

Creditplus

VERBRAUCHERINDEX FRÜHJAHR 2020

Daniel Knellesen



August 2020

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Zur Methode

Inhalt der Studie: Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung von Personen ab 16 Jahren dar. Im Fokus der Befragung steht die finanzielle Lage und Ausgabebereitschaft der Verbraucher.

Methode: Befragung über ein Online-Panel

Durchführendes Institut: Toluna

Stichprobengröße: 2.000 Befragte

Gewichtung: Um eine bevölkerungsrepräsentative Struktur der Daten zu erhalten, erfolgte die Erhebung nach vorgegebenen Quoten über die Merkmale Geschlecht, Alter und Bundesland. Weitere Verzerrungen wurden durch eine Gewichtung der Daten aufgehoben. Als Referenzdatei für die Gewichtung wurde die Fortschreibung des Bevölkerungsstandes des Statistischen Bundesamtes (Stichtag 31.12.2018) auf Grundlage des Zensus 2011 zugrunde gelegt.

Befragungszeitraum: 12. bis 20. Mai 2020

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kernergebnisse der Befragung

Der Creditplus-Verbraucherindex: Tiefststand seit Beginn der Messungen

Zukunftserwartungen, die Lust und die Möglichkeit, Geld auszugeben sowie Rücklagen für unerwartete Ausgaben sind Faktoren, die das Konsumverhalten der Deutschen und damit die Entwicklung des Creditplus-Verbraucherindex als Indikator für das Konsumklima in der deutschen Bevölkerung bestimmen.

Der Creditplus-Verbraucherindex fällt im Frühjahr 2020 mitten in der Corona-Krise nicht nur erstmalig seit drei Jahren wieder auf einen Wert unter 100. Vielmehr erreicht er mit 97,3 Punkten (-2,9 Punkte gegenüber Herbst 2019) den tiefsten Stand seit Beginn der Messungen im Frühjahr 2015 (S. 12). Die Deutschen blicken zwar weiterhin optimistisch in die Zukunft (S. 13). Ihre Konsumfreude ist jedoch auf einem Tiefststand angekommen, auch wenn die Konsummöglichkeiten hoch sind (S. 18). Das Anschaffungspotenzial ist noch nahezu unverändert (S. 23).

Zukunftserwartung: Lebensstandard und Einkommen der nächsten Monate

Sieben von zehn Deutschen sind im Hinblick auf ihren Lebensstandard in den kommenden Monaten optimistisch. Dies ist der niedrigste Wert seit Beginn der Erhebungen (S. 13).

Mit zunehmendem Alter wachsen die Befürchtungen, dass sich der Lebensstandard verschlechtert. Am wenigsten sorgen sich Besserverdiener mit einem Haushaltsnettoeinkommen ab 3.500 Euro um ihre finanzielle Zukunft (S. 14). Singles, niedrig Gebildete und nicht Berufstätige wie Schüler, Studierende oder Arbeitslose gehören dagegen eher zu den pessimistischen Bevölkerungsgruppen. Sie befürchten vergleichsweise häufig eine negative Entwicklung ihres zukünftigen Lebensstandards (S. 15).

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kernergebnisse der Befragung

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Lust auf Konsum und die finanziellen Möglichkeiten

Deutsche Konsumenten zeigen sich deutlich seltener als in den vergangenen fünf Jahren, aber insgesamt noch knapp mehrheitlich konsumfreudig. Nur noch 54 Prozent geben gerne Geld aus (Anschaffungsneigung) (S. 18). Am stärksten ist die Konsumfreude bei 22- bis 34-Jährigen (S. 19) und wenn Kinder im Haushalt leben. Rentner sind hingegen eher Konsummuffel (S. 20).

Allerdings können sich längst nicht alle den Konsum leisten (Anschaffungsmöglichkeit): So bildet die Gruppe der „Eingeschränkten Konsumenten“, die gerne mehr Geld ausgeben würde, aber die Möglichkeiten dazu nicht hat, mit 39 Prozent weiterhin knapp den größten Teil der Bevölkerung. Nur 15 Prozent verfügen über ausreichend finanzielle Möglichkeiten, um ihre Konsumbedürfnisse uneingeschränkt befriedigen zu können. Umgekehrt ist der Anteil derer, die konsumieren könnten, wenn sie die Neigung dazu hätten, auf ein Drittel angestiegen (S. 18).

Anschaffungspotenzial: Der Sparstrumpf für unerwartete Ausgaben

Das Anschaffungspotenzial der Deutschen stagniert trotz der Corona-Krise nahezu auf dem hohen Niveau der Vorjahre (S. 23). Dennoch würden knapp drei von zehn Bundesbürgern an ihre finanziellen Grenzen stoßen, wenn eine unerwartete Ausgabe auf sie zukommt. Nahezu unverändert stünden jedem Fünften für solche ungeplanten Belastungen weniger als 625 Euro zur Verfügung. Jeder Zehnte verfügt sogar über gar keine Rücklagen (S. 22).

Am besten sind auch weiterhin Akademiker und voll Berufstätige auf unerwartete Ausgaben vorbereitet (S. 25). Erkennbar ist zudem ein deutliches West-Ost-Gefälle (S. 24) und innerhalb Ostdeutschlands ein Süd-Nord-Gefälle (S. 26).

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kernergebnisse der Befragung

Der Creditplus-Branchenindex

Anschaffungsabsicht und geplante Ausgaben für verschiedene Produkte bestimmen zusammen mit dem aktuellen Konsumklima die Konsumneigung der Deutschen und damit den Wert und die Entwicklung des Branchenindex.

In diesem Frühjahr, mitten in der Corona-Krise, sind deutsche Verbraucher mit ihren Anschaffungsplänen so zurückhaltend wie nie zuvor seit Beginn der Messungen. Nur knapp die Hälfte (53%) hat in den nächsten drei Monaten eine oder mehrere größere Anschaffungen geplant (S. 31). Dadurch sinkt das Ausgabenpotenzial von 2,13 Punkten im Herbst 2019 auf 1,97 Punkte (S. 29). Der gleichzeitig sinkende Verbraucherindex lässt den Creditplus-Branchenindex von 92,7 auf 87,8 Punkte fallen. Er liegt damit deutlich unter dem Niveau der letzten drei Jahre (S. 30).

Kaufabsichten: Neuanschaffungen der nächsten Monate

Nach wie vor stehen neue Möbel bei den Konsumenten an erster Stelle der geplanten Anschaffungen (S. 33). Vier von zehn Möbelkäufern planen dafür nicht mehr als 625 Euro ein. Deutlich größer ist das Budget beim Kauf eines Autos. Über die Hälfte der Autokäufer rechnet mit einem Anschaffungsbetrag von mindestens 12.500 Euro (S. 34).

Das Vorhaben, in den nächsten drei Monaten eine größere Reise zu buchen, ist nochmals deutlich auf 20 Prozent gesunken (S. 33).

Eventuelle finanzielle Engpässe scheinen die Kauflaune der Deutschen wenig zu trüben. So kann sich knapp jeder Zweite mit Kaufabsicht vorstellen, für größere Anschaffungen einen Kredit aufzunehmen (S. 35).

Besonders hoch ist die Bereitschaft einer Kreditfinanzierung bei Deutschen zwischen 22 und 34 Jahren (S. 36) und in Haushalten mit Kindern (S. 37).

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kernergebnisse der Befragung

Kreditfinanzierungen: Nur im Notfall, aber...

Über drei Viertel der Deutschen würden Kredite nur im Notfall für zwingend notwendige Ausgaben aufnehmen, vor allem in unsicheren Zeiten. Eigentlich. Denn vier von zehn Deutschen stehen Krediten in Zeiten niedriger Zinsen offener als sonst gegenüber, um sich etwas zu leisten (S. 38). Dies trifft vor allem auf Männer und 22- bis 54-Jährige zu (S. 39).

Corona und die beruflichen Folgen: Ein Drittel mit Einbußen

Knapp ein Drittel der Arbeiter und Angestellten musste angesichts der Corona-Krise bereits negative Folgen hinnehmen: Rund jeder Siebte hat den Stundenumfang reduziert, rund jeder Sechste ist in Kurzarbeit bzw. wird in Kürze davon betroffen sein. Vereinzelt wurden auch schon Kündigungen ausgesprochen. Die Mehrheit der Arbeitnehmer arbeitet jedoch in unverändertem Umfang weiter (59%), jeder Zehnte sogar mehr als bisher (S. 41).

Vorsicht und Verzicht als Reaktionen auf die abkühlende Konjunktur

Die Konjunkturaussichten trüben sich aufgrund der Corona-Krise ein. Die Hälfte der Deutschen lässt Vorsicht walten und reduziert vorsorglich den Konsum. Mehr als vier von zehn Verbraucher halten ihre Ausgaben hingegen konstant (S. 43). Besonders vorsichtig sind 22- bis 54-Jährige (S. 44) und Haushalte mit Kind (S. 45).

Veränderungen des Kaufverhaltens: Corona lässt den Online-Handel boomen

Fast sechs von zehn Bundesbürgern haben ihr Kaufverhalten aufgrund der Corona-Krise verändert. Ein Viertel vermeidet aus Sorge vor Ansteckung den Besuch in Geschäften, ein Fünftel kauft verstärkt online bei großen Anbietern wie Amazon ein. Aber auch die Händler vor Ort werden teilweise nicht vergessen: Rund jeder Sechste sucht sie mehr als sonst auf, sofern möglich, und jeder siebte bestellt online „vor Ort“, wenn es angeboten wird (S. 46)

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kernergebnisse der Befragung

Veränderungen des Konsumverhaltens: Größere Anschaffungen werden verschoben

Mehr als sechs von zehn Bundesbürgern berichten davon, dass sich ihr Konsumverhalten im Zuge der Corona-Krise verändert hat. Insbesondere verschiebt ein Viertel wegen Unsicherheiten im Hinblick auf die künftige finanzielle Lage größere Anschaffungen. Knapp drei von zehn Deutschen kaufen weniger Konsumgüter ein. Ein Fünftel konsumiert aber mehr Unterhaltungsmedien als vor der Krise (S. 48). Vor allem unter Jüngeren finden Streaming-Angebote, aber auch Bücher und DVDs überdurchschnittlich viele dankbare Abnehmer (S. 49).

Steuersenkungen zum Ankurbeln der Kaufbereitschaft

Aus Sicht der Bundesbürger würden vor allem Steuersenkungen dabei helfen, die Kaufbereitschaft wieder anzukurbeln. Jeweils rund ein Drittel hält ein bedingungsloses Grundeinkommen und/oder Konsumschecks für geeignete Maßnahmen. Eine Kaufprämie für Pkw wird nur von jedem Siebten als zielführend angesehen.

Aber nicht nur der Staat ist aus Konsumentensicht gefragt – auch die Händler können einen Beitrag leisten: Knapp jeder fünfte Verbraucher geht davon aus, dass sich die Nachfrage ankurbeln ließe, wenn die Geschäfte verstärkt anböten, Käufe per Ratenkauf oder mit Zahlpause zu finanzieren (S. 50). Ein derartiges Angebot fände vor allem die konsumfreudige Gruppe der 22- bis 34-Jährigen interessant (S. 51).



Agenda

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

- Der Creditplus-Verbraucherindex**
Zukunftserwartung
Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
Anschaffungspotenzial
- Der Creditplus-Branchenindex**
Kaufabsichten
Ausgabepotenzial
Kreditfinanzierung
- Corona und die Folgen**
Auswirkungen auf die berufliche Situation
Veränderungen im Kauf- und Konsumverhalten
Maßnahmen zur Belebung der Kaufbereitschaft
- Statistik**

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Verbraucherindex

-
- Zukunftserwartung
 - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
 - Anschaffungspotenzial

01

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Verbraucherindex

Der **Creditplus-Verbraucherindex** ist ein Indikator für das Konsumklima in der deutschen Bevölkerung. Grundlage für die Berechnung des Creditplus-Verbraucherindex bilden drei Aspekte:

- **Zukunftserwartung:** Welche Entwicklung erwarten die Deutschen, wenn sie an ihren Lebensstandard und ihr Haushaltseinkommen in den nächsten Monaten denken?
- **Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit:** Wie stark ist die Lust auf Konsum bei den Deutschen ausgeprägt? Welche finanziellen Möglichkeiten haben sie?
- **Anschaffungspotenzial:** Welcher Betrag steht aktuell für unerwartete Ausgaben zur Verfügung?

Um die **Entwicklung des Konsumklimas** über den Creditplus-Verbraucherindex im Zeitverlauf darzustellen, wurde das in der ersten Erhebungswelle (Frühjahr 2015) gemessene Konsumklima auf einen Normwert von 100 indexiert.

Im weiteren Verlauf bedeutet ein Wert > 100 eine positive Entwicklung des Konsumklimas. Mit einem Wert < 100 wird dagegen eine negative Entwicklung angezeigt.

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Verbraucherindex

Berechnung des Creditplus-Verbraucherindex:

Zur Berechnung des Konsumklimas und damit des Verbraucherindex werden den einzelnen Antworten Punktwerte zugeordnet:

Zukunftserwartung		Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit		Anschaffungspotenzial	
Sehr optimistisch	= 3 P.	Mit Lust, mit Geld	= 3 P.	Hohes Potenzial	= 3 P.
Recht optimistisch	= 2 P.	Mit Lust, kein Geld	= 2 P.	Mittleres Potenzial	= 2 P.
Recht pessimistisch	= 1 P.	Keine Lust, mit Geld	= 1 P.	Geringes Potenzial	= 1 P.
Sehr pessimistisch	= 0 P.	Keine Lust, kein Geld	= 0 P.	Ohne Potenzial	= 0 P.
Aktueller Mittelwert	1,83	Aktueller Mittelwert	1,68	Aktueller Mittelwert	2,00

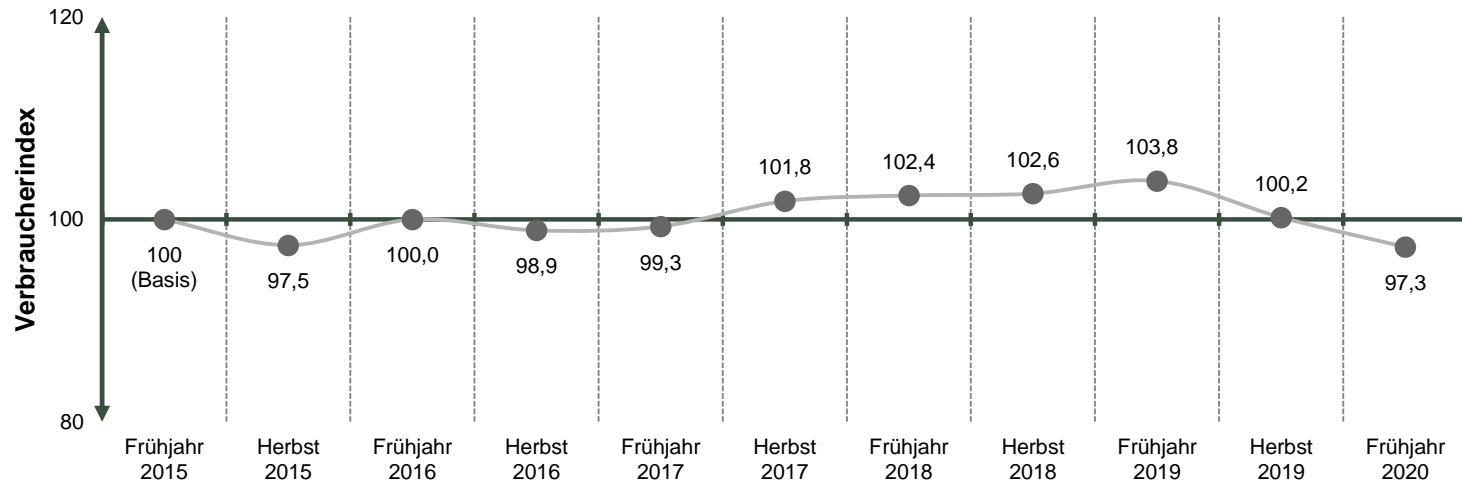
Das aktuelle Konsumklima errechnet sich über die Addition der aus den drei Variablen gebildeten Mittelwerten:

$$1,77 + 1,57 + 2,01 = 5,35$$

Der in der ersten Welle (Frühjahr 2015) erhobene Wert von 5,50 Punkten bildet den Basiswert für alle nachfolgenden Wellen (= 100).

