

---

# Pressemitteilung der SCHUFA Holding AG

## **Corona-Update #8: Vierte Welle und steigende Preise trüben die Grundstimmung**

**Finanzielle Folgen von Corona kaum verändert // Zahlungsstörungen weiterhin auf niedrigem Niveau // Corona-Pandemie hat das Konsumverhalten in Teilen verändert**

**Wiesbaden, 08. November 2021** –Die Grundstimmung der Menschen hat sich pandemiebedingt wieder etwas eingetrübt: Das ist ein Ergebnis einer aktuellen Verbraucherumfrage im Auftrag der SCHUFA Holding AG. Mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) gibt an, eher oder sehr sorgenvoll in die Zukunft zu blicken. Im Juni lag dieser Wert noch bei 45 Prozent. Vor allem in der Gruppe mit einem Haushaltseinkommen von unter 2.000 Euro ist die Zukunftsangst sehr ausgeprägt und liegt mit 65 Prozent weit über dem Durchschnitt der Gesamtbevölkerung.

„Die Hoffnung auf ein baldiges Ende der Corona-Pandemie schwindet. Das drückt die allgemeine Stimmung. Hinzu kommen weitere Faktoren, wie etwa Inflationsängste und Sorgen wegen der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung“, so Dr. Ole Schröder, Vorstandsmitglied der SCHUFA Holding AG.

Vor allem die Angst vor einer Wirtschaftskrise ist groß und liegt mit 57 Prozent weit höher als noch im Juni mit 41 Prozent. Am meisten jedoch fürchten die Verbraucherinnen und Verbraucher steigende Preise (74 Prozent), insbesondere bei Energie wie Benzin und Strom (79 Prozent) sowie höhere Abgaben und Steuern (70 Prozent). Fast die Hälfte der Befragten (47 Prozent) sorgt sich, Einkommenseinbußen zu haben. Diese Werte wurden in der aktuellen Verbraucherbefragung erstmals erhoben.

### **Finanzielle Folgen von Corona kaum verändert**

Bei den konkreten finanziellen Folgen der Corona-Pandemie für die Verbraucher hat es hingegen weniger Veränderungen gegeben. Der Anteil der Verbraucher, die durch Corona Einbußen im Haushaltseinkommen haben, liegt immer noch bei knapp unter 40 Prozent. Auch der Anteil der Verbraucher, die während der Corona-Pandemie verstärkt sparen konnten, hat sich von Februar (26 Prozent) bis November 2021 (24 Prozent) nicht signifikant geändert.

Allerdings ist der Anteil der Befragten, die beispielsweise auf Ersparnisse zurückgegriffen haben von 30 Prozent (Juni) auf 35 Prozent gestiegen. Auch haben mehr Personen Zahlungen oder Raten – außer Miete oder Ratenzahlungen für das Haus – stunden lassen. Größere Anschaffungen sind ebenfalls zunehmend zurückgestellt worden.

---

## **Neue Zahlungsstörungen weiterhin auf niedrigem Niveau**

„Auch wenn der Anteil der Verbraucherinnen und Verbraucher, die während der Corona-Pandemie finanzielle Anpassungen vornehmen mussten, leicht zugenommen hat: Unser Kreditsystem ist sehr stabil und widerstandsfähig. Das sehen wir beispielsweise an der Zahl der Personen mit neuen Zahlungsstörungen, die weiterhin auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau ist“, sagt Schröder. Bei den Privatinsolvenzen ist für uns bisher keine erkennbare, Corona-bedingte Steigerung vorhanden. Die durch die Gesetzesänderungen in 2020 nicht durchgeführte Insolvenzverfahren wurden 2021 nachgeholt. Beide Jahre zusammen entsprechen im Schnitt ungefähr dem Mittel aus 2019.“

## **Corona-Pandemie hat das Konsumverhalten in Teilen verändert**

Massive Auswirkungen hatte die Corona-Pandemie auf Konsumverhalten. Nicht mal ein Drittel der Verbraucherinnen und Verbraucher (30 Prozent) gibt an, dass sich ihr Einkaufsverhalten nach Wiedereröffnung vieler Geschäfte weitgehend normalisiert hat. 43 Prozent der Befragten sagen, dass sie vor allem über das Internet einkaufen, 50 Prozent gehen weniger auswärts essen. Mehr als die Hälfte der Befragten besucht weniger Kulturevents oder Konzerte (51 Prozent). Ein Drittel der Verbraucherinnen und Verbraucher finden kulturelle Veranstaltungen wegen der Corona-Auflagen nicht mehr attraktiv.

