

Pressemitteilung

Appinio-Studie zu Investments rund um Krypto und NFTs:

Der Hype um digitale Währungen ist real, aber noch ein männlich-dominiertes Zukunftsthema

Hamburg, Mai 2022 – Schon mal was von ETFs gehört? Oder noch exotischer: NFTs? Mit Sicherheit aber von den Kryptowährungen Bitcoin, Ethereum oder Dogecoin! Hierbei handelt es sich allesamt um digitale Investmentmöglichkeiten, die erst seit ein paar Jahren auf dem Markt sind. Solche modernen, digitalen Geldanlagen werden immer beliebter und etablieren sich als ernsthafte Alternative zu klassischen Anlageformen wie Aktien, Wertpapieren und Co. Doch sind Bitcoin, ETFs und NFTs schon im deutschen Mainstream angekommen? Was denken die Deutschen über die digitalen Währungen und Geldanlagen? Diese Fragen stellte die neueste Appinio-Studie zu digitalen Investments, Krypto & NFTs in Deutschland. Dazu wurden 1.000 Teilnehmer repräsentativ (nach Alter und Geschlecht) Anfang Oktober 2021 zu Bitcoin, NFTs und Co. befragt.

- *Investitionen sind männlich dominiert: Sieben von zehn Männern steckten bereits Geld in Aktien, ETFs, Krypto und Co., hingegen nur jede zweite Frau. Auch der Wissensstand zu Krypto und NFTs ist bei Männern höher. Dafür sind Newbies überwiegend weiblich, Männer haben im Schnitt bereits drei Jahre Investment-Erfahrung*
- *Der Bitcoin ist die bekannteste Kryptowährung, von dem fast jeder Deutsche gehört hat. Danach folgen Ethereum, Litecoin und die Spaßwährung Dogecoin. Allerdings macht Kryptowährung nur ca. ein Zehntel des Gesamtvermögens der befragten Anleger aus*
- *NFTs sind zurzeit noch ein Nischenprodukt: Nur ein Bruchteil der Befragten sammelte bereits Erfahrung oder eigene Tokens, am häufigsten wurde (digitale) Kunst sowie sog. Utility NFTs erworben. Für viele sind NFTs ein neues, spannendes Thema, für manche eine gute Investition in die Zukunft. Jeder Vierte sieht es als modisches, zeitgenössisches Phänomen*

Das steckt hinter Krypto und NFTs

Der Bitcoin ist die bekannteste und wertvollste Kryptowährung. Er erblickte 2009 das Licht der Welt und wurde anfangs noch als Insider-Tipp unter Computer- und IT-Nerds gehandelt. Kaum vorstellbar, wurde damals beispielsweise der Pizza-Lieferservice mit dutzenden Bitcoins bezahlt. Vor knapp fünf Jahren ging der Hype um die Kryptowährung endgültig durch die Decke, mittlerweile ist ein Bitcoin um die 30.000 Euro wert. NFTs folgten 2014. Die Abkürzung steht für „Non-Fungible Token“, wobei der Token eine Art digitalisierten Vermögenswert bildet. Non-Fungible bedeutet, dass der Token nicht austauschbar ist, er also einen einzigartigen Vermögenswert abbildet. NFTs sind so beliebt, weil auch analoge Dinge wie eine Immobilie oder

ein Musikstück bzw. die Rechte daran in ein Token verwandelt werden können. Die Besitzverhältnisse werden digital abgebildet, das macht sie handelbar. Doch wie viel von diesem Wissen ist in Deutschland durchgedrungen?

Bitcoin: Krypto-Urgestein und Aushängeschild

Der unübersichtliche Markt der Kryptowährungen hält mittlerweile mehr als 10.000 Währungen bereit, doch der Bitcoin sticht als Pionier immer noch am stärksten heraus. Auch bei der Appinio-Studie: Fast jeder kennt den Bitcoin (91 Prozent), zwei Drittel auch die zweitbekannteste Währung Ethereum (65 Prozent). Selbst beim Dogecoin – einer Art Spaß-Währung, die vor allem durch Tech-Pionier Elon Musk bekannt wurde – klingelt es bei jedem zweiten Befragten (51 Prozent). Während manche Kryptowährungen für ein neues, zukunftssicheres Investment stehen wollen, ist es für die meisten Anleger lediglich ein Teil des Gesamtportfolios. So bildet Kryptowährung bei jedem Zweiten (48 Prozent) lediglich ein Zehntel des Gesamtvermögens. Wer über einen Kauf nachdenkt, wird potenziell vor allem von Bitcoin (89 Prozent), Ethereum (85 Prozent), den relativ unbekannteren Währungen Cardano und Polkadot (77 bzw. 74 Prozent) sowie der vermeintlichen Spaß-Währung Dogecoin (73 Prozent) gelockt.