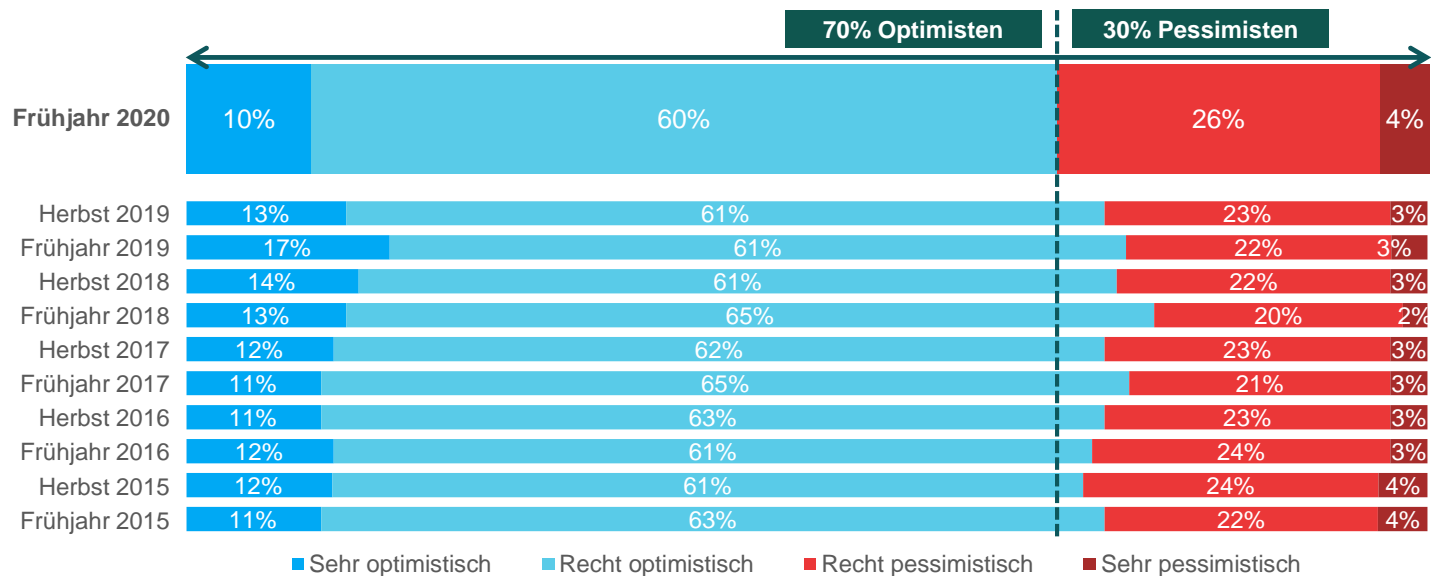
Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Verbraucherindex fällt erstmalig seit drei Jahren wieder auf einen Wert unter 100 und auf den tiefsten Stand seit Beginn der Messungen.



Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Zukunftserwartung: Sieben von zehn Deutschen sind im Hinblick auf ihren Lebensstandard in den kommenden Monaten optimistisch. Dies ist der niedrigste Wert seit Beginn der Erhebungen.

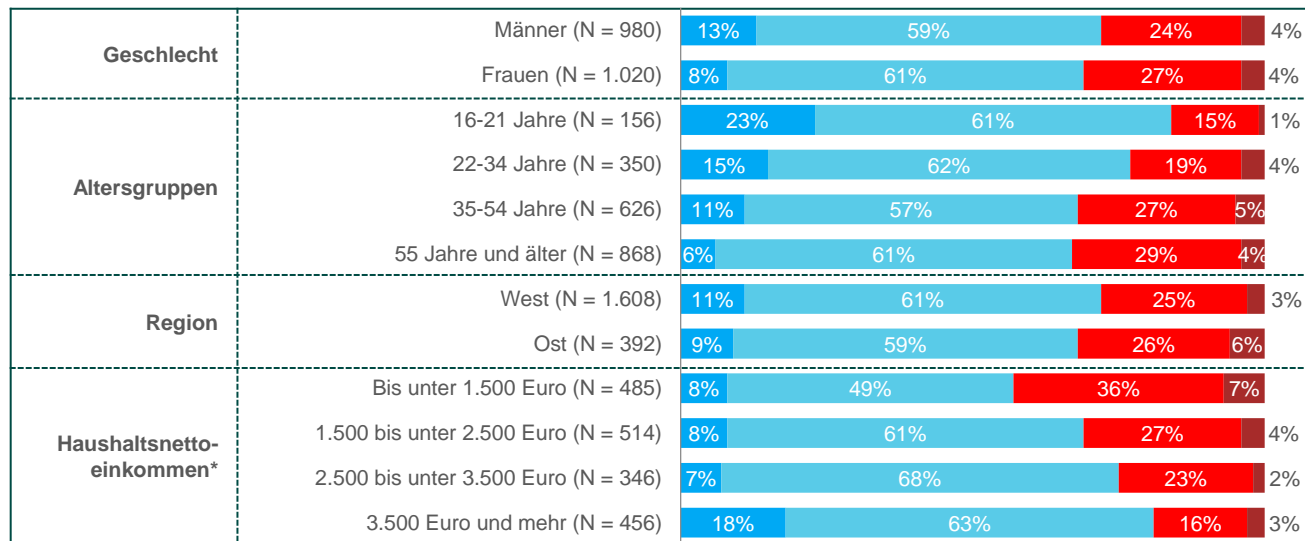


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 1. Wenn Sie einmal an Ihren eigenen Lebensstandard und Ihr Haushaltseinkommen in den nächsten Monaten denken, wie sehen Sie da die Entwicklung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Zukunftserwartung: Mit zunehmendem Alter wachsen die Befürchtungen, dass sich der Lebensstandard verschlechtert.



Optimisten	Pessimisten
72%	28%
69%	31%
84%	16%
77%	23%
68%	32%
67%	33%
72%	28%
68%	32%
57%	43%
69%	31%
75%	25%
81%	19%

*ohne „Keine Angabe“ (N = 199)

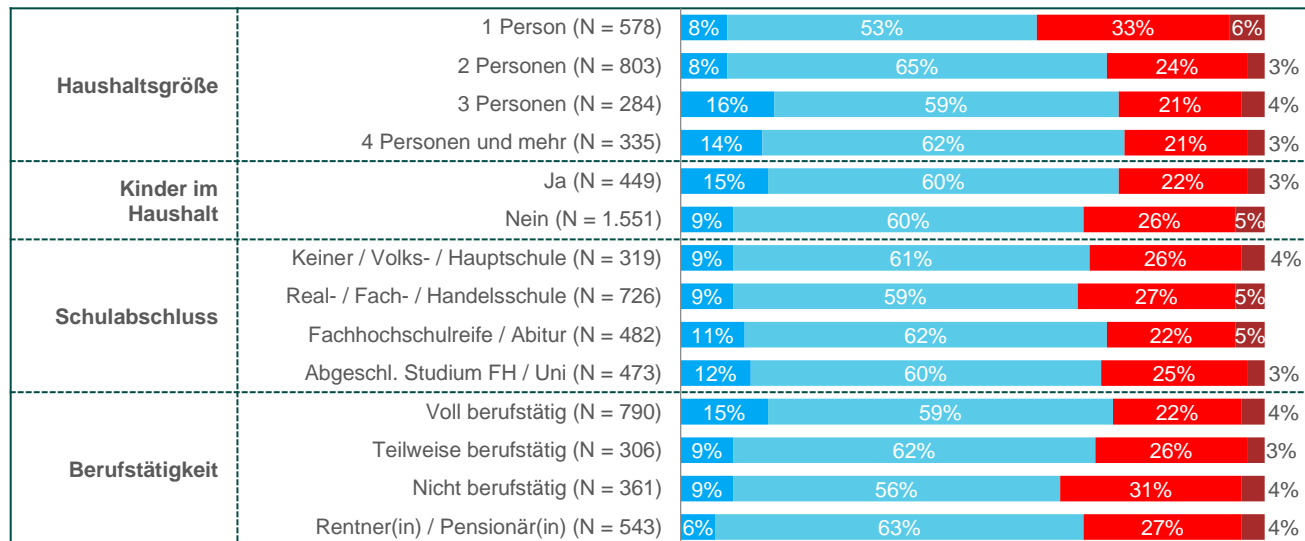
■ Sehr optimistisch ■ Recht optimistisch ■ Recht pessimistisch ■ Sehr pessimistisch

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 1. Wenn Sie einmal an Ihren eigenen Lebensstandard und Ihr Haushaltseinkommen in den nächsten Monaten denken, wie sehen Sie da die Entwicklung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Zukunftserwartung: Singles, niedrig Gebildete und nicht Berufstätige rechnen tendenziell etwas häufiger mit einer negativen Entwicklung ihres zukünftigen Lebensstandards.



■ Sehr optimistisch ■ Recht optimistisch ■ Recht pessimistisch ■ Sehr pessimistisch

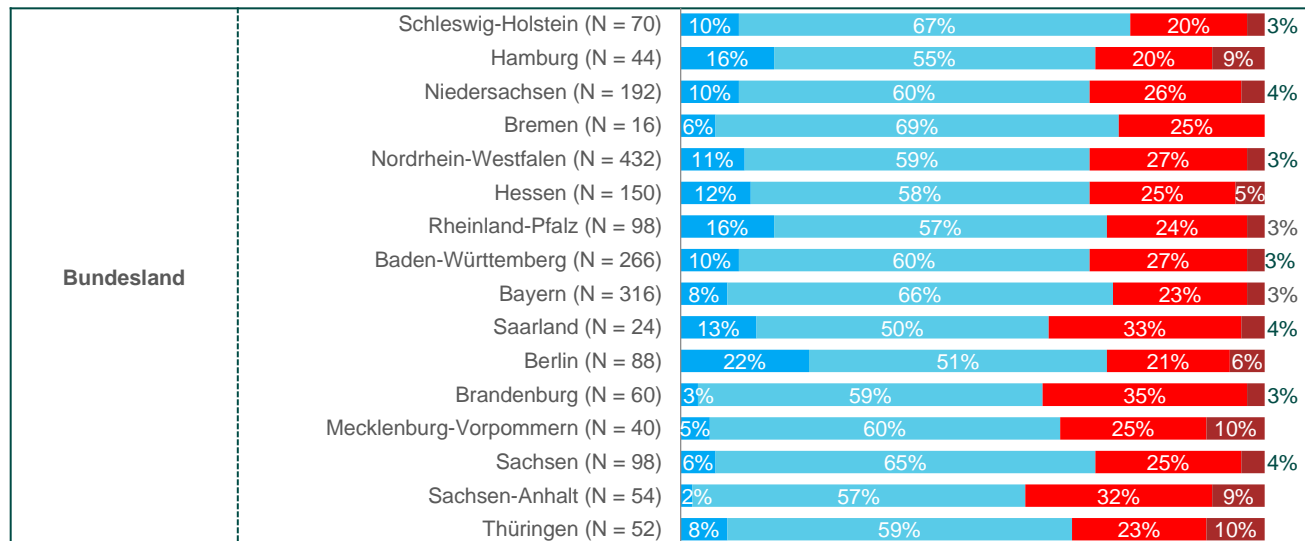
Optimisten	Pessimisten
61%	39%
73%	27%
75%	25%
76%	24%
75%	25%
69%	31%
70%	30%
68%	32%
73%	27%
72%	28%
74%	26%
71%	29%
65%	35%
69%	31%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 1. Wenn Sie einmal an Ihren eigenen Lebensstandard und Ihr Haushaltseinkommen in den nächsten Monaten denken, wie sehen Sie da die Entwicklung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Zukunftserwartung: Am häufigsten machen sich die Einwohner Sachsen-Anhalts Sorgen um ihre finanzielle Zukunft. In Schleswig-Holstein ist man besonders häufig optimistisch.