35 Prozent der Verbraucherinnen und Verbraucher meiden wegen der Corona-Pandemie die Bahn und den öffentlichen Nahverkehr, 32 Prozent nutzen umgekehrt häufiger das Auto für die Fahrt zur Arbeit, Einkäufe oder andere Gelegenheiten. 38 Prozent der Befragten verzichten derzeit auf Flugreisen.

Die SCHUFA veröffentlicht regelmäßig Analysen auf dem Corona-Dashboard, um Rückschlüsse über die Auswirkungen der Corona-Krise für Verbraucherinnen und Verbraucher sowie Unternehmen zu ziehen ([www.schufa-kreditkompass.de](http://www.schufa-kreditkompass.de)). Die Analysen beruhen auf dem umfassenden Datenbestand der SCHUFA, die über kreditrelevante Informationen zu nahezu jeder in Deutschland wirtschaftlich aktiven Person verfügt.

Zur Umfrage: Die NORDLIGHT research GmbH hat im Auftrag der SCHUFA Holding AG vom 18.10.2021 bis 27.10.2021 im Rahmen eines Online Panels eine bevölkerungsrepräsentative quantitative Erhebung durchgeführt (n=1.000).

\*

\*\*

---

**Pressestelle:**

SCHUFA Holding AG  
Media Relations, Kommunikation & Online-Marketing  
Sabine Bernstein  
Anna-Lena Rawe

Kormoranweg 5  
65201 Wiesbaden

Tel.: +49 611 - 92 78-888  
Fax: +49 611 - 92 78-887  
E-Mail: [presse@schufa.de](mailto:presse@schufa.de)

**SCHUFA Holding AG**

Die SCHUFA ist Deutschlands führender Lösungsanbieter von Auskunft- und Informationsdienstleistungen für Unternehmen und Verbraucher. Insgesamt sind über 10.000 Firmenkunden als Vertragspartner an unsere Dienstleistungen angeschlossen. Zudem nutzen rund 2,3 Millionen Privatkunden die SCHUFA-Angebote. Privat- und Geschäftskunden wie Banken, Sparkassen und Händlern bietet das Unternehmen kreditrelevante Informationen rund um Bonität, Identität und Betrugsprävention. Auf Grundlage unserer Entscheidungshilfen werden für Privat- und Geschäftskunden schnelle, kostengünstige und unbürokratische Vertragsabschlüsse möglich. Informationen rund um Produkte und Services für Privatkunden sowie eine Online-Einsicht in die eigenen, bei der SCHUFA gespeicherten Daten sind auf dem Internetportal [www.meineSCHUFA.de](http://www.meineSCHUFA.de) erhältlich. Der Datenbestand der SCHUFA umfasst 1,052 Milliarden Informationen zu 68 Millionen Privatpersonen und 6,0 Millionen Unternehmen.

**Das SCHUFA Engagement**

Die SCHUFA hat ihr gesellschaftliches Engagement in den vergangenen Jahren kontinuierlich ausgebaut und trägt damit zu einer transparenten Finanzkultur und Überschuldungsvorsorge in Deutschland bei. Als Informationsdienstleister für Wirtschaft und Verbraucher stehen vor allem die Themen Aufklärung und Datenschutz im Mittelpunkt vieler Projekte. Die wichtigsten Projekte im Überblick: Der jährliche erscheinende [SCHUFA Kredit-Kompass](#) beleuchtet die Konsumkompetenz und das Kreditverhalten der deutschen Bürger. Der SCHUFA-Verbraucherbeirat diskutiert aktuelle Verbraucherthemen und entwickelt daraus Handlungsempfehlungen für die SCHUFA. Der SCHUFA Ombudsmann kümmert sich als neutrale Schlichtungsstelle um die Belange der Verbraucher. Mit der Bildungsinitiative „WirtschaftsWerkstatt - Nimm deine Finanzen in die Hand“ und „SCHUFA macht Schule“ engagiert sich die SCHUFA für die Ausbildung von Finanzkompetenz bei Jugendlichen und jungen Erwachsenen.