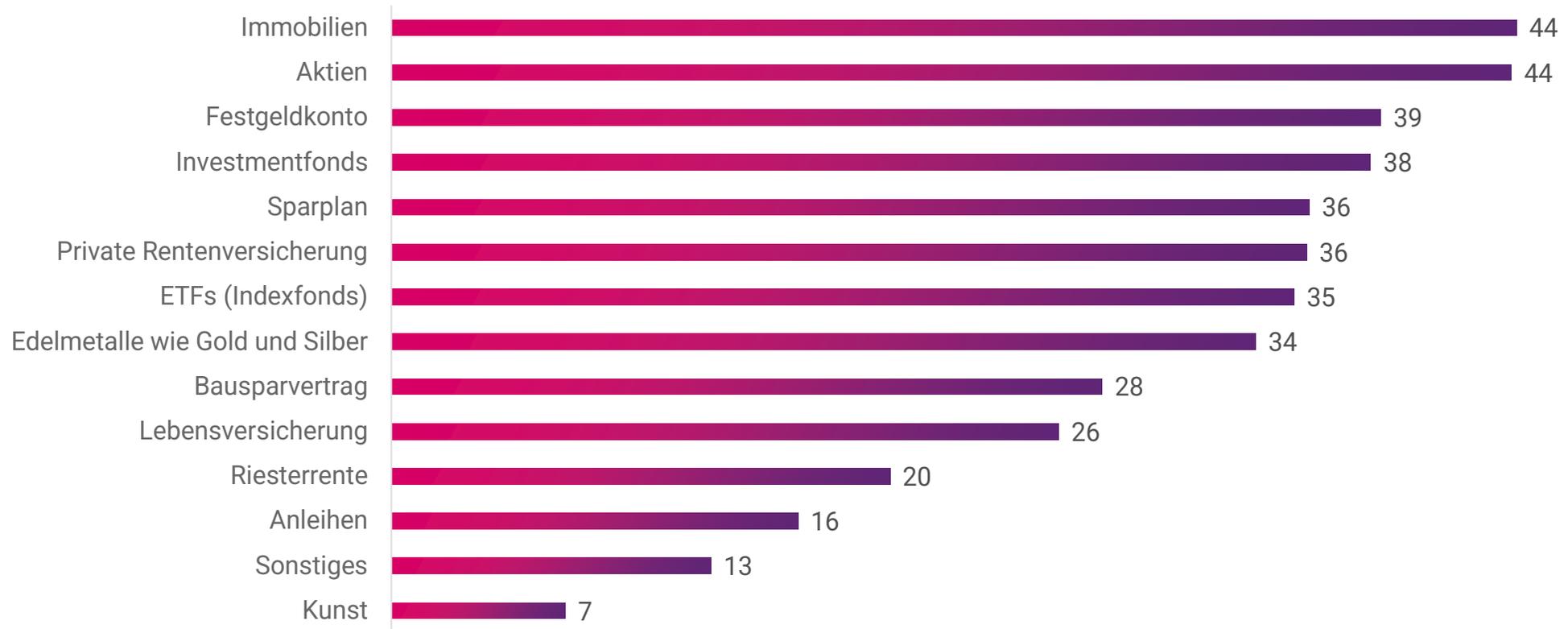


Gründe für Geldanlage



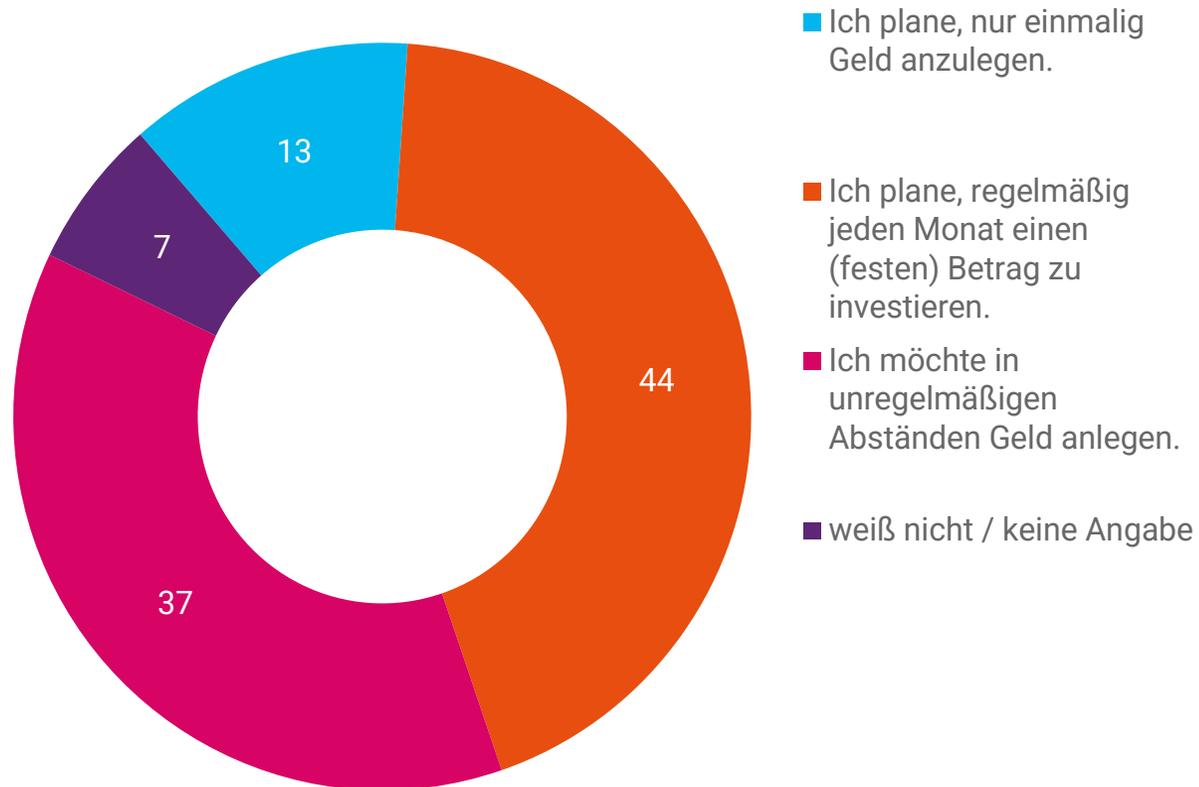
Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Planen Sie, in den nächsten 12 Monaten Geld anzulegen, also zum Beispiel Wertpapiere oder Immobilien zu kaufen?“, „Hier sind einige Gründe aufgeführt, warum man Geld anlegen will. Bitte nennen Sie uns Ihre Hauptgründe.“ (maximal 3 Nennungen) | Basis: Total n=1.096 || (vielleicht) Geldanleger:innen n= 465.

Immobilien und Aktien sind besonders stark nachgefragt



Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Welche der folgenden Anlageformen kommen für Sie grundsätzlich in Frage?“ | Basis: (vielleicht) Geldanleger:innen n= 465.