■ Sehr optimistisch ■ Recht optimistisch ■ Recht pessimistisch ■ Sehr pessimistisch

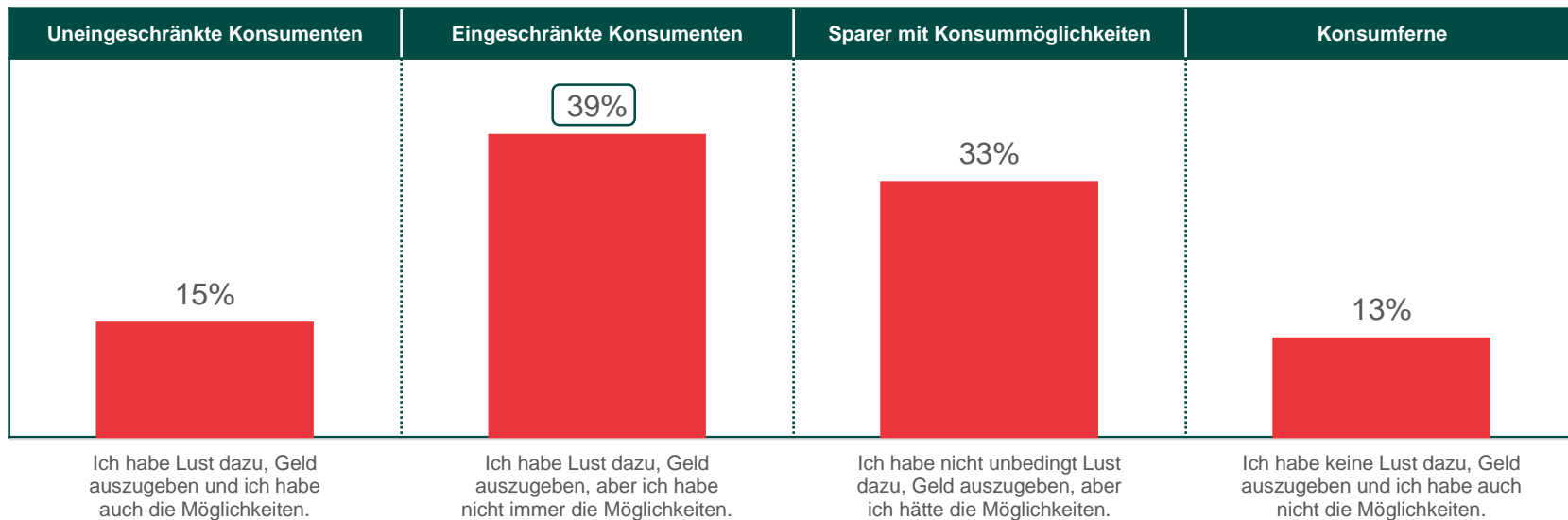
Optimisten	Pessimisten
77%	23%
71%	29%
70%	30%
75%	25%
70%	30%
70%	30%
73%	27%
70%	30%
74%	26%
63%	37%
73%	27%
62%	38%
65%	35%
71%	29%
59%	41%
67%	33%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 1. Wenn Sie einmal an Ihren eigenen Lebensstandard und Ihr Haushaltseinkommen in den nächsten Monaten denken, wie sehen Sie da die Entwicklung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Vier von zehn Bundesbürgern würden gerne mehr Geld ausgeben, wenn sie die Möglichkeit dazu hätten.

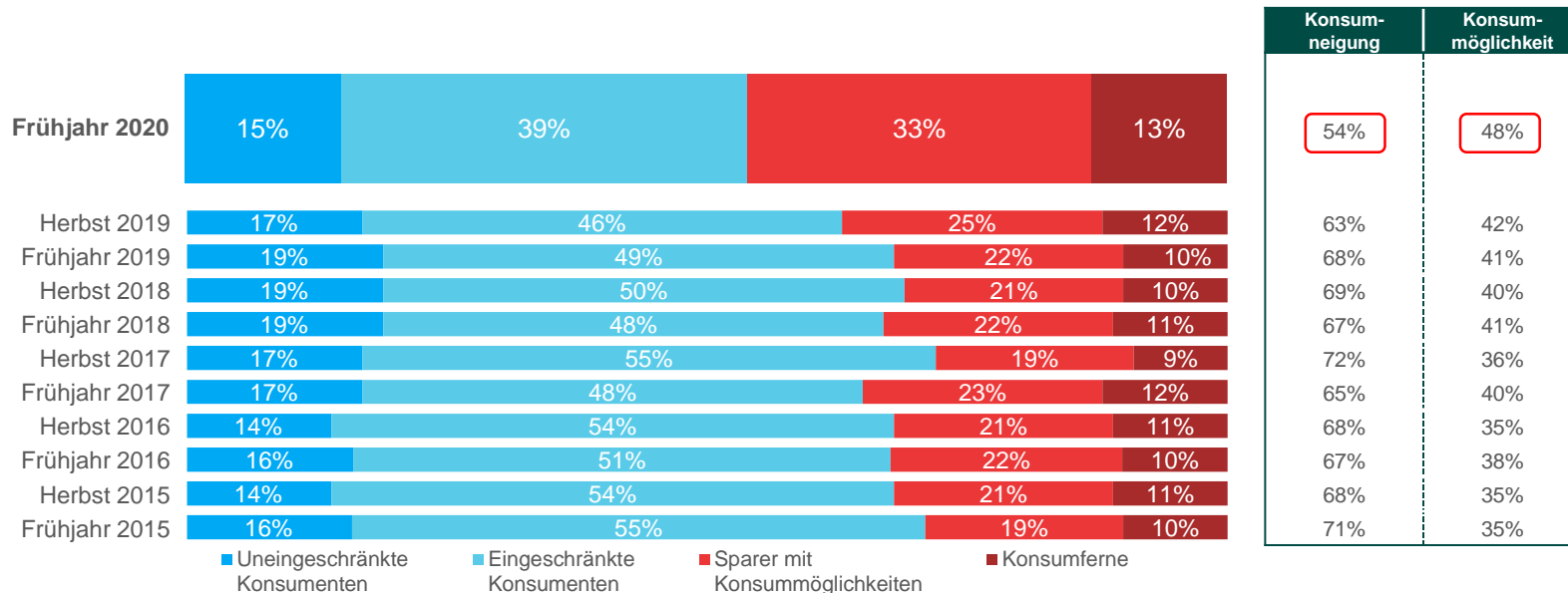


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 2. Welche der folgenden Aussagen beschreibt am ehesten Ihre derzeitige Situation?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Die Konsumneigung ist auf den tiefsten Stand seit fünf Jahren gesunken, obwohl die Konsummöglichkeiten deutlich angestiegen sind.

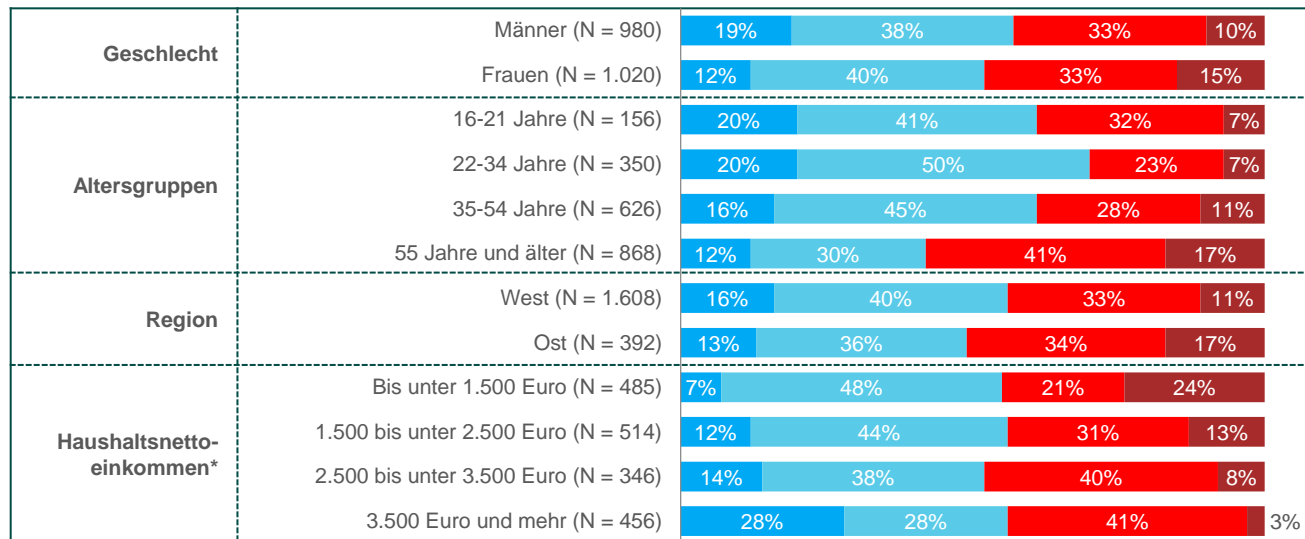


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 2. Welche der folgenden Aussagen beschreibt am ehesten Ihre derzeitige Situation?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: 22- bis 34-Jährige haben die höchste Konsumneigung, aber die geringsten Konsummöglichkeiten.



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
57%	52%
52%	45%
61%	52%
70%	43%
61%	44%
42%	53%
56%	49%
49%	47%
55%	28%
56%	43%
52%	54%
56%	69%

*ohne „Keine Angabe“ (N = 199)

■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 2. Welche der folgenden Aussagen beschreibt am ehesten Ihre derzeitige Situation?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Mit Kindern im Haushalt steigt die Konsumneigung deutlich an.

Kategorie	Subkategorie (N)	Anschaffungsneigung			
		Mit Lust, mit Geld	Mit Lust, kein Geld	Keine Lust, mit Geld	Keine Lust, kein Geld
Haushaltsgröße	1 Person (N = 578)	12%	44%	26%	18%
	2 Personen (N = 803)	13%	33%	42%	12%
	3 Personen (N = 284)	20%	42%	30%	8%
	4 Personen und mehr (N = 335)	20%	44%	28%	8%
Kinder im Haushalt	Ja (N = 449)	23%	45%	24%	8%
	Nein (N = 1.551)	13%	37%	36%	14%
Schulabschluss	Keiner / Volks- / Hauptschule (N = 319)	10%	41%	31%	18%
	Real- / Fach- / Handelsschule (N = 726)	12%	40%	33%	15%
	Fachhochschulreife / Abitur (N = 482)	17%	43%	31%	9%
	Abgeschl. Studium FH / Uni (N = 473)	21%	32%	38%	9%
Berufstätigkeit	Voll berufstätig (N = 790)	22%	40%	32%	6%
	Teilweise berufstätig (N = 306)	12%	46%	31%	11%
	Nicht berufstätig (N = 361)	9%	44%	30%	17%
	Rentner(in) / Pensionär(in) (N = 543)	11%	32%	38%	19%

Konsumneigung	Konsummöglichkeit
56%	38%
46%	55%
62%	50%
64%	48%
68%	47%
50%	49%
51%	41%
52%	45%
60%	48%
53%	59%
62%	54%
58%	43%
53%	39%
43%	49%

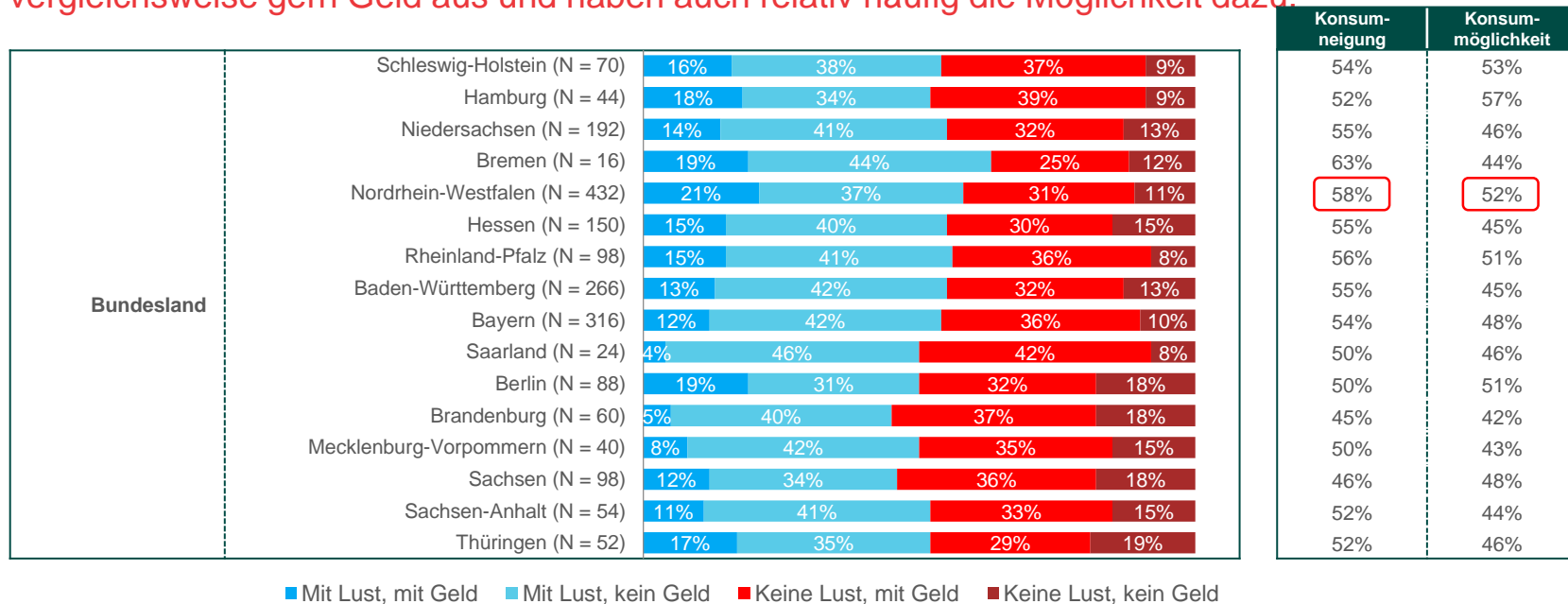
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 2. Welche der folgenden Aussagen beschreibt am ehesten Ihre derzeitige Situation?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Die Menschen in Nordrhein-Westfalen geben vergleichsweise gern Geld aus und haben auch relativ häufig die Möglichkeit dazu.

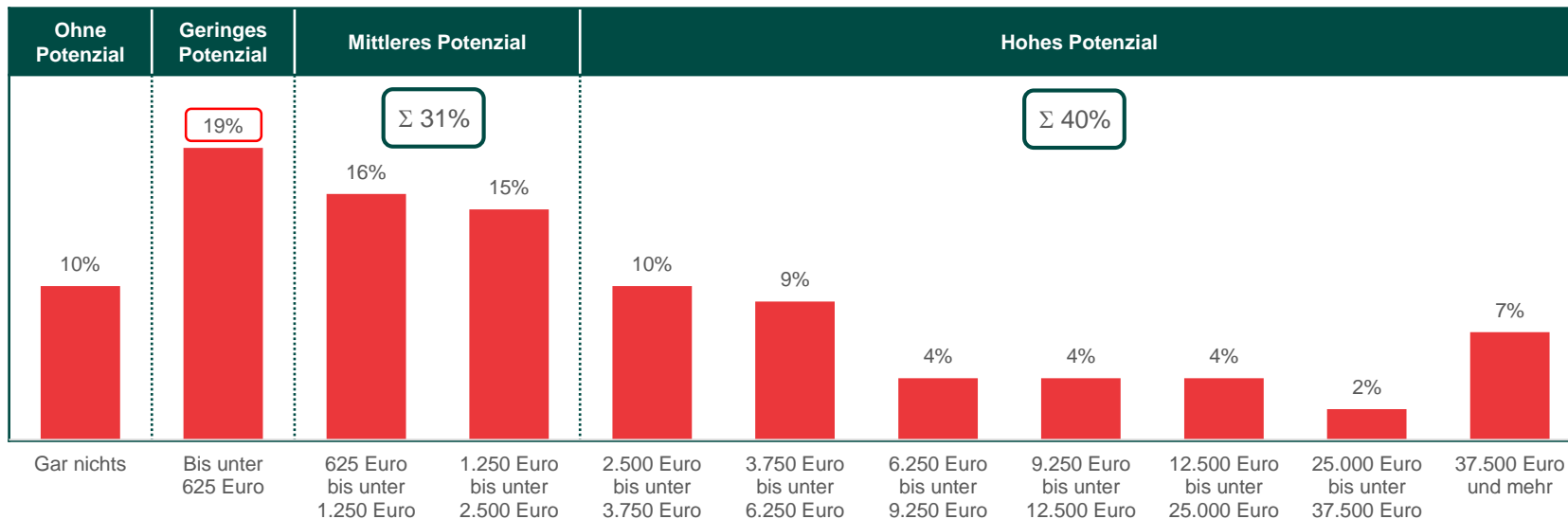


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 2. Welche der folgenden Aussagen beschreibt am ehesten Ihre derzeitige Situation?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungspotenzial: Jedem fünften Bundesbürger stünden für unerwartete Ausgaben weniger als 625 Euro zur Verfügung, jedem zehnten gar nichts.

