



Verbraucherindex

Frühjahr 2011

Veröffentlicht: 17. März 2011

Inhaltsverzeichnis

- Informationen zur Studie	Seite 3
- Informationen zur CreditPlus Bank	Seite 3
- Zitat Vorstand CreditPlus	Seite 4
- Zusammenfassung der Ergebnisse	Seite 5
- Nachrichtenticker (Branchen / Themen) z.T. Vergleich Frauen / Männer	ab Seite 9
> Möbel	
> Elektro	
> Reise	
> Auto	
> Motorrad	

Zur Umfrage:

Vom 02.02.2011 bis 22.02.2011 wurden bei einer repräsentativen Zufallsumfrage 2.000 Personen ab 14 Jahre telefonisch befragt. 50 Prozent der Interviewten wohnen in einem Zwei- oder Dreipersonenhaushalt. Die Umfrage bietet einen Einblick in das Verbraucherverhalten der Bevölkerung. Die Ergebnisse stellen Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Verbrauchergruppen heraus.

Pressekontakt:

CreditPlus Bank AG

Sandra Hilpert

Tel: (0711) 66 06 - 640

Fax: (0711) 66 06 - 882

E-Mail: sandra.hilpert@creditplus.de

www.creditplus.de

CreditPlus auf einen Blick:

Die CreditPlus Bank AG ist eine hochspezialisierte Konsumentenkreditbank mit den Geschäftsfeldern Absatzfinanzierung, Privatkredite und Händlerfinanzierung. Das Kreditinstitut mit Hauptsitz in Stuttgart hat bundesweit 16 Filialen und 508 Mitarbeiter. CreditPlus gehört über die französische Konsumfinanzierungsgruppe CA Consumer Finance zum Crédit Agricole Konzern. CreditPlus erzielte zum 31.12.2010 eine Bilanzsumme von rund 2.291 Mio. Euro und gehört damit zu den führenden im Bankenfachverband organisierten Privatkundenbanken. Im Geschäftsfeld Online-Kredite zählt die CreditPlus Bank zu den Marktführern in Deutschland. Kooperationspartner in diesem Bereich sind unter anderem WEB.DE und T-Online.

Außerdem vergibt CreditPlus Kredite über Kooperationspartner im Handel (wie Suzuki, Piaggio, Peugeot Motocycles, Apple, Miele, Sony oder Viessmann), über eigene Filialen und Partner.



Jan W. Wagner, Vorstandsvorsitzender CreditPlus

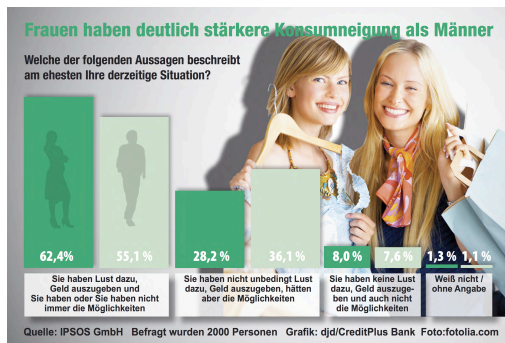
Konsum verantwortungsbewusst fördern

„Der positive Blick in die eigene finanzielle Zukunft ist ein wichtiges Indiz für das Konsumklima. Mit den Finanzierungsangeboten für unsere Kunden und Partner wollen wir einen Beitrag zur Förderung des privaten Konsums leisten. Dabei ist es uns wichtig, dass dies verantwortungsbewusst geschieht. Die Kunden müssen ihre Kredite auch in schlechteren Zeiten zurückzahlen können.“

Umfrageergebnisse im Überblick

Besonders Frauen in Kauflaune

Repräsentative IPSOS-Umfrage im Auftrag von CreditPlus zeigt: Optimismus der Verbraucher erreicht Höchststand.