Männer zücken öfters die (digitale) Brieftasche

Da digitale Wertanlagen noch relativ neu sind, bewegen sie sich in Deutschland zwischen Geheimtipp und Spielwiese für Anfängern. Zumindest wissen hierzulande mehr Männer als Frauen über Kryptowährungen und NFTs Bescheid. Während jede zweite Frau (51 Prozent) noch nichts von Bitcoin und Co. gehört hat bzw. nicht weiß, was dahintersteckt, sagt das unter den Männern nur jeder Dritte (30 Prozent). Noch größer ist der Unterschied bei NFTs: Zwei Drittel der Frauen (67 Prozent) haben nichts oder nur wenig von NFTs gehört. Unter den Männern gibt es weitaus weniger Unwissende (44 Prozent).

Dementsprechend sind digitale Investitionen in Deutschland (noch) männlich dominiert. Fast sieben von zehn Männern (69 Prozent) vs. jede zweite Frau (51 Prozent) haben bereits einmal Geld in Bitcoin und Co. investiert. Die meiste Erfahrung gibt es daher auch unter männlichen Investoren: Der Großteil unter den Männern verfügt bei Kryptowährungen über mindestens drei Jahre, viele sogar über fünf Jahre Erfahrung (jeweils 31 Prozent). Dafür ist die Gruppe der Investment-Newbies stark weiblich geprägt: Ein Viertel aller Investorinnen (24 Prozent) hat 2021 zum ersten Mal investiert, Unter den männlichen Investoren ist das hingegen nur jeder Zehnte (11 Prozent).

Wohin fließt der nächste Geldbetrag?

Jetzt, wo sich die Corona-Pandemie so langsam dem Ende nähert, scheint für viele auch die Zeit des Sparens ein Ende zu nehmen. Investieren ist angesagt! Doch wohin fließt das nächste Ersparte? Vier von zehn (41 Prozent) würden in Aktien investieren, knapp jeder Dritte in ETFs oder Kryptowährungen (30 bzw. 29 Prozent). Generationsübergreifend werden Investments mit

verschiedenen Hoffnungen und Erwartungen verbunden. So etwa die (Mit-)Finanzierung des Ruhestandes, zumindest hat das fast jeder Zweite (45 Prozent) im Sinn. Ähnlich viele Befragte (43 Prozent) erhoffen sich langfristige finanzielle Sicherheit, jeder Dritte will die negativen Folgen der Inflation ausgleichen (32 Prozent). Jeder Vierte (24 Prozent) mischt aus reiner Neugierde im Krypto- und NFT-Game mit.

Andere Generation, andere Motivation

Dennoch unterscheidet sich die Motivation, in Kryptowährungen und Co. zu investieren, je nach Alter stark. Beim direkten Vergleich der Generation Z (18- bis 24-Jährige) versus Baby Boomer (55- bis 64-Jährige) fällt das besonders auf: Jeder Dritte in der Gen Z (34 Prozent) will kurzfristige finanzielle Ziele erreichen, bei den Baby Boomer sagt das nur ein Bruchteil (sechs Prozent). Diese erhoffen sich eher die Finanzierung ihres Ruhestandes neben der Rente (58 Prozent), was bei der jüngeren Generation erwartungsgemäß weniger im Vordergrund steht, aber immer noch wichtig ist (30 Prozent).

Das spricht gegen die Investments

Im Vergleich zu konventionellen Anlageformen spricht auch einiges gegen ein Investment in neuartige digitale Produkte. Dazu kommt: In unsicheren Krisenzeiten Geld zu investieren, das traut sich nicht jeder – wenn überhaupt die finanziellen Ressourcen vorhanden sind. Das ist nämlich für jeden Zweiten (47 Prozent) der größte Knackpunkt: Ein zu geringes Einkommen, um zu investieren. Ähnlich viele (45 Prozent) haben dafür auch momentan keine finanziellen Reserven übrig. Darüber hinaus geben vier von zehn Befragten (41 Prozent) an, sich zu wenig in diesem Bereich auszukennen, weshalb ein Investment ein zu großes Risiko darstellen würde.

Große Nachfrage, viele Informationskanäle

Digitale Wertanlagen haben den großen Vorteil, dass nicht unbedingt eine Bank oder ein Finanzberater für den Handel notwendig ist. Durch digitale Wallets und Trading-Apps kann praktisch jeder selbst Investitionen tätigen. Dadurch gibt es etliche Möglichkeiten, sich über das spannende Thema rund um Krypto und NFT zu informieren. Doch wo wird sich das richtige Wissen dafür angeeignet? Investment-Anfänger vertrauen am ehesten auf Informationen aus dem Familien- und Bekanntenkreis (52 Prozent). Jeder Dritte unter ihnen holt sich aber auch bei Finanzberatern und traditionellen Banken Rat ein (31 bzw. 30 Prozent).

Erfahrene Anleger schauen dafür in die jeweilige Anlage-Plattform bzw. App (52 Prozent), hören sich im Familien- bzw. Freundeskreis um (41 Prozent) oder wenden sich an einen klassischen Finanzberater (36 Prozent). Im Vergleich zu den anderen Gruppen ziehen die erfahrenen Anleger auch viel häufiger einen sogenannten Robo-Adviser zu Rate (26 vs. 12 Prozent gesamt). Dahinter steckt eine Software mit Algorithmus, die regelmäßig Anlage-Empfehlungen veröffentlicht.