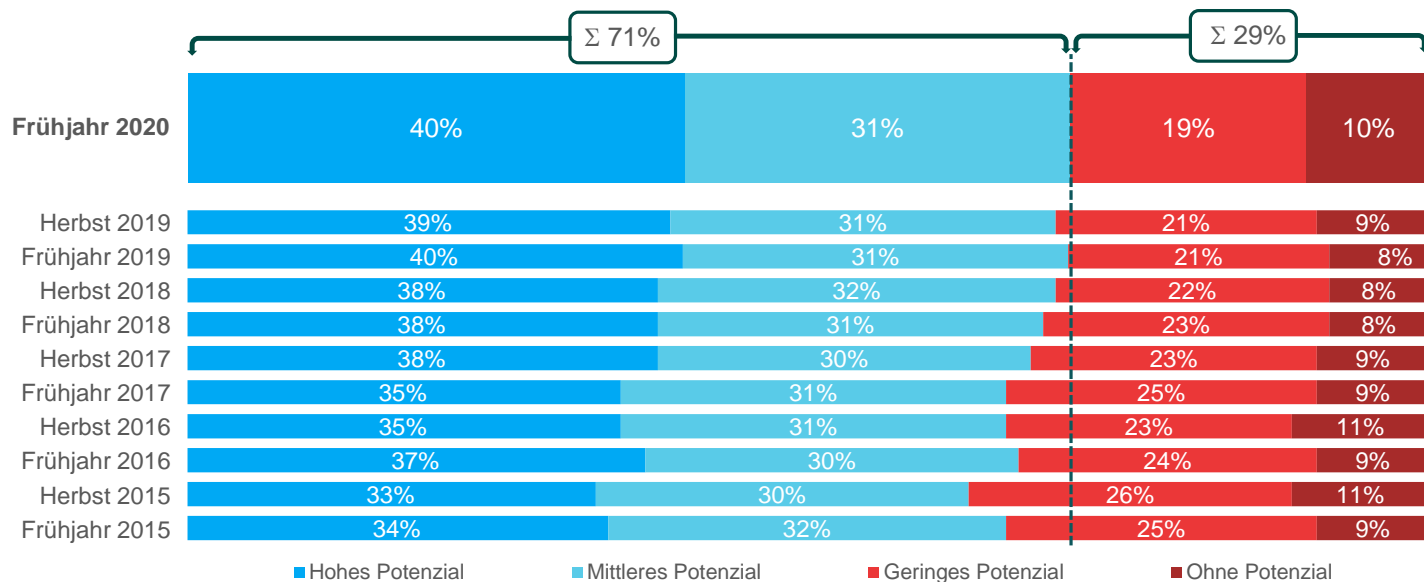


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 3. Nehmen Sie einmal an, dass Sie morgen eine wichtige unerwartete Ausgabe tätigen müssten. Welcher Betrag stünde dafür mindestens oder durchschnittlich in Ihrem Haushalt zur Verfügung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungspotenzial: Das Anschaffungspotenzial der Deutschen stagniert im Frühjahr 2020 auf hohem Niveau.

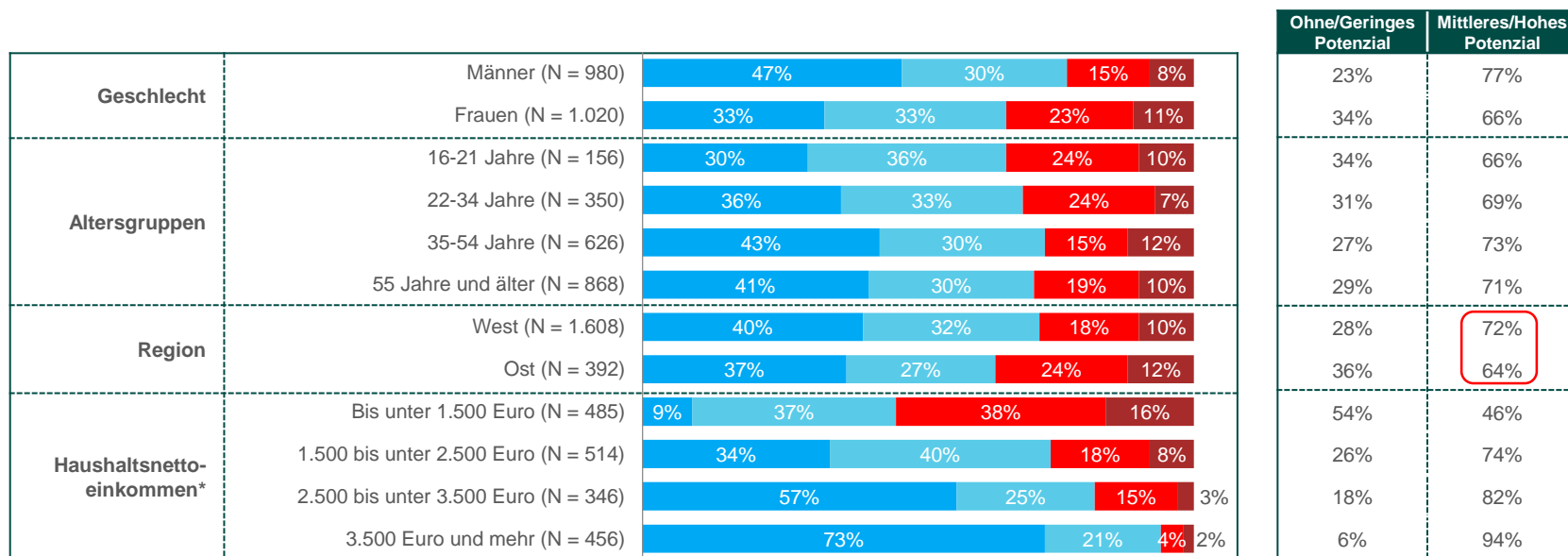


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 3. Nehmen Sie einmal an, dass Sie morgen eine wichtige unerwartete Ausgabe tätigen müssten. Welcher Betrag stünde dafür mindestens oder durchschnittlich in Ihrem Haushalt zur Verfügung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungspotenzial: Westdeutschen steht mehr Geld zur Verfügung als Ostdeutschen.



*ohne „Keine Angabe“ (N = 199)

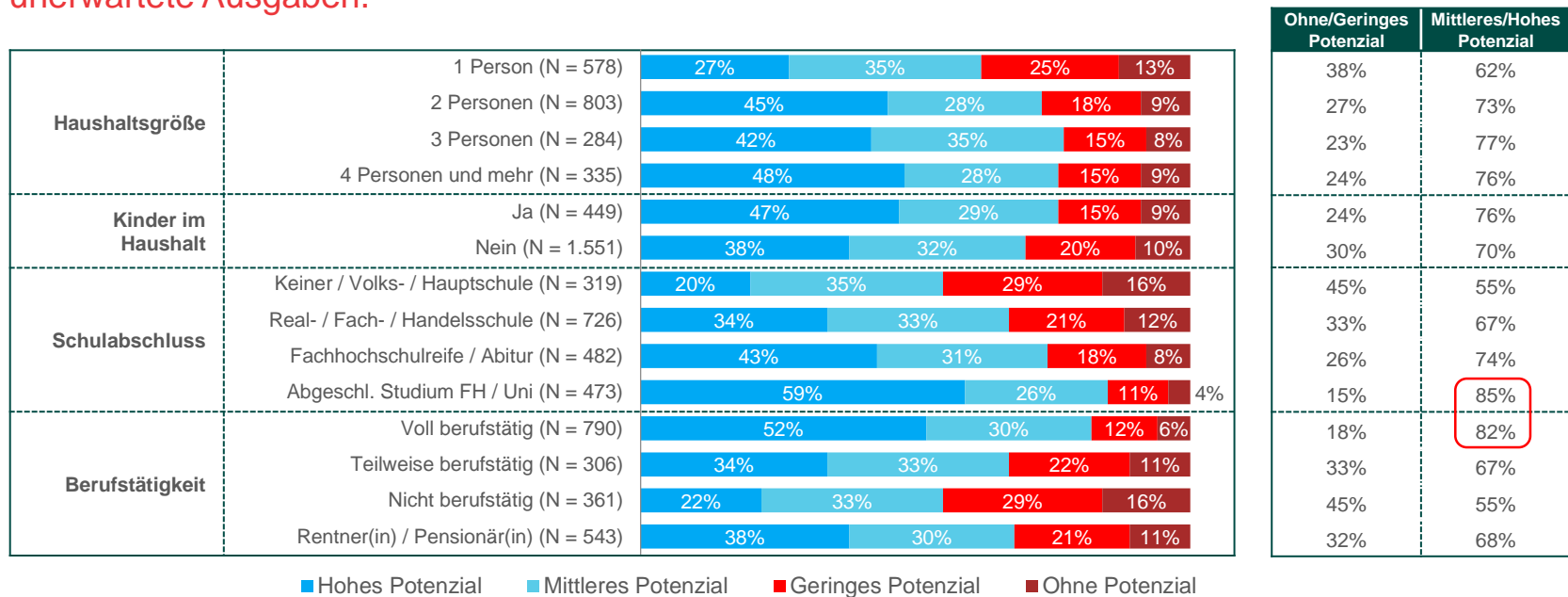
■ Hohes Potenzial ■ Mittleres Potenzial ■ Geringes Potenzial ■ Ohne Potenzial

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 3. Nehmen Sie einmal an, dass Sie morgen eine wichtige unerwartete Ausgabe tätigen müssten. Welcher Betrag stünde dafür mindestens oder durchschnittlich in Ihrem Haushalt zur Verfügung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungspotenzial: Akademiker und voll Berufstätige haben am häufigsten Rücklagen für unerwartete Ausgaben.

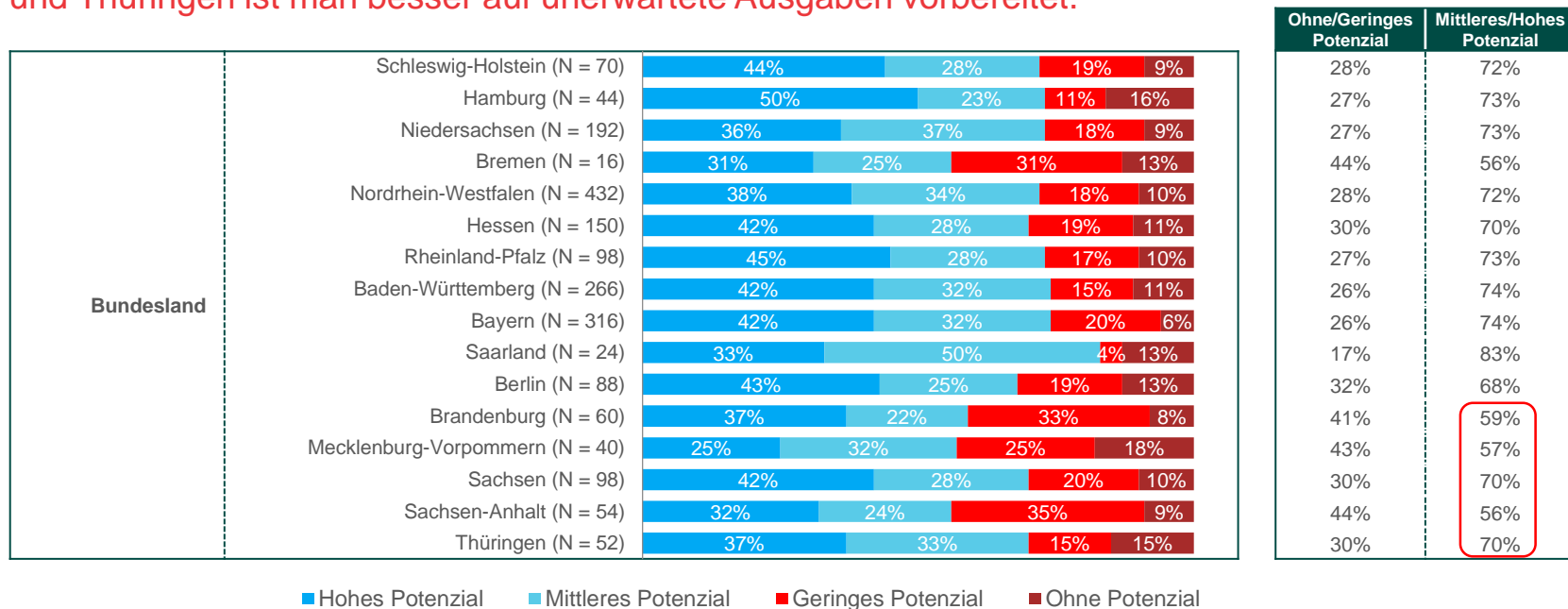


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 3. Nehmen Sie einmal an, dass Sie morgen eine wichtige unerwartete Ausgabe tätigen müssten. Welcher Betrag stünde dafür mindestens oder durchschnittlich in Ihrem Haushalt zur Verfügung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Anschaffungspotenzial: In Ostdeutschland ist ein klares Süd-Nord-Gefälle erkennbar: In Sachsen und Thüringen ist man besser auf unerwartete Ausgaben vorbereitet.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 3. Nehmen Sie einmal an, dass Sie morgen eine wichtige unerwartete Ausgabe tätigen müssten. Welcher Betrag stünde dafür mindestens oder durchschnittlich in Ihrem Haushalt zur Verfügung?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Branchenindex

-
- Kaufabsichten
 - Ausgabepotenzial
 - Kreditfinanzierung

02

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Branchenindex

Der **Branchenindex** wird über eine Verknüpfung des Verbraucherindex mit der Kaufabsicht und dem jeweiligen Ausgabepotenzial für bestimmte Konsumgüter (Auto / Motorrad / Möbel / Elektrogerät / Reise) berechnet. Damit lässt sich die Konsumneigung mit bestimmten Produktkategorien verbinden.

Zur Berechnung des Branchenindex erfolgt zu jeder Produktkategorie eine Zuordnung von Punktwerten, entsprechend des angegebenen Ausgabepotenzials. Dabei wird das Bewertungsschema analog zum Anschaffungspotenzial verwendet (vgl. Seite 11):

Ausgabepotenzial	
Hohes Potenzial (2.500 Euro und mehr)	= 3 P.
Mittleres Potenzial (625 bis unter 2.500 Euro)	= 2 P.
Geringes Potenzial (Weniger als 625 Euro)	= 1 P.
Ohne Potenzial	= 0 P.