Investitionen sollen überwiegend regelmäßig vorgenommen werden



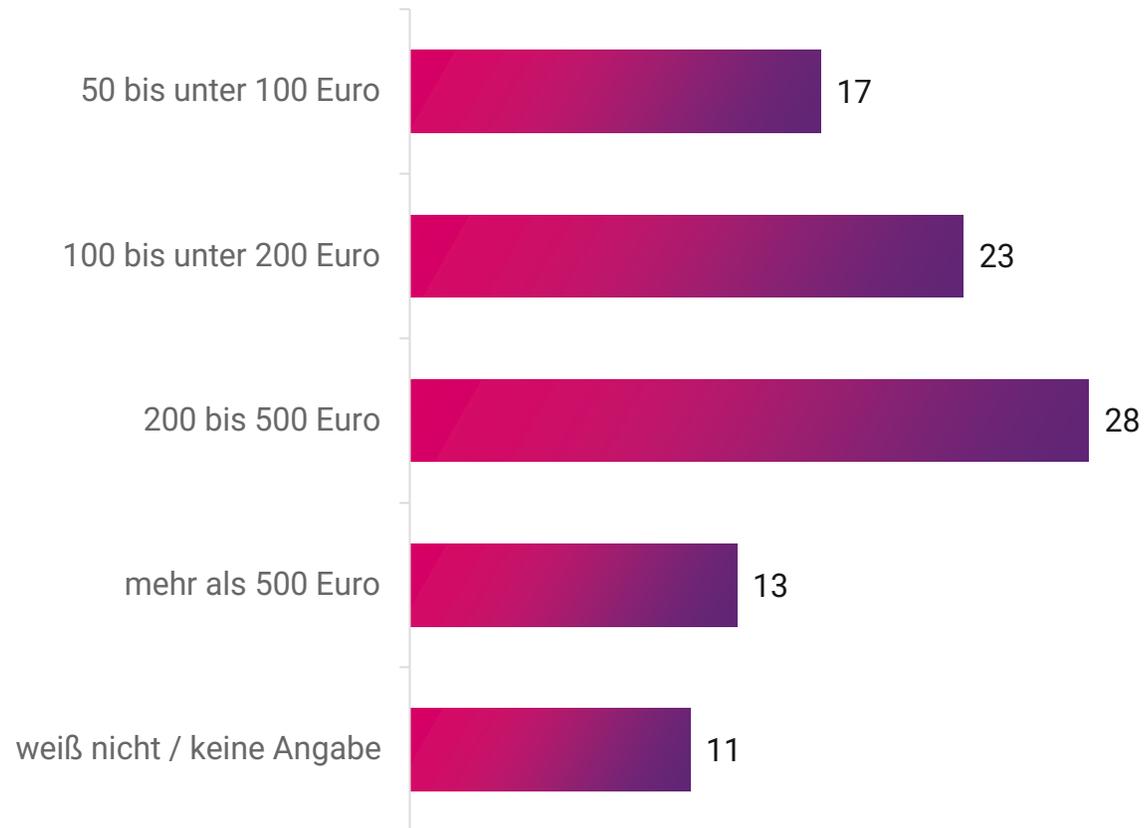
- Ich plane, nur einmalig Geld anzulegen.
- Ich plane, regelmäßig jeden Monat einen (festen) Betrag zu investieren.
- Ich möchte in unregelmäßigen Abständen Geld anlegen.
- weiß nicht / keine Angabe



Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Sie haben angegeben, dass Sie in den nächsten 12 Monaten [vielleicht] Geld anlegen möchten. Wie planen Sie, Ihr Geld anzulegen?“ |

