

# Nachhaltiges Investieren in Deutschland

---

[business.yougov.com/de](https://business.yougov.com/de)

YouGov®



## ► YouGov Framework: Nachhaltiges Investieren in Deutschland

Ethische Geldanlage – also das bewusste Fokussieren des eigenen Portfolios auf Unternehmen, die bestimmte ethische und moralische Standards erfüllen – wird in Deutschland und weltweit immer beliebter. Eines der wichtigsten Auswahlkriterien im Rahmen ethischer Investitionen ist das Engagement eines Unternehmens für Nachhaltigkeit und Umwelt.

Mithilfe unseres Zielgruppen-Segmentierungs- und Analyse-Tools YouGov Profiles haben wir ein Framework erstellt, um jene Verbraucher zu identifizieren, die sich für nachhaltige Geldanlagen interessieren. Das Framework hilft dabei, die Zusammensetzung und die allgemeinen Merkmale der wichtigsten Konsumentengruppen zu verstehen, die auf der Grundlage ihrer Investitionsbereitschaft und der Frage, ob sie sich selbst als Umweltschützer betrachten, definiert werden.

# Framework: Nachhaltiges Investieren

Bevölkerung: ca. 30,2 Mio. Menschen mit investierbarem Vermögen\* (43% der Bevölkerung)

		Ich betrachte mich selbst als Umweltschützer.		
		Stimme zu	Weder noch	Stimme nicht zu
Ich suche ständig nach Möglichkeiten, mein Geld gewinnbringend zu investieren.	Stimme zu	<b>Öko-Investoren</b> ca. 8.1 Mio. (27%)	<b>Investoren</b> ca. 7.2 Mio. (24%)	
	Weder noch	<b>Öko-Sparer</b> ca. 6.5 Mio. (22%)	<b>Sparer</b> ca. 8.2 Mio. (27%)	
	Stimme nicht zu			



# Framework: Nachhaltiges Investieren

Bevölkerung: ca. 30,2 Mio. Menschen mit investierbarem Vermögen\* (43% der Bevölkerung)

Segment	Bevölkerung	% bevölkerungsrepräsentativ
Öko-Investoren	8.1 Mio.	27%
Öko-Sparer	6.5 Mio.	22%
Investoren	7.2 Mio.	24%
Sparer	8.2 Mio.	27%

## Öko-Investoren

Diese Gruppe betrachtet sich selbst als Umweltschützer und sucht aktiv nach rentablen Möglichkeiten, ihr Vermögen zu investieren - **8.1 Mio. (27%)**

## Öko-Sparer

Diese Gruppe verfügt über ein investierbares Vermögen, investiert aber derzeit nicht aktiv. Sie betrachten sich selbst als Umweltschützer - **6.5 Mio. (22%)**

## Investoren

Diese Gruppe ist nicht unbedingt auf die Umwelt bedacht, sucht aber nach rentablen Investitionsmöglichkeiten - **7.2 Mio. (24%)**

## Sparer

Es handelt sich um ein finanziell konservatives Segment, das weder aus Umweltschützern besteht, noch sein Vermögen investieren will. - **8.2 Mio. (27%)**

## Öko-Investoren

Profiling-Daten für diese Zielgruppe werden mit der deutschen Gesamtbevölkerung verglichen (bevölkerungsrepräsentativ nach Alter 18+, Geschlecht und Region).



**31%**

sind häufiger im mittleren Alter zwischen 30 und 44 Jahren.  
(vs. **23% der Gesamtbevölkerung**)



**62%**

sind signifikant häufiger männlich.  
(vs. **48% der Gesamtbevölkerung**)

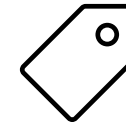


**57%**

sie verfügen über ein höheres persönliches Einkommen, deutlich häufiger haben sie mehr als 1.500 € zur Verfügung.  
(vs. **25% der Gesamtbevölkerung**)



Sie bevorzugen mehrere Bankkonten und gehen Risiken am Aktienmarkt ein.



Sie bevorzugen hochwertige Produkte und Dienstleistungen und kaufen bei Unternehmen, deren Ethik und Werte sie teilen.



Sie sind etwas häufiger Kunden von Sparkasse, ING, Volks- und Raiffeisenbank, Consorsbank und Postbank.