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Branchenindex

Aus dem Produkt aus Kaufabsicht und geplanter Ausgabe ergibt sich als Mittelwert das Ausgabepotenzial für die einzelnen Produktkategorien. Das gesamte Ausgabepotenzial errechnet sich über die Addition der aus den fünf Produktkategorien gebildeten Mittelwerten. Die aktuelle Konsumneigung ist das geometrische Mittel aus Ausgabepotenzial (1,97) und Verbraucherindex (5,35).

Analog zum Verbraucherindex wird auch der in der ersten Erhebungswelle (Frühjahr 2015) gemessene Wert für die Konsumneigung auf einen Normwert von 100 indexiert und bildet den Basiswert für alle nachfolgenden Wellen (= 100).

Gesamtes Ausgabepotenzial	
Auto	0,37
Motorrad	0,07
Möbel	0,59
Elektrogerät	0,46
Reise	0,49
Ausgabepotenzial gesamt	1,97



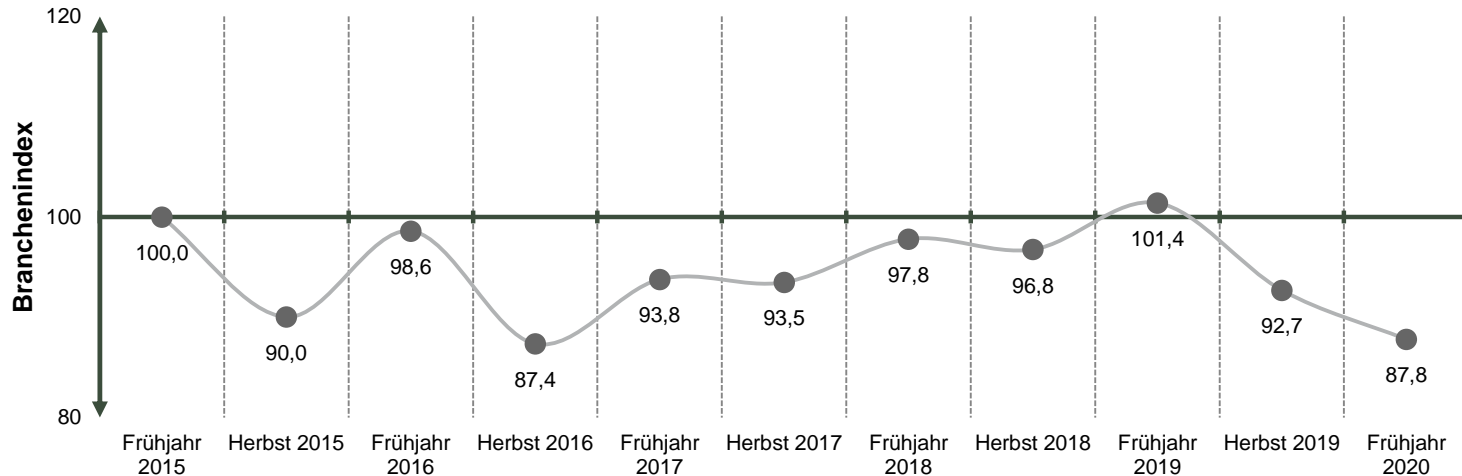
$$\text{Konsumneigung} = \sqrt{1,97 * 5,35} = 3,25$$

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Der Creditplus-Branchenindex

Um die Entwicklung des Branchenindex im Zeitverlauf darzustellen, werden die Werte auf den Basiswert 100 indexiert. Der in der ersten Welle (Frühjahr 2015) ermittelte Wert von 3,70 wird gleich 100 gesetzt.

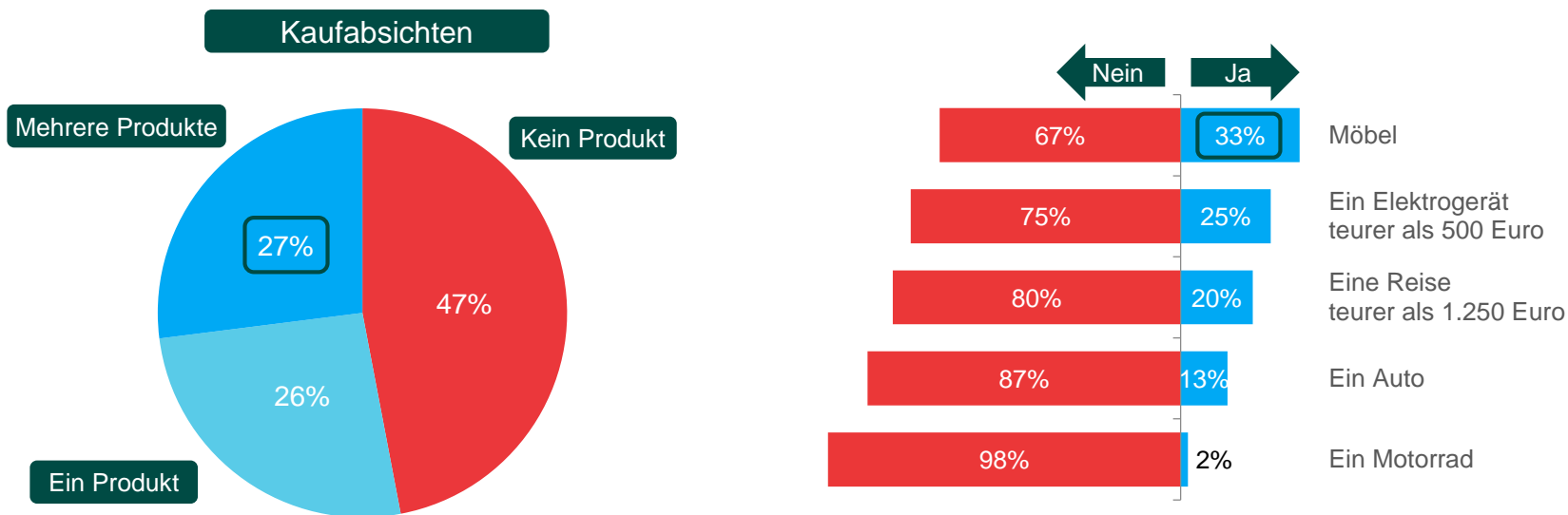
Im weiteren Verlauf bedeutet ein Wert > 100 eine positive Entwicklung der Konsumneigung. Mit einem Wert < 100 wird dagegen eine negative Entwicklung angezeigt.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)
Branchenindex: Kaufabsicht (Frage 4), Ausgabepotenzial (Frage 5)

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kaufabsichten: Etwas mehr als jeder vierte Deutsche plant in den nächsten drei Monaten mehrere größere Anschaffungen. Am häufigsten ist der Kauf von Möbeln vorgesehen.



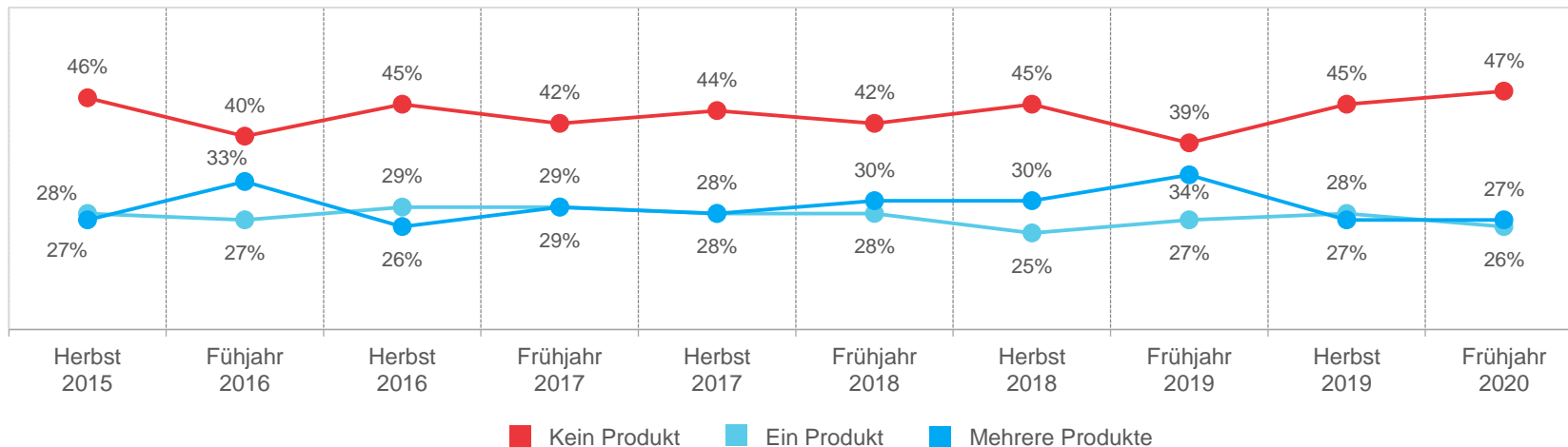
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 4. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Dingen jeweils, ob Sie beabsichtigen, diese in den nächsten drei Monaten zu kaufen.

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kaufabsichten: Die Deutschen werden seit einem Jahr immer zurückhaltender mit ihren Anschaffungsplänen.

Kaufabsichten



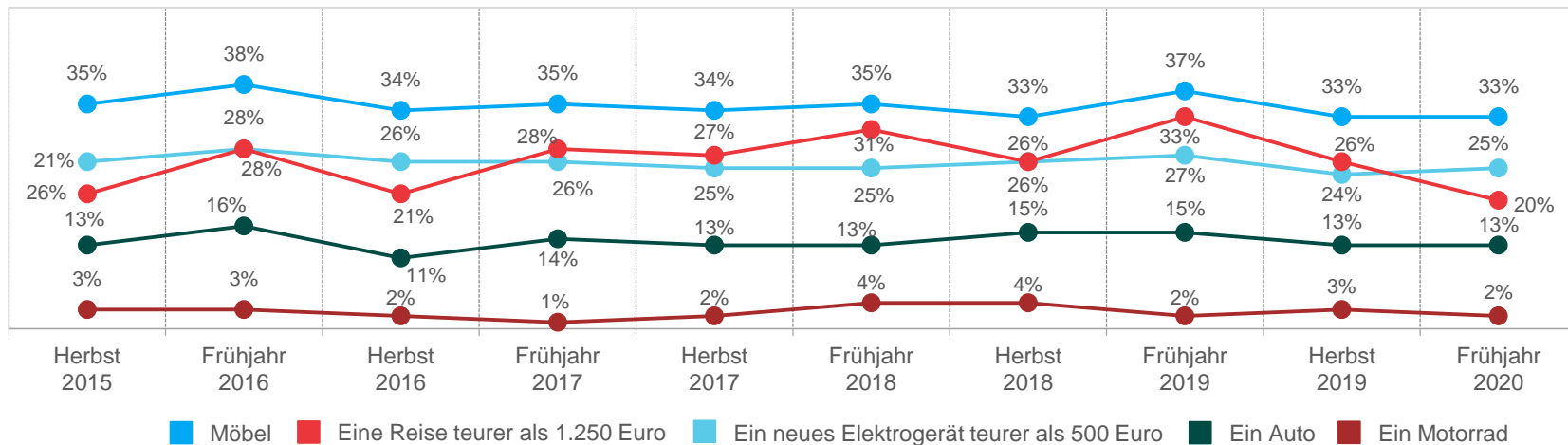
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 4. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Dingen jeweils, ob Sie beabsichtigen, diese in den nächsten drei Monaten zu kaufen.

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kaufabsichten: Die Nachfrage nach Möbeln ist nach wie vor am höchsten. Das Vorhaben, größere Reisen zu buchen, ist nochmals deutlich gesunken.

Geplante Anschaffungen

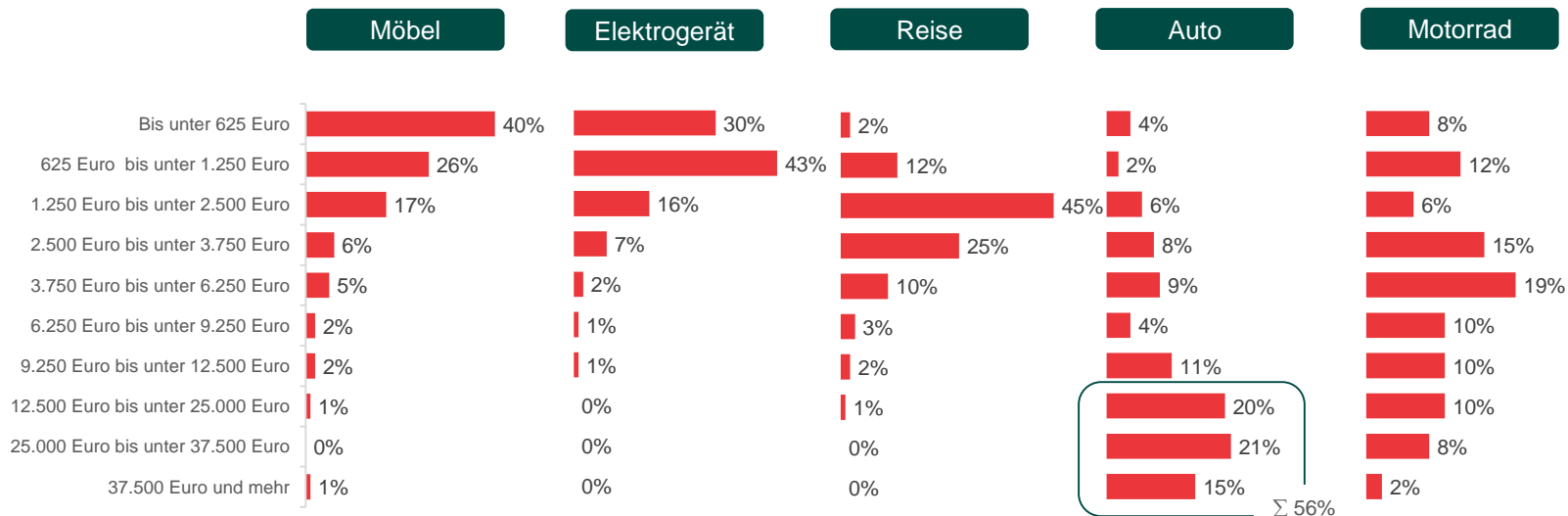


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 4. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Dingen jeweils, ob Sie beabsichtigen, diese in den nächsten drei Monaten zu kaufen.

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Ausgabepotenzial: Mehr als jeder zweite Autokäufer rechnet mit einem Anschaffungsbetrag von mindestens 12.500 Euro.