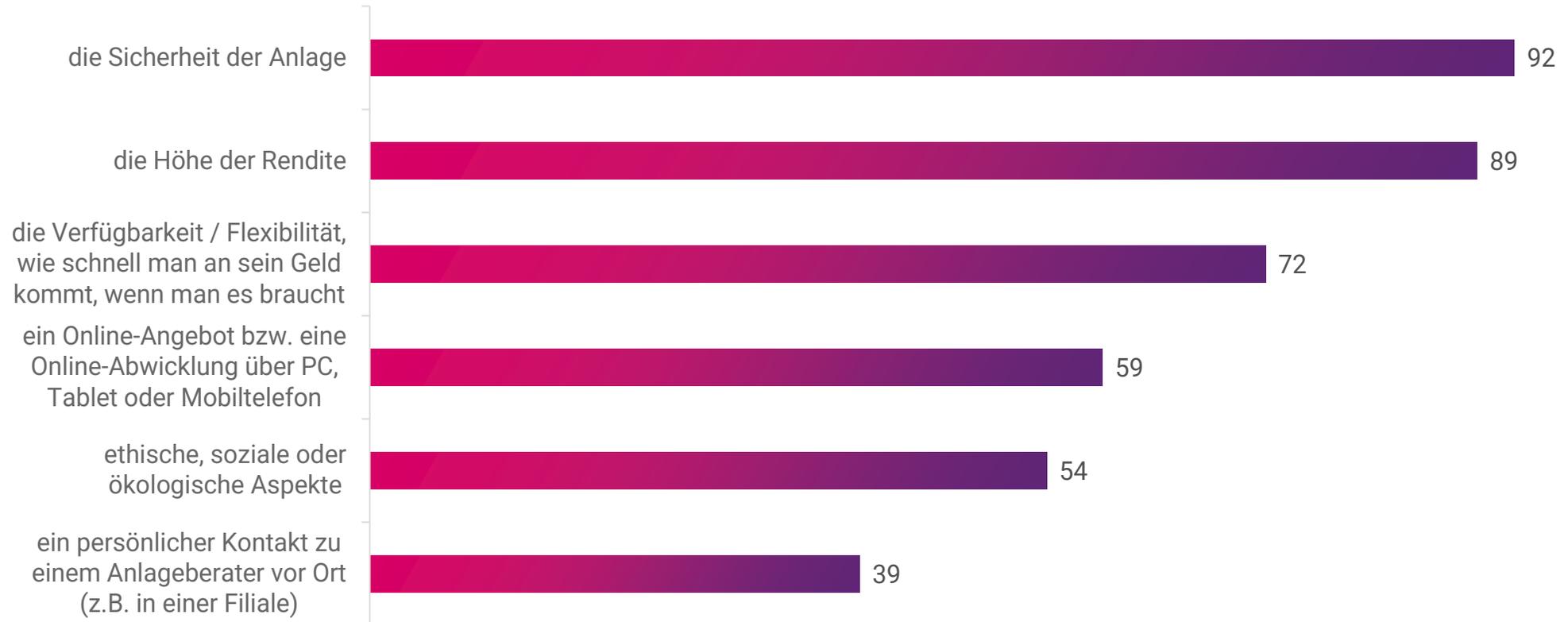
Basis: (vielleicht) Geldanleger:innen n= 465.