Größte Krypto-Baustelle: Der Faktor Sicherheit

Wer in die relativ neue Wertanlage Kryptowährung investiert, achtet dabei womöglich auf viele Faktoren. Am wichtigsten sind unter den Investoren die Punkte Sicherheit (56 Prozent) sowie Vertrauen in die Marke (46 Prozent) – gab es doch in der Vergangenheit eine Handvoll Fälle, in denen Nutzer bestimmter Plattformen digital bestohlen oder bestimmte Währungen gehackt wurden. Vier von zehn Krypto-Besitzern (41 Prozent) parken ihr Portfolio bei einem speziellen Online-Wallet-Anbieter, jeder Dritte (36 Prozent) nutzt ein eigenes mobiles Wallet, jeder Vierte (23 Prozent) bewahrt sein Krypto-Geld bei einem Online-Zahlungsdienst auf. Doch egal, wo die Geldanlage schlummert: Beim Thema Sicherheit schwingen immer größere Zweifel mit. Das größte Vertrauen wird in Krypto-Börsen (65 Prozent) und in sogenannte Neo-Banken (52 Prozent) gesetzt. Beim mobilen Wallet (47 Prozent), einem Online-Wallet-Anbieter (45 Prozent) sowie bei Online-Zahlungsdiensten (38 Prozent) herrscht hingegen mehr Skepsis als Zuversicht, was die Sicherheit des digitalen Investments angeht.

Das spricht aus deutscher Sicht gegen Krypto und NFTs

Der größte Kritikpunkt und gleichzeitig oberstes Hemmnis gegen ein Krypto-Investment sind die regelmäßigen Wertschwankungen der Währungen – jeder Dritte gab dies als Hauptgrund an, keine Kryptowährungen erstehen zu wollen. Im Vergleich zu traditionellen Wertanlagen wie zum Beispiel Gold sind die Kurse von Bitcoin und Co. viel „launischer“ und ständig in Bewegung. Negativ-Schlagzeilen gibt es zudem immer wieder über Cyber-Angriffe auf Crypto-Anbieter und Wallet-Dienste, die jeden Vierten (27 Prozent) momentan noch abschrecken. Dazu kommen Faktoren wie mangelnde Transparenz zu den Währungen (16 Prozent) sowie die Tatsache, dass die schwache staatliche und finanzielle Regulation noch zu viele Fragezeichen und Unsicherheit hervorruft (18 Prozent).

Apropos NFT: Wie real ist der Hype?

Bei der Frage, in welche Investment-Form als nächstes Geld fließen soll, würden immerhin ein Viertel der Befragten (24 Prozent) NFTs eine Chance geben. Für die meisten steht dabei der Spaß im Vordergrund, da NFTs neu und spannend sind (40 Prozent). Ein Drittel (36 Prozent) sieht NFTs als gute Investition in die Zukunft und will schon jetzt dabei sein (21 Prozent). Jeder Vierte (23 Prozent) würde zugreifen, weil NFTs gerade in Mode sind.

Die Motivation ist also da, doch wo kann man NFTs eigentlich erstehen? Jeder Zweite (52 Prozent) greift auf die Online-Plattform CryptoPunks zurück, jeder Dritte (31 Prozent) steuert OpenSea an. Aber auch DigitalEyes Market (18 Prozent), Solanart, AtomicMarket sowie Foundation (jeweils 10 Prozent) sind interessante potenzielle Bezugsquellen für NFTs. Wer bereits ein NFT besitzt (auch wenn hier die Stichprobengröße relativ klein ist), hat sein Geld mehrheitlich in Digitale Kunst – also Kunstwerke, GIFs, Memes o.ä. – investiert (39 Prozent). Jeder Vierte (24 Prozent) ist ein sogenannter Utility NFT, hat also einen klaren Nutzen – dazu zählen etwa nutzbare In-Game Items für ein bestimmtes Videospiele. Das Podium wird durch Sport Items sowie Collectibles vervollständigt (jeweils 21 Prozent), quasi reine Sammlerstücke.

Die ganze Studie mit weiteren Hintergrundinformationen und Stimmen zu dieser Thematik kann auf der Webseite eingesehen und kostenfrei heruntergeladen werden.

Studienergebnisse: [Zum Dashboard](#)

—

Über Appinio

Appinio ist eine globale Marktforschungsplattform, die für innovative und unkomplizierte Marktforschung steht. Die Plattform ermöglicht es Unternehmen, schnell und effizient spezifische Zielgruppen zu befragen und repräsentative Ergebnisse in Echtzeit zu erhalten. Dabei liefert Appinio täglich Millionen Meinungen aus 90+ Märkten für über 2.000 Auftraggebende, darunter Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Mobilität, Technologie sowie alle führenden Agenturen und Unternehmensberatungen. Das Unternehmen wurde 2014 von Jonathan Kurfess (Chairman), Max Honig (CEO) und Kai Granaß (CTO) gegründet und hat seinen Hauptsitz in Hamburg. Weitere Informationen unter <https://www.appinio.com/de/>

Pressekontakt:

Anja Nitschke
PR & Communications Manager
anja.nitschke@appinio.com
+49 40 808 127 130