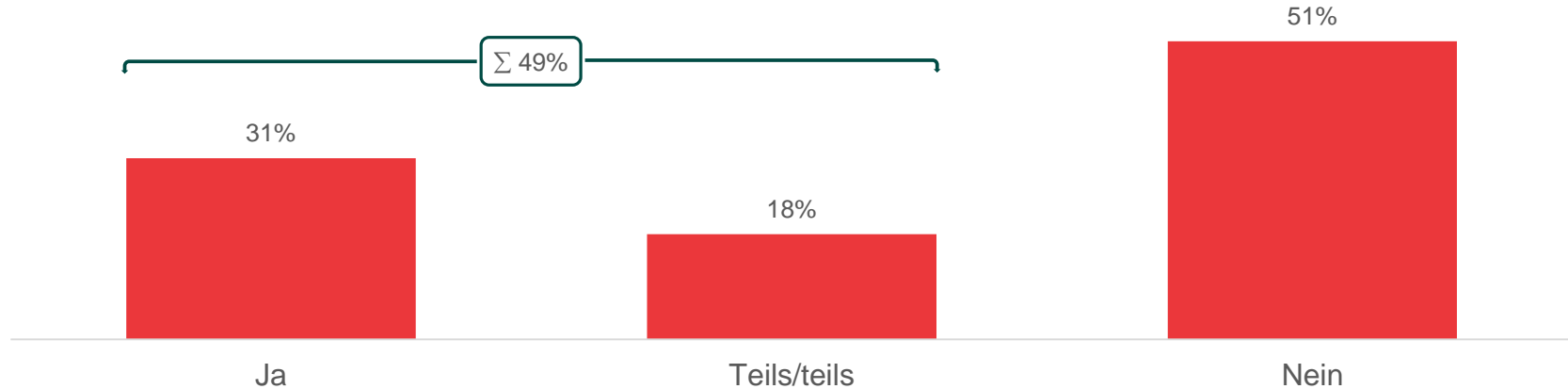
Basis: Möbelkauf / Elektrogerätekauf / Reise / Autokauf / Motorradkauf geplant, N = 667 / N = 500 / N = 406 / N = 260 / N = 49 (Einfachnennung)

Frage 5. Und wie hoch ist der Betrag, den Sie für die einzelnen Anschaffungen jeweils ausgeben werden? Wenn Sie es noch nicht so genau wissen, schätzen Sie bitte.

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kreditfinanzierung: Für etwa jeden zweiten Konsumenten, der eine Anschaffung geplant hat, ist eine Kreditfinanzierung vorstellbar.

Bereitschaft zur Kreditfinanzierung

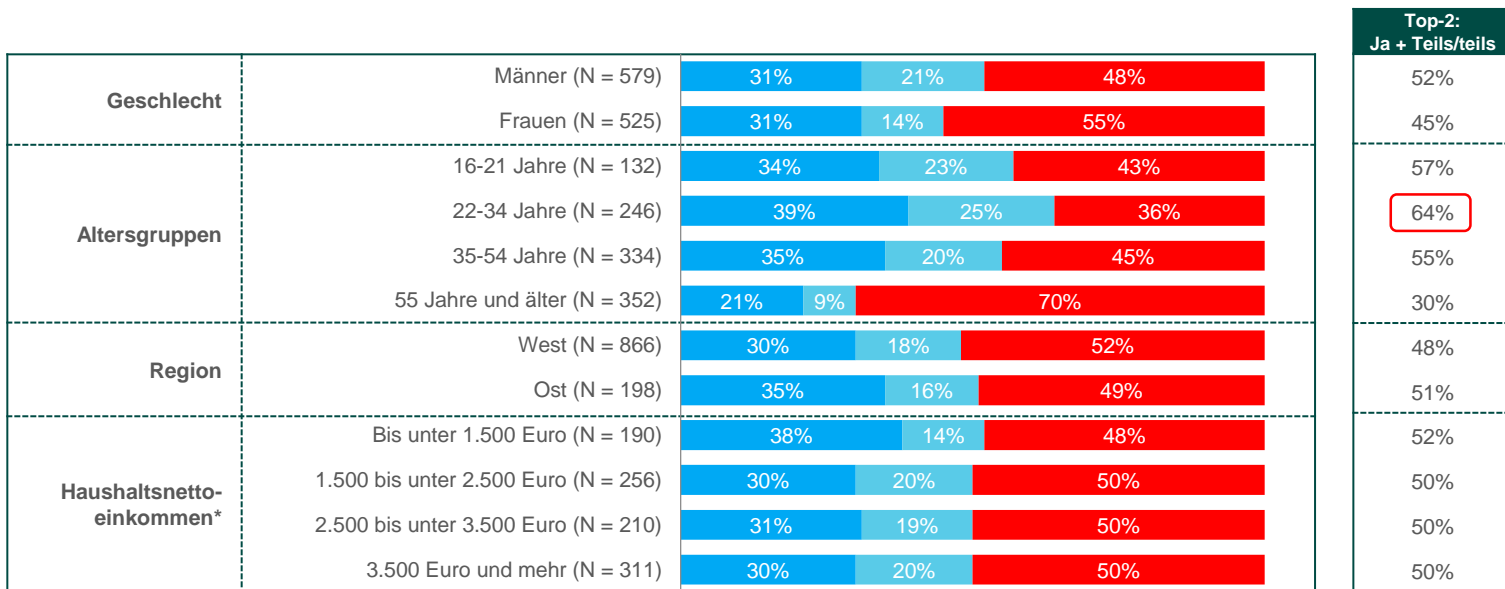


Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.064 (Einfachnennung)

Frage 6. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kreditfinanzierung: Für 22- bis 34-Jährige kommt eine Kreditfinanzierung eher in Frage.



*ohne „Keine Angabe“ (N = 97)

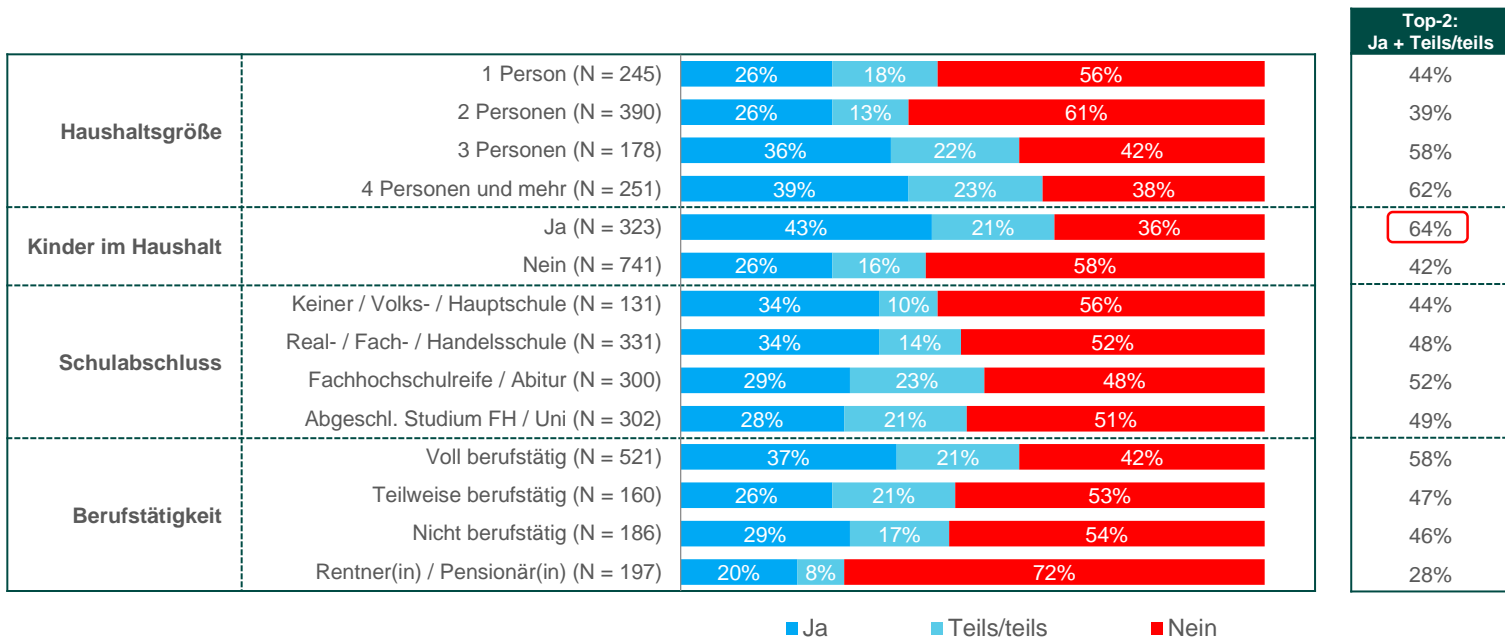
■ Ja ■ Teils/teils ■ Nein

Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.064 (Einfachnennung)

Frage 6. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kreditfinanzierung: Haushalte mit Kindern sind für eine Kreditfinanzierung besonders offen.



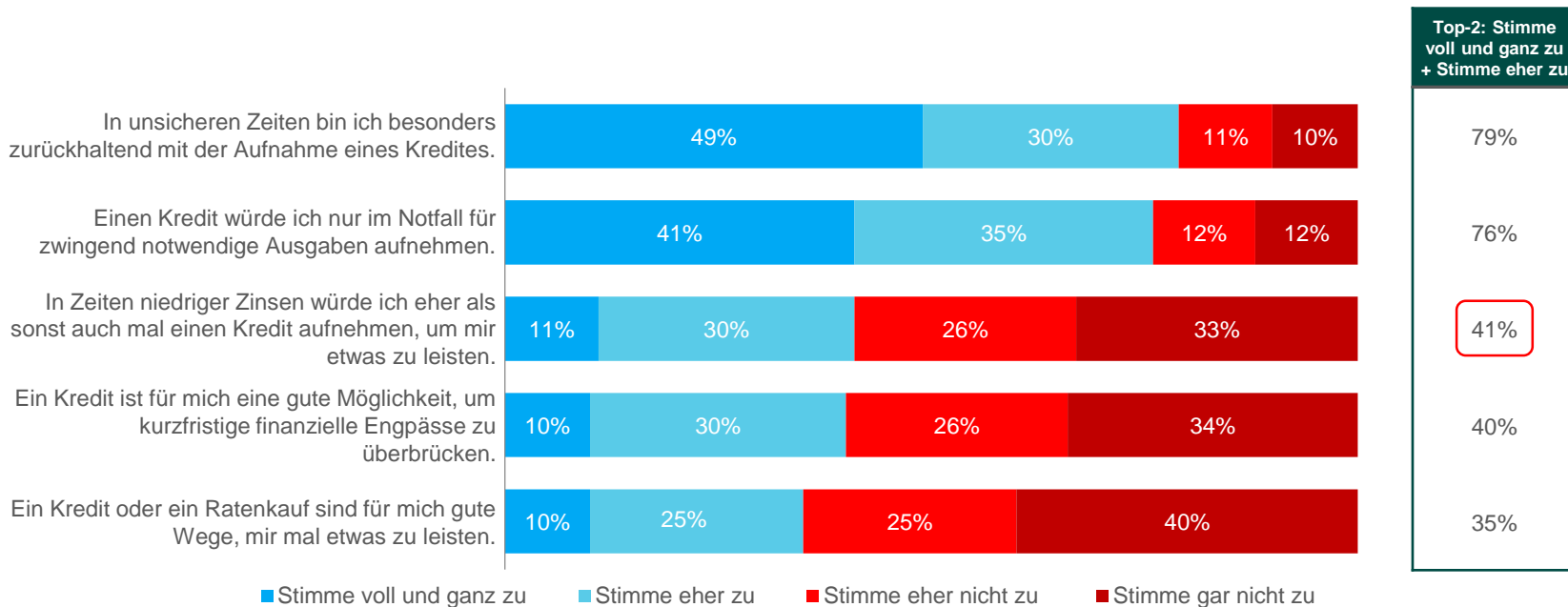
Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.064 (Einfachnennung)

Frage 6. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

■ Ja ■ Teils/teils ■ Nein

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Einstellungen zu Krediten: Vier von zehn Deutschen würden in Zeiten niedriger Zinsen eher als sonst auch mal einen Kredit aufnehmen, um sich etwas zu leisten.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage, sortiert nach Top-2)
Frage 7. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Kredite zu?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Einstellungen zu Krediten: Männer sowie 22- bis 54-Jährige würden in Niedrigzinszeiten überdurchschnittlich häufig einen Kredit aufnehmen, um sich etwas zu leisten.

Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Total	Geschlecht		Alter			
		Männer	Frauen	16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	980	1.020	156	350	626	868
In unsicheren Zeiten bin ich besonders zurückhaltend mit der Aufnahme eines Kredites.	79%	78%	81%	75%	77%	77%	83%
Einen Kredit würde ich nur im Notfall für zwingend notwendige Ausgaben aufnehmen.	76%	75%	76%	76%	75%	75%	76%
In Zeiten niedriger Zinsen würde ich eher als sonst auch mal einen Kredit aufnehmen, um mir etwas zu leisten.	41%	47%	36%	43%	51%	47%	34%
Ein Kredit ist für mich eine gute Möglichkeit, um kurzfristige finanzielle Engpässe zu überbrücken.	40%	44%	36%	40%	44%	43%	36%
Ein Kredit oder ein Ratenkauf sind für mich gute Wege, mir mal etwas zu leisten.	35%	39%	31%	39%	49%	37%	28%

5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (skalierte Abfrage)

Frage 7. Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zum Thema Kredite zu?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Corona und die Folgen

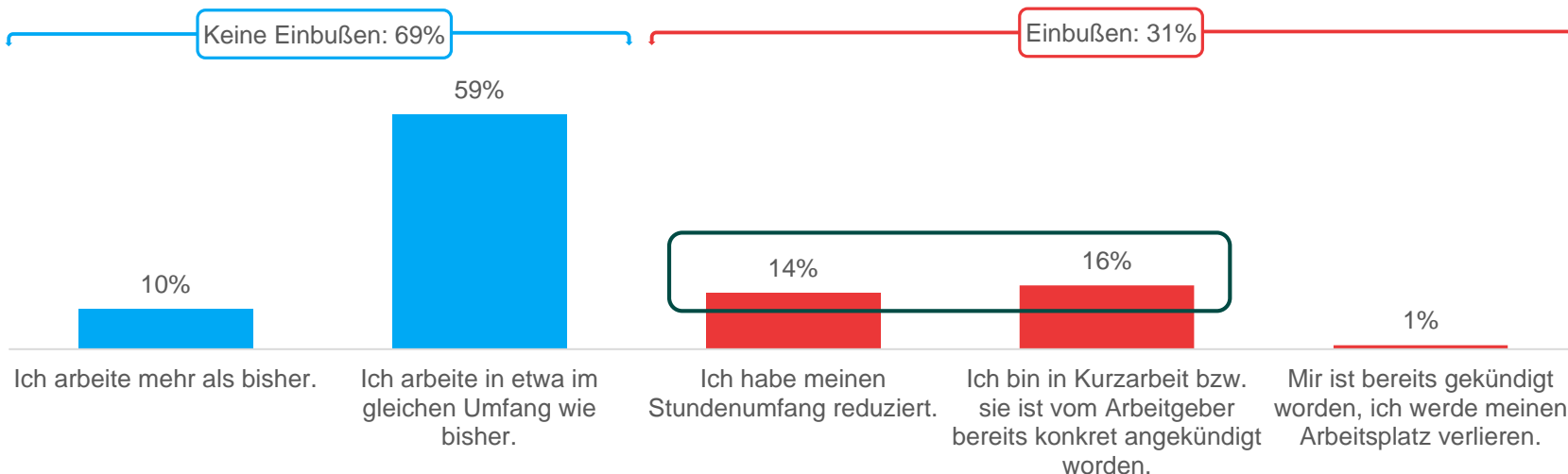
- Auswirkungen auf die berufliche Situation
- Veränderungen im Kauf- und Konsumverhalten
- Maßnahmen zur Belebung der Kaufbereitschaft

03

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Auswirkungen auf die berufliche Situation: Knapp ein Drittel der Deutschen hat den Stundenumfang reduziert oder ist schon bzw. bald in Kurzarbeit.