Die meisten Befragten planen, zwischen 200 und 500 Euro monatlich anzulegen

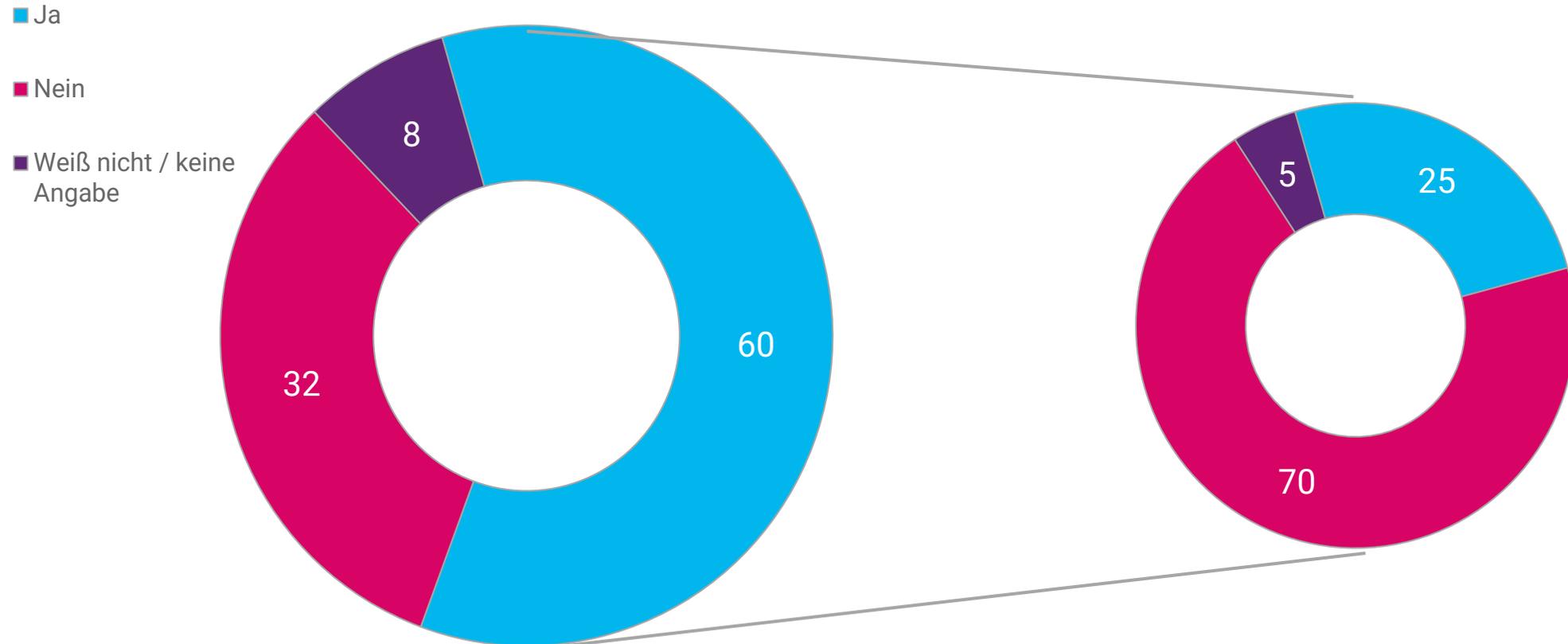


Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Wieviel Geld möchten Sie ungefähr pro Monat anlegen?