## Investoren

Profiling-Daten für diese Zielgruppe werden mit der deutschen Gesamtbevölkerung verglichen (bevölkerungsrepräsentativ nach Alter 18+, Geschlecht und Region)



Die Altersstruktur ist vergleichbar mit der Gesamtbevölkerung, sie sind häufiger im Alter zwischen:

**30 und 44  
sowie 55+**



**69%**

sie sind signifikant häufiger männlich (vs. **48% der Gesamtbevölkerung**)

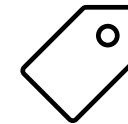


**48%**

sie verfügen über ein höheres persönliches Einkommen, und haben häufiger mehr als 1.500 € zur freien Verfügung. (vs. **25% der Gesamtbevölkerung**)



Sie haben mehrere Bankkonten und gehen Risiken am Aktienmarkt ein.



Sie sind der Meinung, dass es zu viel kostet, ständig "grün" zu sein und sie wollen recyceln, werden aber durch den Aufwand daran gehindert.



Sie sind etwas häufiger Kunden von Sparkasse, ING, Volks- und Raiffeisenbank, Consorsbank und DKB Deutsche Kreditbank.

## Öko-Sparer

Profiling-Daten für diese Zielgruppe werden mit der deutschen Gesamtbevölkerung verglichen (bevölkerungsrepräsentativ nach Alter 18+, Geschlecht und Region)



**31%**

Sie sind eher 55 Jahre oder älter (vs. **21% der Gesamtbevölkerung**)

**64%**

und weiblich. (vs. **52% der Gesamtbevölkerung**)



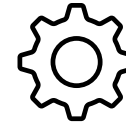
**~1/3 hat < 500 €**

Sie haben ein etwas geringeres monatliches verfügbares Einkommen. (vs. **21% der Gesamtbevölkerung**)



**77%**

Sie halten Investitionen in Aktien und Anteile für riskant. (vs. **61% der Gesamtbevölkerung**)



**81%**

Sie ziehen Funktionalität dem Luxus vor. (vs. **77% der Gesamtbevölkerung**)



Sie versuchen, umweltfreundlich zu leben, indem sie Strom sparen, sich um Recycling bemühen und das Licht ausschalten, wenn sie einen Raum verlassen.



Sie sind Kunden von Sparkasse, ING, Volks- und Raiffeisenbank, Consorsbank und Commerzbank.

## Sparer

Profiling-Daten für diese Zielgruppe werden mit der deutschen Gesamtbevölkerung verglichen (bevölkerungsrepräsentativ nach Alter 18+, Geschlecht und Region)



**54%**

Sie sind eher männlich.  
(vs. **48% der Gesamtbevölkerung**)



Ihr verfügbares Einkommen ist etwas niedriger als bei den anderen Gruppen, aber vergleichbar mit der Gesamtbevölkerung.



**77%**

Sie nutzen Bankdarlehen und Kreditkarten als letzten Ausweg.  
(vs. **73% der Gesamtbevölkerung**)

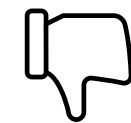


**68%**

Investitionen in Aktien und Anteile erscheinen ihnen zu riskant.  
(vs. **62% der Gesamtbevölkerung**)



Sie sind Kunden von Sparkasse, Volks- und Raiffeisenbank, Postbank und Commerzbank.



**61%**

Sie sind der Meinung, dass man Kryptowährungen nicht trauen sollte.  
(vs. **55% der Gesamtbevölkerung**)



# Die Daten in diesem Framework stammen aus YouGov Profiles

**YouGov Profiles** macht es einfach, branchenrelevante **Zielgruppen zu finden und zu verstehen**. Zielgruppen können spielend leicht für eigene Analysen in unseren Dashboard-basierten Lösungen nachgebaut und den eigenen Bedürfnissen angepasst werden.

Unsere Profildatenbank bietet Ihnen Zugang zu **Hunderttausenden von demografischen, einstellungs- und verhaltensbezogenen Verbrauchermetriken**.

Hier mehr erfahren

1

Über **94.000** hoch engagierte deutsche Panelisten (18+)

4

Globale Variablen aus **49** Ländern ermöglichen einen internationalen Vergleich

2

Wöchentlich aktualisierter Datensatz

5

Passiv gemessene Daten (besuchte Webseiten, genutzte Apps, Social-Media-Interaktionen)

3

Zugang zu über **190.000** Datenvariablen

6

Wiederbefragung (Re-Contact) für noch detailliertere Informationen möglich



**YouGov Profiles**