Pressefoto Download:
Klick auf das Bild

Frauen sind wieder in Kauflaune

Quelle: IPSOS GmbH, Grafik: djd/CreditPlus Bank, Foto: fotalia

Stuttgart, 17. März 2011 – Das Konsumklima in Deutschland war in den letzten fünf Jahren noch nie so gut wie jetzt. Der CreditPlus-Verbraucherindex erreichte erstmalig einen Wert von 103. Besonders Frauen sind in Kauflaune: 62,4 Prozent haben Lust, Geld auszugeben. Aber auch bei den Männern sind es deutlich mehr als die Hälfte (55,1 Prozent). Gefragt sind vor allem Möbel, gefolgt von Reisen, Elektrogeräten, Autos und Motorrädern. Das belegt die aktuelle repräsentative IPSOS-Umfrage im Auftrag der CreditPlus Bank.

Deutschlands Konsumenten sind in bester Stimmung. 71,3 Prozent, also die überwiegende Mehrheit, blickt optimistisch auf die Entwicklung des eigenen Lebensstandards in den nächsten Monaten. Die Bereitschaft, Geld für Möbel, Reisen, Autos und Motorräder auszugeben ist auf dem höchsten Niveau seit 2006.

„Der positive Blick in die eigene finanzielle Zukunft ist ein wichtiges Indiz für das Konsumklima. Mit den Finanzierungsangeboten für unsere Kunden und Partner wollen wir einen Beitrag zur Förderung des privaten Konsums leisten“, sagt Jan W. Wagner, Vorstandsvorsitzender der CreditPlus Bank. „Dabei ist es uns wichtig, dass die verantwortungsbewusst geschieht. Die Kunden müssen ihre Kredite auch in schlechteren Zeiten zurückzahlen können.“

Optimismus bei Jugendlichen im Westen

Besonders optimistisch blicken Jüngere (bis 34 Jahre) in die Zukunft: 82,2 Prozent beurteilen die Entwicklung ihres eigenen Lebensstandards in den nächsten drei Monaten sehr optimistisch oder recht optimistisch. Bei den über 55-Jährigen sind es nur 58,9 Prozent.

Unterschiede zeigt auch der Vergleich zwischen den Deutschen im Westen und im Osten der Republik: Während im Westen 73,0 Prozent die eigene finanzielle Situation optimistisch bewerten, sind es im Osten 64,6 Prozent. Im Herbst 2010 lag das Verhältnis noch bei 71,3 zu 67,4 Prozent.

Notgroschen für Zusatzausgaben

Nicht immer sind Investitionen planbar: Mal streikt die Waschmaschine, mal ist es eine plötzliche Autoreparatur, die unvorhergesehene Kosten verursacht. Wenn derartige Zusatzausgaben anstehen, haben 29,6 Prozent der Deutschen maximal 625 Euro zur Hand. 35,4 Prozent besitzen zwischen 625 und 2.499 Euro. Immerhin 25,6 Prozent haben mehr als 2.500 Euro für ungeplante Ausgaben.

Frauen mit kleinerem Finanzpolster

Männer haben deutlich mehr Geld für wichtige, kurzfristige Investitionen zur Verfügung als Frauen. Das zeigt der geschlechterspezifische Vergleich: Der Anteil der männlichen Befragten, die über 2.500 Euro zur Verfügung haben, liegt bei 31,6 Prozent, bei den weiblichen Befragten hingegen nur bei 19,8 Prozent. Entsprechend verfügen Frauen (mit 35,4 Prozent) häufiger als Männer (mit 23,5 Prozent) nur über ein geringes Anschaffungspotenzial von unter 625 Euro.

Jüngere schätzen Finanzierungen

Von den Befragten mit Kaufabsichten können sich 16,9 Prozent vorstellen, eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen. Bei den über 55-Jährigen liegt der Anteil derer, die beim Erwerb eines Produktes eine Finanzierung in Erwägung ziehen, bei lediglich 7,1 Prozent. Hingegen würden 35,7 Prozent aus der jüngeren Altersgruppe (14- bis 34 Jahre) finanzieren.

Männer finanzierungsfreudiger

Männer sind eindeutig offener gegenüber Finanzierungen eingestellt. 17,9 Prozent würden sie beim Kauf eines Produktes nutzen. Dagegen erwägen nur 14,1 Prozent der weiblichen Bevölkerung eine Finanzierung beim Einkauf.