Auswirkungen auf die berufliche Situation




Basis: Arbeiter und Angestellte, N = 936 (Einfachnennung)

Frage 8. Wie hat sich die Corona-Krise bisher auf Ihre berufliche Situation ausgewirkt?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Auswirkungen auf die berufliche Situation: Tendenziell spüren Arbeitnehmer mit steigendem Alter weniger Auswirkungen .

Nutzung vorstellbar	Total	Alter			
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	936	44 	227	452	213
Ich arbeite mehr als bisher.	10%	18%	13%	8%	8%
Ich arbeite in etwa im gleichen Umfang wie bisher.	59%	32%	56%	61%	63%
Ich habe meinen Stundenumfang reduziert.	14%	25%	12%	13%	17%
Ich bin in Kurzarbeit bzw. sie ist von meinem Arbeitgeber bereits konkret angekündigt worden.	16%	18%	17%	17%	12%
Mir ist bereits gekündigt worden, ich werde meinen Arbeitsplatz verlieren.	1%	7%	2%	1%	—



geringe Fallzahl

 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

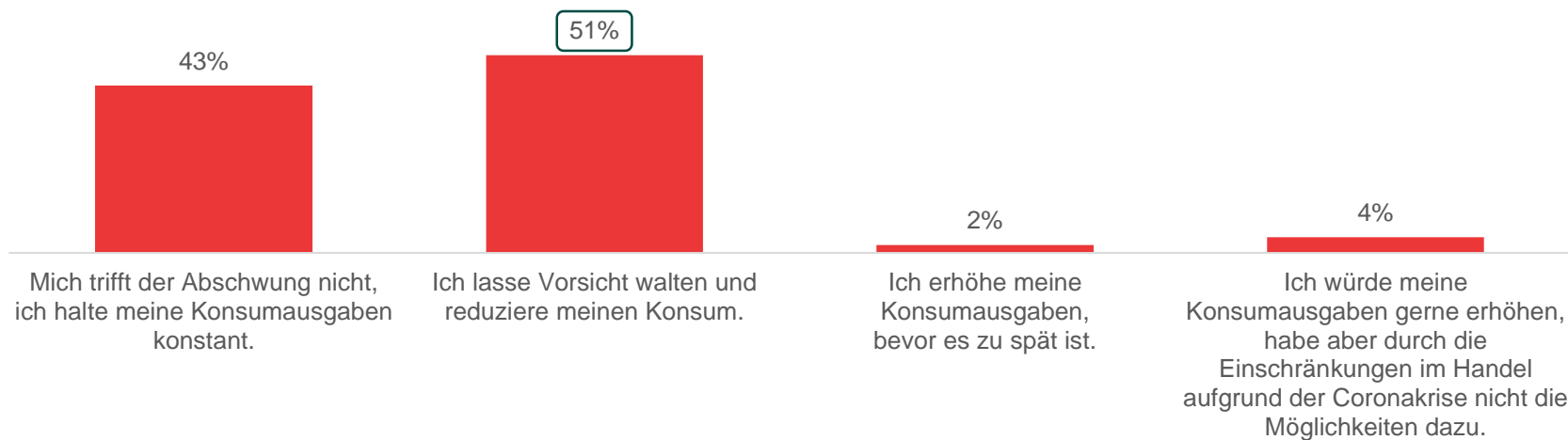
Basis: Arbeiter und Angestellte, N = 936 (Einfachnennung)

Frage 8. Wie hat sich die Corona-Krise bisher auf Ihre berufliche Situation ausgewirkt?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Abkühlende Konjunktur: Die Hälfte der Deutschen reduziert vorsorglich ihren Konsum.

Reaktion auf die abkühlende Konjunktur

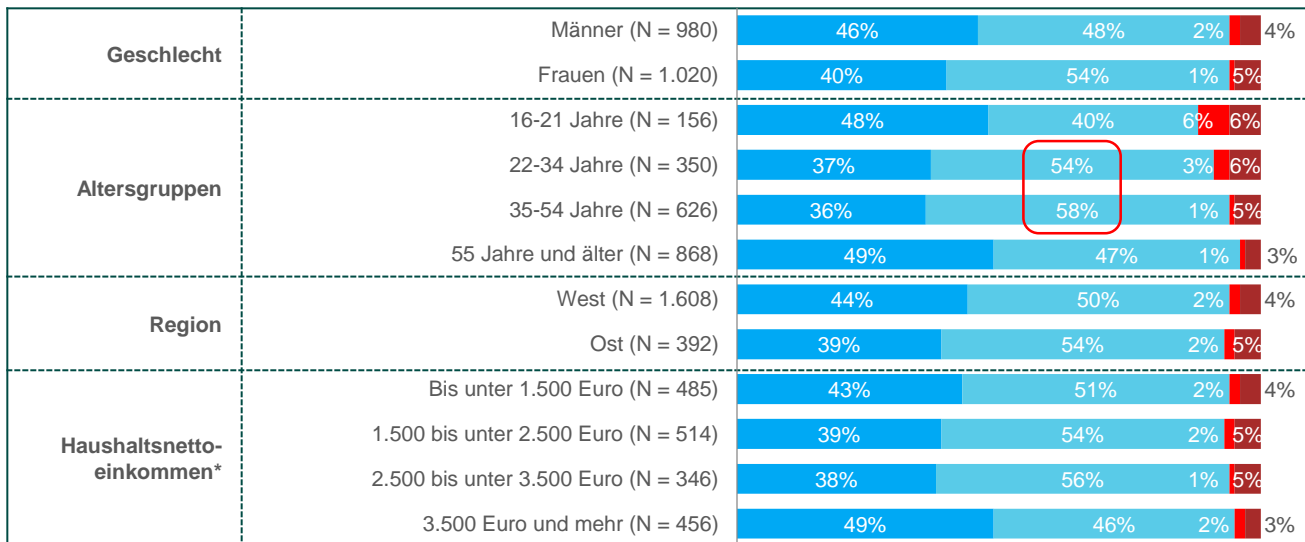


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 9. Die Konjunktur kühlt sich aufgrund der Corona-Krise ab, die Wirtschaftsdaten verschlechtern sich. Wie reagieren Sie persönlich darauf?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Abkühlende Konjunktur: Vor allem 22- bis 54-Jährige sind angesichts der schlechten konjunkturellen Aussichten vorsichtig und reduzieren ihren Konsum.



- Mich trifft der Abschwung nicht, ich halte meine Konsumausgaben konstant.
- Ich lasse Vorsicht walten und reduziere meinen Konsum.
- Ich erhöhe meine Konsumausgaben, bevor es zu spät ist.
- Ich würde meine Konsumausgaben gerne erhöhen, habe aber durch die Einschränkungen im Handel aufgrund der Coronakrise nicht die Möglichkeiten dazu.

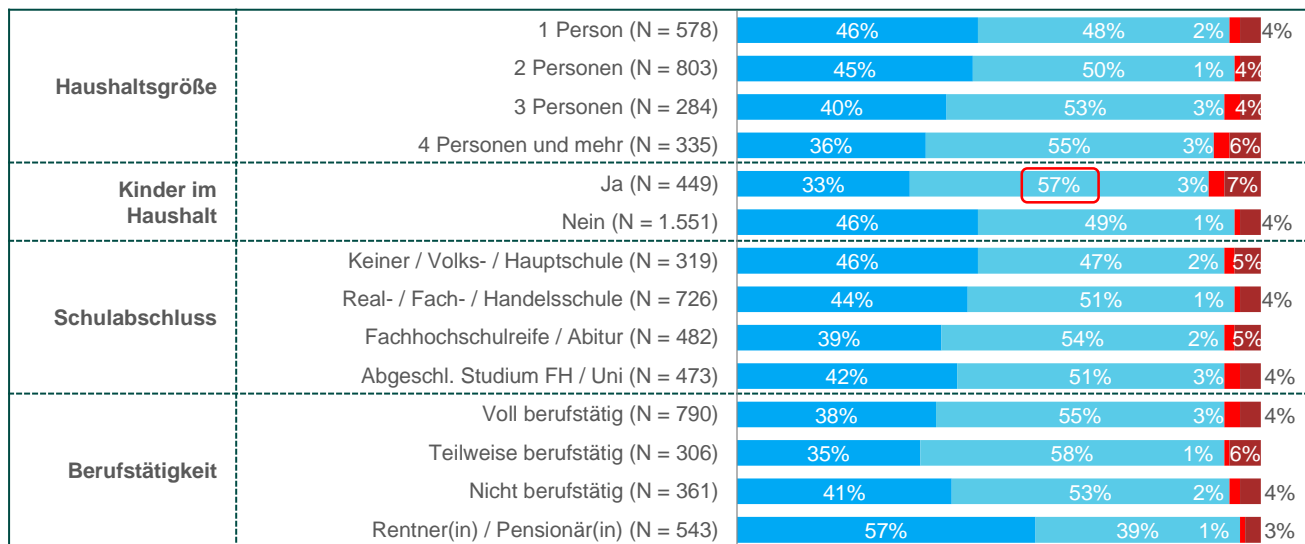
*ohne „Keine Angabe“ (N = 199)

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 9. Die Konjunktur kühlt sich aufgrund der Corona-Krise ab, die Wirtschaftsdaten verschlechtern sich. Wie reagieren Sie persönlich darauf?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Abkühlende Konjunktur: Haushalte mit Kindern sind von der abflauenden Konjunktur stärker betroffen und fahren ihren Konsum daher häufiger zurück.



■ Mich trifft der Abschwung nicht, ich halte meine Konsumausgaben konstant.

■ Ich lasse Vorsicht walten und reduziere meinen Konsum.

■ Ich erhöhe meine Konsumausgaben, bevor es zu spät ist.

■ Ich würde meine Konsumausgaben gerne erhöhen, habe aber durch die Einschränkungen im Handel aufgrund der Coronakrise nicht die Möglichkeiten dazu.

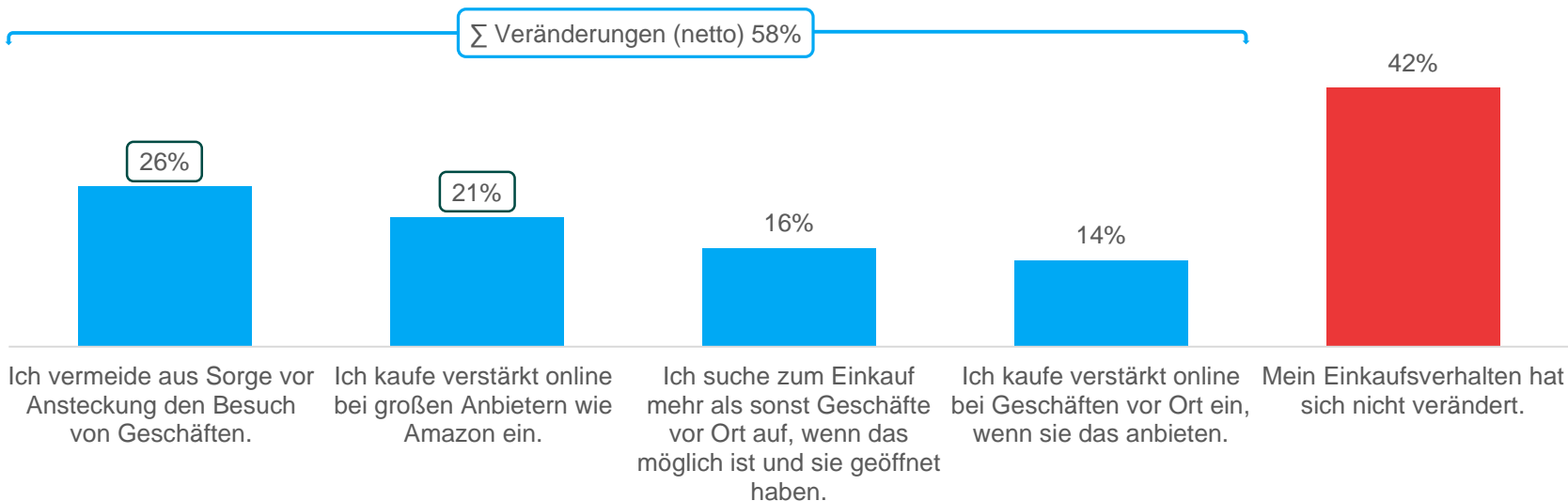
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 9. Die Konjunktur kühlt sich aufgrund der Corona-Krise ab, die Wirtschaftsdaten verschlechtern sich. Wie reagieren Sie persönlich darauf?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Veränderungen des Kaufverhaltens: Ein Viertel der Bundesbürger vermeidet aus Sorge vor Ansteckung den Besuch von Geschäften. Ein Fünftel kauft verstärkt online bei großen Anbietern ein.

Veränderungen des Kaufverhaltens



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 11. Inwieweit hat sich Ihr Kaufverhalten in der Corona-Krise verändert?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Veränderungen des Kaufverhaltens: Vor allem Jüngere kaufen häufiger als vor der Krise online ein – bei großen Anbietern, aber auch bei Geschäften vor Ort.

