

+++ Pressemitteilung vom 23. April 2009 +++

Studie: „Konsumpotenzial-Index 2009“

WIRTSCHAFTSKRISE VERÄNDERT DAS KONSUMVERHALTEN

Köln, 23. April 2009. Die anhaltende Finanz- und Wirtschaftskrise hat das Konsumverhalten der Bundesbürger mittlerweile spürbar beeinflusst. Die Verbraucher behalten ihre Ausgaben stark im Blick und halten sich bezüglich ihres privaten Konsums in den kommenden zurück. Dies zeigt die erste Ausgabe des vierteljährlich erscheinenden „Konsumpotenzial-Index“ des Marktforschungs- und Beratungsinstituts YouGov Psychonomics AG.

Demnach achten mittlerweile drei Viertel der Verbraucher (73 Prozent) infolge der angespannten Wirtschaftslage verstärkt darauf, was sie kaufen und ob sie bestimmte Konsumgüter wirklich benötigen. Verglichen mit der Zeit vor der Krise ist zudem mehr als jedem zweiten Bundesbürger (58 Prozent) bei Einkäufen der Preis wichtiger geworden als Bequemlichkeitsaspekte. Darüber hinaus greift derzeit über die Hälfte der Konsumenten (57 Prozent) anstelle von sonst bevorzugten Markenartikeln verstärkt zu Sonderangeboten.

1.000 Bundesbürger zwischen 18 und 80 Jahren wurden im April für den „Konsumpotenzial-Index 2009“ repräsentativ befragt.

„Nach einer Phase des fast schon trotzig anmutenden Festhaltens an ´alten´ Konsumgewohnheiten ist die Wirtschaftskrise nicht nur im Bewusstsein der Konsumenten angekommen, sondern führt jetzt auch zu konkreten Änderungen des Konsumverhaltens“, erläutert Studienleiterin Imke Stork.

Woran die Deutschen sparen wollen

Weniger Geld ausgeben wollen die Bundesbürger in den kommenden Monaten vor allem bei der Freizeitgestaltung (49 Prozent), aber auch bei Kleidung (37 Prozent), Finanzprodukten (38 Prozent) und – wo möglich – bei den Energiekosten (25 Prozent). Auch bei unregelmäßigen Ausgaben wie für Urlaub, Auto oder Wohnen planen mehr als ein Drittel der Verbraucher

Sollten Sie die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen für Ihre Berichterstattung verwenden, bitten wir Sie um ein Belegexemplar.

Einsparungen (37 Prozent). Bei Lebensmitteln wollen sich hingegen nur verhältnismäßig wenige der Deutschen einschränken (17 Prozent).

Große Ängste vor Arbeitsplatzverlust

Derweil geben fast die Hälfte der Bundesbürger (46 Prozent) an, ihre wirtschaftliche Situation habe sich in den letzten sechs Monaten zumindest etwas verschlechtert, 13 Prozent spüren sogar eine deutliche Verschlechterung. Nahezu jeder Dritte (31 Prozent) befürchtet zudem eine (weitere) Verschlechterung der eigenen finanziellen Situation in den kommenden 12 Monaten. 16 Prozent der Deutschen halten den Verlust ihres Arbeitsplatzes aufgrund der anhaltenden Wirtschaftskrise mittlerweile für wahrscheinlich; seines derzeitigen Arbeitsplatzes wirklich sicher ist sich derzeit nur jeder fünfte Arbeitnehmer (22 Prozent).

„Der sich ausbreitende Trend zur Zurückhaltung beim privaten Konsum folgt zum Teil sehr rationalen ökonomischen Prinzipien. Psychologisch dient dieser aber auch der Bewältigung der eigenen Ängste angesichts der erwarteten weiteren Verschlimmerung der Wirtschaftskrise. Die Verbraucher sind insgesamt stark verunsichert“, so Stork.

Studienleitung:

Imke Stork / +49 221 42061-347 / imke.stork@psychonomics.de

+++ +++ +++

Die komplette Studie „Konsumpotenzial-Index 2009“ (Ausgabe 1/2009) mit weiteren Ergebnissen und Differenzierungen zu aktuellen Markttrends sowie zum Kauf- und Abschlussverhalten in vielen anderen Verbrauchermärkten kann über die YouGov Psychonomics AG bestellt werden. Einzelne Branchenreports sind auch unabhängig voneinander erhältlich. Die Trendstudie wird regelmäßig quartalsweise durchgeführt.

Weitere Studieninformation: www.psychonomics.de/filemanager/download/2028

Über YouGovPsychonomics:

YouGovPsychonomics ist ein Marktforschungsinstitut mit Hauptsitz in Köln und Niederlassungen in Berlin, Wien und Klagenfurt. Als Teil der weltweiten YouGov-Gruppe mit derzeit 16 Niederlassungen in zwölf Ländern bietet YouGovPsychonomics hochqualifizierte Markt- und Organisationsforschung.

Pressekontakt

Kommunikations- und Pressebüro

Ansgar Metz

Haselbergstraße 19

50931 Köln

T +49 (0)177-295 3800

E-Mail: ansgar.metz@email.de

Sollten Sie die in dieser Pressemitteilung enthaltenen Informationen für Ihre Berichterstattung verwenden, bitten wir Sie um ein Belegexemplar.