3.519 Anschläge (mit Leerzeichen)

+ + + Nachrichtenticker + + +

Möbel, Vergleich Alter + Möbelarten

Höchststand der Kauflust

21,3 Prozent der Deutschen beabsichtigen, in den nächsten drei Monaten neue Möbel zu kaufen. So viele waren es in den letzten fünf Jahren noch nie.

Ein Drittel der 22- bis 34-Jährigen will Möbel kaufen

Die größte Gruppe potenzieller Möbelkäufer sind die 22- bis 34-Jährigen: Ein Drittel von Ihnen plant einen Kauf in den nächsten drei Monaten. Zum Vergleich: Unter den über 55-Jährigen sind es nur 11,7 Prozent, die ihrem Zuhause ein neues Einrichtungsobjekt hinzufügen wollen.

Wohn- und Schlafzimmermöbel begehrt

Wohnzimmermöbel stehen weiterhin am höchsten im Kurs: 48,1 Prozent der Befragten hegen hier die größten Kaufwünsche. An zweiter Stelle der Wunschskala stehen Schlafzimmermöbel (28,0 Prozent), gefolgt von Küchenmöbeln (18,9 Prozent). Während sich bei Küchen- und Schlafzimmern im Vergleich zur vorigen Befragung ein Aufwärtstrend zeigt, ist die Kaufabsicht bezüglich Schlafzimmern leicht gesunken.

Im Alter ist die Küche wichtiger

Während sich die Deutschen beim Wunsch nach Wohnzimmern relativ einig sind, unterscheiden sie sich beim Möbelkauf in ihrer zweiten Priorität: Für die unter 54-Jährigen stehen die Schlafzimmern auf dem zweiten Platz. Bei der Generation 55+ ist es die Küche mit 20,6 Prozent. Für die Jugend unter 22 stehen Schlafzimmern sogar auf dem ersten Platz.

Reisen, Vergleich Ost/West, Bildung

Die Deutschen surfen auf der Reisewelle

Die Tourismusbranche darf sich freuen: Die Deutschen sind wieder reiselustiger und geben dafür gerne auch mehr Geld aus: 17,2 Prozent planen eine Reise, die über 1.250 Euro kostet. Damit hat die Diagnose „Reisefieber“ wieder fast den höchsten Stand von vor zwei Jahren erreicht. Im Herbst 2010 waren es nur 11,1 Prozent, vor einem Jahr 15,7 Prozent und damit etwas mehr als 1 Prozent weniger als heute. In die Ferne zieht es vor allem Personen, die zu zweit wohnen (21,0 Prozent). Zum Vergleich: Bei Singles sind es 11,7 Prozent, bei Haushalten mit über drei Personen 15,8 Prozent.

Im Westen werden mehr Koffer gepackt

18,0 Prozent der Westdeutschen beabsichtigen, eine Reise anzutreten, die mindestens 1.250 Euro kostet, während es in Ostdeutschland nur 14,1 Prozent sind.

Gebildete Reiselustige

Je höher die Bildung, desto eher wird eine Reise geplant: 21,6 Prozent der Bevölkerung mit Abitur oder einem Universitätsabschluss beabsichtigen eine Reise anzutreten, die mindestens 1.250 Euro kostet. Dagegen zieht es nur 15,3 Prozent derjenigen mit einem Real- oder Fachabschluss und 11,1 Prozent der Personen mit einem Hauptschulabschluss in die Ferne.

Elektrogeräte, Vergleich Mann / Frau + Einkommen

Männer kaufen mehr als Frauen

15,8 Prozent der Männer und 11,6 Prozent der Frauen wollen ein über 500 Euro teures Elektrogerät kaufen. Im Durchschnitt sind es 13,7 Prozent der Deutschen, die diese Kaufabsicht äußern.