Änderung des Kaufverhaltens	Total	Geschlecht		Alter			
		Männer	Frauen	16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	980	1.020	156	350	626	868
Ich vermeide aus Sorge vor Ansteckung den Besuch von Geschäften.	26%	22%	31%	25%	29%	26%	26%
Ich kaufe verstärkt online bei großen Anbietern wie Amazon ein.	21%	21%	21%	26%	30%	23%	16%
Ich suche zum Einkauf mehr als sonst Geschäfte vor Ort auf, wenn das möglich ist und sie geöffnet haben.	16%	15%	17%	17%	14%	16%	16%
Ich kaufe verstärkt online bei Geschäften vor Ort ein, wenn sie das anbieten.	14%	14%	14%	28%	23%	15%	7%
Mein Einkaufsverhalten hat sich nicht verändert.	42%	45%	39%	26%	31%	41%	49%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

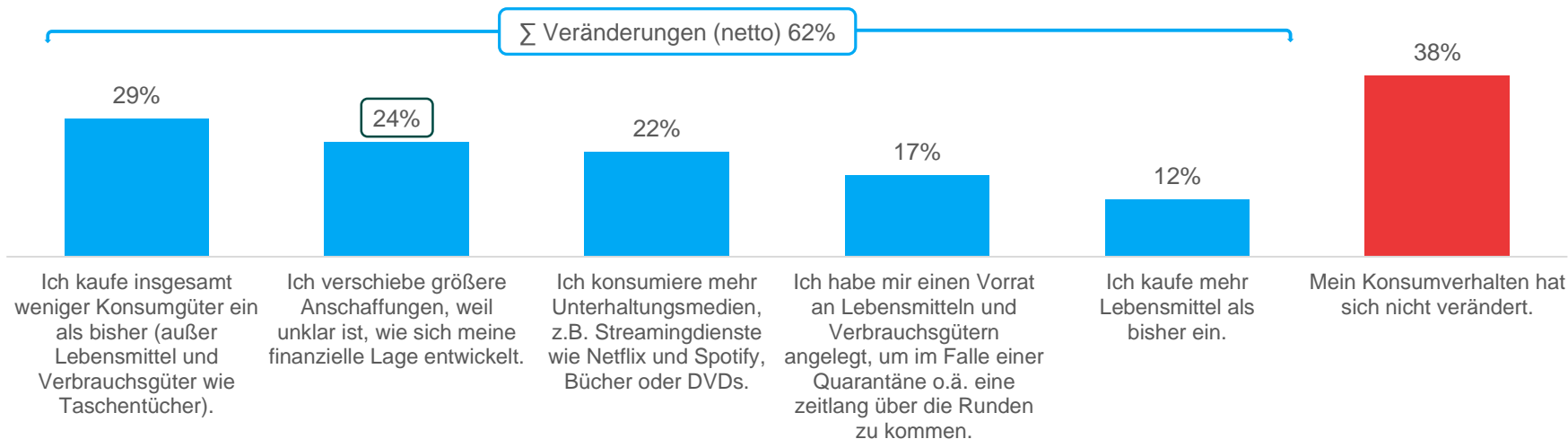
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 11. Inwieweit hat sich Ihr Kaufverhalten in der Corona-Krise verändert?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Veränderungen des Konsumverhaltens: Ein Viertel der Verbraucher verschiebt wegen Unsicherheiten im Hinblick auf die künftige finanzielle Lage größere Anschaffungen.

Veränderungen des Konsumverhaltens



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 12. Und inwieweit hat sich Ihr Konsumverhalten in der Corona-Krise verändert?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Veränderungen des Konsumverhaltens: Vor allem unter 35-Jährige konsumieren mehr Unterhaltungsmedien als vor der Corona-Krise.

Änderung des Kaufverhaltens	Total	Geschlecht		Alter			
		Männer	Frauen	16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	980	1.020	156	350	626	868
Ich kaufe insgesamt weniger Konsumgüter ein als bisher (außer Lebensmittel und Verbrauchsgüter wie Taschentücher).	29%	25%	33%	28%	29%	30%	28%
Ich verschiebe größere Anschaffungen, weil unklar ist, wie sich meine finanzielle Lage entwickelt.	24%	21%	26%	23%	31%	28%	18%
Ich konsumiere mehr Unterhaltungsmedien, z.B. Streamingdienste wie Netflix und Spotify, Bücher oder DVDs.	22%	24%	21%	47%	36%	26%	9%
Ich habe mir einen Vorrat an Lebensmitteln und Verbrauchsgütern angelegt, um im Falle einer Quarantäne o.ä. eine Zeit lang über die Runden zu kommen.	17%	16%	17%	16%	17%	18%	15%
Ich kaufe mehr Lebensmittel als bisher ein.	12%	12%	11%	15%	17%	12%	9%
Mein Konsumverhalten hat sich nicht verändert.	38%	40%	36%	17%	24%	35%	50%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 12. Und inwieweit hat sich Ihr Konsumverhalten in der Corona-Krise verändert?

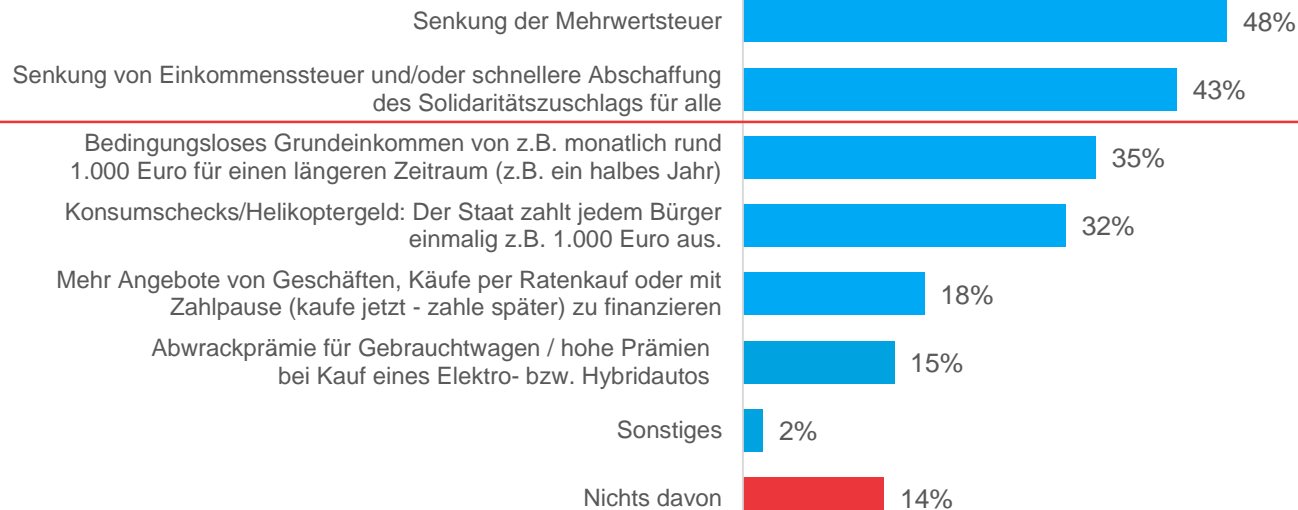
5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Maßnahmen zum Ankurbeln der Kaufbereitschaft: Aus Sicht der Bundesbürger würden vor allem Steuerentlastungen dabei helfen, die Kaufbereitschaft anzukurbeln.

Geeignete Maßnahmen



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 10. Viele Wirtschaftsbereiche klagen über sinkende Absatz- und Umsatzzahlen. Welche Maßnahmen würden aus Ihrer Sicht helfen, um die Kaufbereitschaft wieder anzukurbeln?

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Maßnahmen zum Ankurbeln der Kaufbereitschaft: 22- bis 34-Jährige gehen von einer steigenden Kaufbereitschaft aus, wenn mehr Geschäfte Ratenkauf oder Zahlpausen anbieten.

Geeignete Maßnahmen, um die Kaufbereitschaft anzukurbeln	Total	Alter			
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	156	350	626	868
Senkung der Mehrwertsteuer	48%	37%	47%	49%	50%
Senkung von Einkommenssteuer und/oder schnellere Abschaffung des Solidaritätszuschlags für alle	43%	26%	41%	46%	45%
Bedingungsloses Grundeinkommen von z.B. monatlich rund 1.000 Euro für einen längeren Zeitraum (z.B. ein halbes Jahr)	35%	31%	39%	37%	34%
Konsumschecks/Helikoptergeld: Der Staat zahlt jedem Bürger einmalig z.B. 1.000 Euro aus.	32%	23%	31%	34%	32%
Mehr Angebote von Geschäften, Käufe per Ratenkauf oder mit Zahlpause (kaufe jetzt - zahle später) zu finanzieren	18%	22%	26%	18%	15%
Abwrackprämie für Gebrauchtwagen / hohe Prämien bei Kauf eines Elektro- bzw. Hybridautos	15%	18%	17%	16%	14%
Sonstiges	2%	1%	1%	3%	2%
Nichts davon	14%	17%	11%	13%	15%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 10. Viele Wirtschaftsbereiche klagen über sinkende Absatz- und Umsatzzahlen. Welche Maßnahmen würden aus Ihrer Sicht helfen, um die Kaufbereitschaft wieder anzukurbeln?

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kaufbereitschaft ankurbeln: Nicht Berufstätige wie Schüler, Studierende oder Arbeitslose halten ein bedingungsloses Grundeinkommen für das wirksamste Mittel zur Konjunkturbelebung.

Geeignete Maßnahmen, um die Kaufbereitschaft anzukurbeln	Total	Berufstätigkeit			
		Voll berufstätig	Teilweise berufstätig	Nicht berufstätig	Rentner(in) / Pensionär(in)
Basis (Fallzahl)	2.000	790	306	361	543
Senkung der Mehrwertsteuer	48%	52%	46%	40%	48%
Senkung von Einkommenssteuer und/oder schnellere Abschaffung des Solidaritätszuschlags für alle	43%	50%	41%	34%	41%
Bedingungsloses Grundeinkommen von z.B. monatlich rund 1.000 Euro für einen längeren Zeitraum (z.B. ein halbes Jahr)	35%	32%	41%	41%	34%
Konsumschecks/Helikoptergeld: Der Staat zahlt jedem Bürger einmalig z.B. 1.000 Euro aus.	32%	34%	32%	32%	29%
Mehr Angebote von Geschäften, Käufe per Ratenkauf oder mit Zahlpause (kaufe jetzt - zahle später) zu finanzieren	18%	20%	18%	19%	15%
Abwrackprämie für Gebrauchtwagen / hohe Prämien bei Kauf eines Elektro- bzw. Hybridautos	15%	18%	15%	12%	13%
Sonstiges	2%	2%	3%	2%	3%
Nichts davon	14%	10%	11%	19%	17%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 10. Viele Wirtschaftsbereiche klagen über sinkende Absatz- und Umsatzzahlen. Welche Maßnahmen würden aus Ihrer Sicht helfen, um die Kaufbereitschaft wieder anzukurbeln?

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Kaufbereitschaft ankurbeln: Vor allem Haushalte mit hohem Nettoeinkommen sehen in Kaufprämien für Pkw eine wirksame Maßnahme zum Ankurbeln der Kaufbereitschaft.

Geeignete Maßnahmen, um die Kaufbereitschaft anzukurbeln	Total	Haushaltsnettoeinkommen			
		Bis unter 1.500 Euro	1.500 bis unter 2.500 Euro	2.500 bis unter 3.500 Euro	3.500 Euro und mehr
Basis (Fallzahl)	2.000	485	514	346	456
Senkung der Mehrwertsteuer	48%	45%	49%	49%	52%
Senkung von Einkommenssteuer und/oder schnellere Abschaffung des Solidaritätszuschlags für alle	43%	34%	43%	44%	55%
Bedingungsloses Grundeinkommen von z.B. monatlich rund 1.000 Euro für einen längeren Zeitraum (z.B. ein halbes Jahr)	35%	42%	38%	34%	31%
Konsumschecks/Helikoptergeld: Der Staat zahlt jedem Bürger einmalig z.B. 1.000 Euro aus.	32%	30%	35%	34%	35%
Mehr Angebote von Geschäften, Käufe per Ratenkauf oder mit Zahlpause (kaufe jetzt - zahle später) zu finanzieren	18%	20%	18%	20%	19%
Abwrackprämie für Gebrauchtwagen / hohe Prämien bei Kauf eines Elektro- bzw. Hybridautos	15%	12%	14%	16%	22%
Sonstiges	2%	3%	1%	3%	3%
Nichts davon	14%	14%	12%	12%	9%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 10. Viele Wirtschaftsbereiche klagen über sinkende Absatz- und Umsatzzahlen. Welche Maßnahmen würden aus Ihrer Sicht helfen, um die Kaufbereitschaft wieder anzukurbeln?

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Statistik

04

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Statistik

Geschlecht	
Männlich	49%
Weiblich	51%
Alter	
16-21 Jahre	8%
22-34 Jahre	18%
35-54 Jahre	31%
55 Jahre und älter	43%
Schulabschluss	
Kein allgemeiner Schulabschluss	1%
Volks-/Hauptschule	15%
Real-/Fach-/Handelsschule	36%
Fachhochschulreife / Abitur	24%
Abgeschlossenes Studium FH/Uni	24%

Haushaltsnettoeinkommen	
Bis unter 500 Euro	2%
500 bis unter 750 Euro	3%
750 bis unter 1.000 Euro	6%
1.000 bis unter 1.250 Euro	6%
1.250 bis unter 1.500 Euro	6%
1.500 bis unter 1.750 Euro	5%
1.750 bis unter 2.000 Euro	7%
2.000 bis unter 2.250 Euro	7%
2.250 bis unter 2.500 Euro	7%
2.500 bis unter 3.500 Euro	17%
3.500 bis unter 5.000 Euro	16%
5.000 Euro und mehr	7%
Keine Angabe	11%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)
Statistik

Verbraucherindex – Frühjahr 2020

Statistik

Haushaltsgröße	
1 Person	29%
2 Personen	40%
3 Personen	14%
4 Personen und mehr	17%

Kinder unter 18 Jahren im Haushalt	
Ja	22%
Nein	78%

Berufstätigkeit	
Ja, voll berufstätig	39%
Ja, teilweise berufstätig	15%
Nein, vorübergehend arbeitslos	5%
Nein, Rentner(in) oder Pensionär(in)	27%
Nein, zur Zeit in Elternzeit	0%
Nein, Hausfrau/-mann	5%
Nein, in Ausbildung	2%
Nein, Schüler(in) oder Student(in)	7%

Berufsgruppe (Basis: Berufstätige, N = 1.096)	
Arbeiter/in	15%
Angestellte/r	70%
Beamter/in	4%
Selbständig bzw. freiberuflich tätig	11%
Mithelfende/r Familienangehörige/r	0%

Bundesland	
Schleswig-Holstein	3%
Hamburg	2%
Niedersachsen	10%
Bremen	1%
Nordrhein-Westfalen	22%
Hessen	7%
Rheinland-Pfalz	5%
Baden-Württemberg	13%
Bayern	16%
Saarland	1%
Berlin	4%
Brandenburg	3%
Mecklenburg-Vorpommern	2%
Sachsen	5%
Sachsen-Anhalt	3%
Thüringen	3%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)
Statistik

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Daniel Knellesen
Unternehmenskommunikation
Creditplus Bank AG
Augustenstr. 7
70178 Stuttgart

Tel: 0711 6606-8764
E-Mail: Daniel.Knellesen@creditplus.de

www.creditplus.de