“ | Basis: (vielleicht) Geldanleger:innen n= 465.

Sicherheit und Rendite der Geldanlage sind die Hauptkriterien bei der Geldanlage

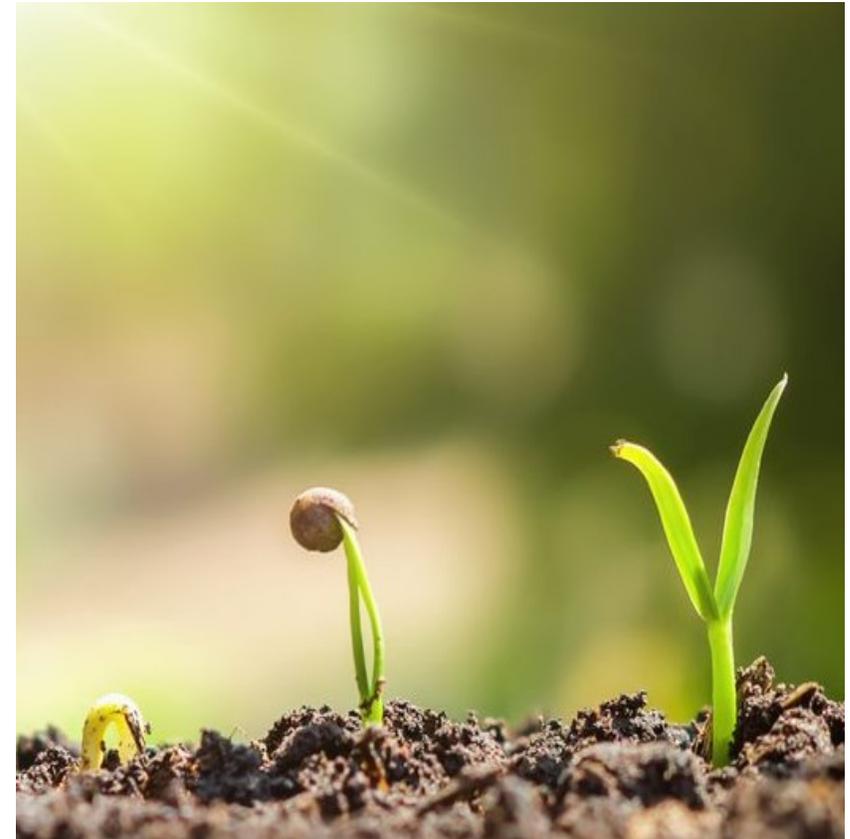
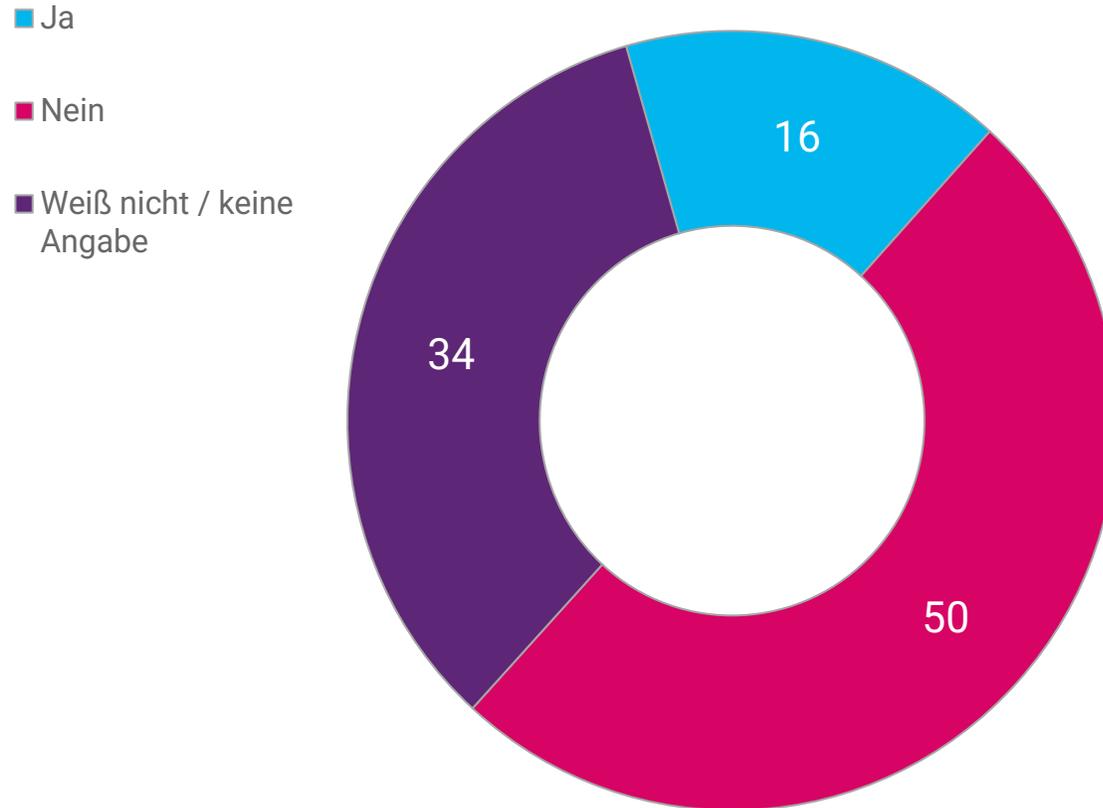