Einkommen lenkt die Kaufabsicht

Mit dem Einkommen steigt die Absicht, in ein mehr als 500 Euro teures Elektrogerät zu investieren. Bei einem Nettoeinkommen von bis zu 1.499 Euro planen 7,0 Prozent der Befragten einen Elektrogerätekauf, während in der Einkommensklasse von 1.500 und 2.499 Euro 11,1 Prozent bereit sind, mehr als 500 Euro zu investieren. Die Gruppe der 2.500- bis 3.499 Euro-Verdiener macht einen Anteil von 18,7 Prozent aus. In der Bevölkerungsschicht mit einem Einkommen über 3.500 Euro finden sich die meisten potenziellen Elektrogeräte Käufer (20,1 Prozent).

Autokäufer, Vergleich Neu- und Gebrauchtwagen + Alter + Haushalt + Ost/West

Mehr Deutsche wollen Autos kaufen

5,5 Prozent der Deutschen planen derzeit, ein Auto zu kaufen. Im vergangenen September waren es noch 3,6 Prozent, vor einem Jahr 4,7 Prozent. Die aktuellen Zahlen lassen den Schluss zu, dass sich der auf die Anschaffungsplanung dämpfende Effekt der Abwrackprämie langsam abschwächt.

Gebrauchtwagen stehen höher im Kurs

40,5 Prozent der Menschen, die sich ein Auto anschaffen wollen, entscheiden sich für einen Neuwagen, 54,9 Prozent für einen Gebrauchten. Letztes Jahr im Herbst war dies noch umgekehrt: 52,4 Prozent der Befragten wollten einen neuen, 44,7 Prozent begnügten sich mit einem gebrauchten Wagen.

Jung wählt gebraucht, Älter neu

Während sich die 22- bis 34-Jährigen zu 70,4 Prozent für einen gebrauchten Wagen entscheiden, sind es nur 36,4 Prozent der über 55-Jährigen. 53,2 Prozent aus der letztgenannten Altersgruppe wollen auf jeden Fall einen Neuwagen kaufen.

Mit der Anzahl der Bewohner steigt die Kaufabsicht

Größere Haushalte wollen eher ein Auto anschaffen: Während 3,3 Prozent der Singles innerhalb der nächsten drei Monate einen Wagen kaufen wollen, sind es 4,5 Prozent derjenigen, die zu zweit leben. 6,5 Prozent der Personen, die zu dritt oder zu viert wohnen und 6,8 Prozent der Menschen, in deren Haushalt mindestens fünf Personen leben, beabsichtigen den Kauf eines Autos.

Zwei Prozentpunkte Unterschied zwischen West und Ost

Während 5,9 Prozent der Deutschen im Westen einen Autokauf planen, sind es nur 3,9 Prozent im Osten der Republik.

Motorrad, Vergleich Neu/Gebraucht + Vergleich Haushaltsgröße

Wirtschaftlicher Aufschwung inspiriert zum Motorradkauf

1,3 Prozent der Deutschen wollen ein Motorrad kaufen. Das sind deutlich mehr als im vergangenen Herbst (0,7 Prozent) oder vor einem Jahr (0,6 Prozent). Der Wert toppt sogar die bisherige Höchstmarke der Kaufbereitschaft aus dem Februar 2009 (1,2 Prozent).

Trend geht zur gebrauchten Maschine

26,3 Prozent der Befragten, die ein Motorrad kaufen wollen, wünschen sich ein Neues, 70,4 Prozent geben sich mit einem Gebrauchten zufrieden. Vor einem Jahr stimmten 34,8 Prozent für neu und 65,2 Prozent für gebraucht.

Große Gemeinschaft motiviert zum Motorradkauf

Auffällig viele Menschen, die in Haushalten mit mindestens fünf Personen wohnen, beabsichtigen, ein Motorrad zu kaufen (3,0 Prozent). Zum Vergleich: Bei Personen, die zu dritt oder zu viert wohnen, sind es 1,6 Prozent. Bei denen, die zu zweit leben, sind es nur noch 0,6 Prozent. Von den Single-Haushalten sind 0,7 Prozent potenzielle Motorradkäufer.