Grüne Geldanlagen sind überwiegend bekannt, wobei etwa jede:r vierte Kenner:in bereits investiert hat



Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Dem Thema Nachhaltigkeit kommt bei der Geldanlage eine wachsende Bedeutung zu. Das sind Anlageprodukte, die nach ethischen, sozialen und/oder ökologischen Aspekten ausgerichtet sind. Haben Sie schon von solchen ‚grünen‘ Geldanlagen gehört?“ „Haben Sie schon mal in ‚grüne‘ Geldanlagen investiert?“
Basis: Total n= 1096 | Teilnehmende, die angegeben schon einmal von grünen Geldanlagen gehört zu haben, n= 645

16% der Befragten planen auch in Zukunft in grüne Geldanlagen zu investieren



Quelle: Ad Alliance | Geldanlage-Report (2022) | Fragen: „Planen Sie, innerhalb der nächsten 12 Monate in ‚grüne‘ Geldanlagen zu investieren?“
Basis: Total n= 1096

Essentials

03

Zentrale Studienergebnisse

45%

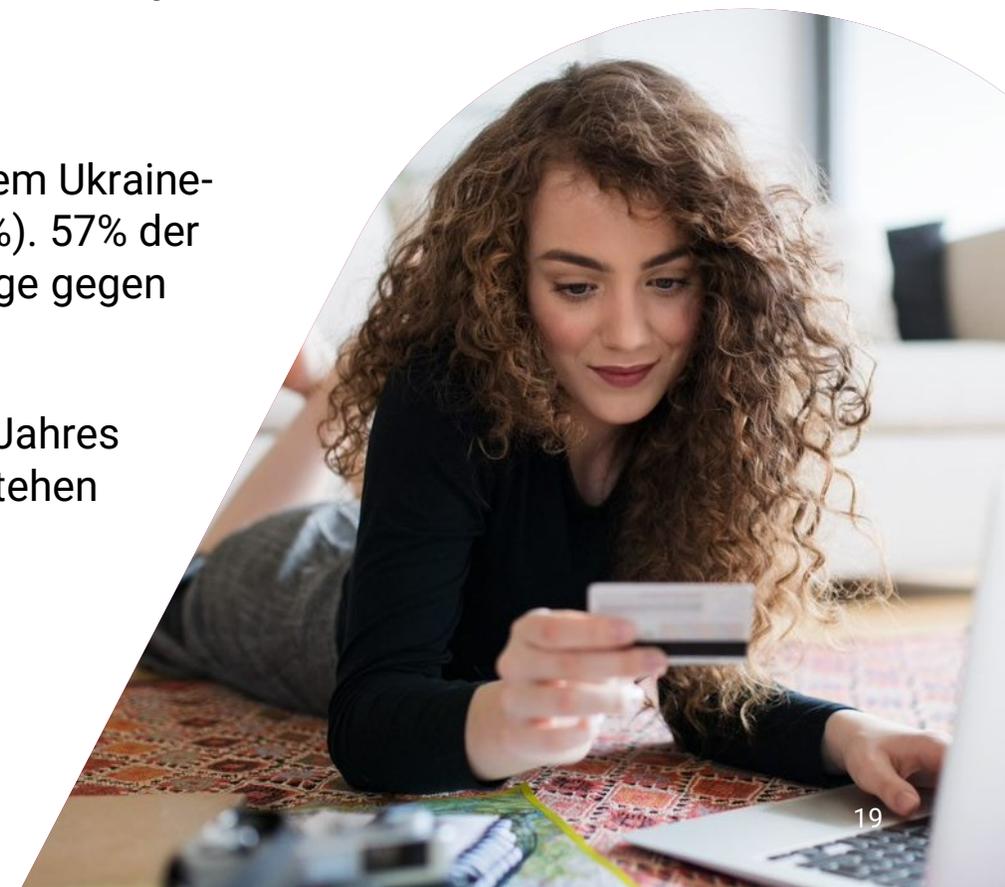
45% der Deutschen ab 16 Jahren sorgen sich ernsthaft um die eigene finanzielle Absicherung, obwohl sich nur bei 26% der Befragten im letzten Jahr die finanzielle Situation verschlechtert hat.

89%

Meist stehen die Sorgen im Zusammenhang mit dem Ukraine-Krieg (61%) und den damit steigenden Kosten (89%). 57% der Investitionsbereiten wollen sich durch ihre Geldanlage gegen die Inflation schützen.

42%

42% der Befragten planen innerhalb des nächsten Jahres (vielleicht) zu investieren. Aktien und Immobilien stehen dabei hoch im Kurs. Für 16% der Befragten kommt auch eine grüne Geldanlage in Frage.



Kontakt



Kay Schneemann

Head of Advertising Research

RTL Data
Am Baumwall 11
20444 Hamburg

schneemann.kay@ems.guj.de



Dr. Tim Wulf

Senior Advertising Researcher

RTL Data
Picassoplatz 1
50679 Köln

tim.wulf@rtl.de



Es gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Ad Alliance GmbH,
abrufbar unter www.ad-alliance.de/agb.

Für den Vermarkter Media Impact GmbH & Co. KG handelt die Ad Alliance GmbH
als Dienstleister und im Namen und für Rechnung der Media Impact GmbH & Co. KG.
Es gelten die jeweiligen Allgemeinen Geschäftsbedingungen der Media Impact GmbH & Co. KG, abrufbar unter:
www.mediaimpact.de/de/agb, es sei denn es ist anders gekennzeichnet.