

Creditplus

VERBRAUCHERINDEX HERBST 2019

Dr. Johanna Wehn

September 2019

Verbraucherindex – Herbst 2019

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 31.12.2017) auf Grundlage des Zensus 2011 zugrunde gelegt.

Befragungszeitraum: August/September 2019

Verbraucherindex – Herbst 2019

Kernergebnisse der Befragung

Der Creditplus-Verbraucherindex: Deutlicher Rückgang der Konsumfreude unter den Verbrauchern

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 Aufwärtstrend des Creditplus-Verbraucherindex ist im Herbst 2019 gestoppt. Er fällt um 3,6 Punkte beinahe auf das Ausgangsniveau zurück (S. 11). Die Deutschen blicken in diesem Herbst weiterhin optimistisch in die Zukunft (S. 12). Ihre Konsumfreude ist jedoch spürbar zurückgegangen, insbesondere weil der Anteil der Sparer mit Konsummöglichkeiten angestiegen ist (S. 17). Das Anschaffungspotenzial ist hingegen nahezu unverändert (S. 22).

Zukunftserwartung: Lebensstandard und Einkommen der nächsten Monate

Drei Viertel der Deutschen sind im Hinblick auf ihren Lebensstandard in den kommenden Monaten optimistisch (S. 12). Mit einem Anteil von 83 Prozent und mehr zeigt sich dieser Optimismus vor allem bei jüngeren Bundesbürgern unter 35 Jahren. Am wenigsten sorgen sich Besserverdiener mit einem Haushaltseinkommen ab 3.500 Euro um ihre finanzielle Zukunft (S. 13). Rentner, niedrig Gebildete und Singles gehören dagegen eher zu den pessimistischen Bevölkerungsgruppen. Sie befürchten vergleichsweise häufig eine negative Entwicklung ihres zukünftigen Lebensstandards (S. 14).

Verbraucherindex – Herbst 2019

Kernergebnisse der Befragung

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Lust auf Konsum und die finanziellen Möglichkeiten

Deutsche Konsumenten zeigen sich seltener als in den Vorjahren, aber insgesamt nach wie vor konsumfreudig. 63 Prozent geben gerne Geld aus (Anschaffungsneigung) (S. 17). Am stärksten ist die Konsumfreude im Alter von 22 bis 34 Jahren (S. 18) und wenn Kinder im Haushalt leben. Rentner sind dagegen eher Konsummuffel (S. 19).

Allerdings können sich längst nicht alle den Konsum leisten (Anschaffungsmöglichkeit): Knapp jeder zweite Bundesbürger würde gerne mehr Geld ausgeben, wenn er die Möglichkeit dazu hätte. Die Gruppe der „Eingeschränkten Konsumenten“ bildet somit weiterhin den größten Teil in der Bevölkerung. Nur 17 Prozent verfügen über ausreichend finanzielle Möglichkeiten, um ihre Konsumbedürfnisse uneingeschränkt befriedigen zu können. Umgekehrt könnte jeder Vierte konsumieren, wenn er denn die Neigung dazu hätte (S. 16).

Anschaffungspotenzial: Der Sparstrumpf für unerwartete Ausgaben

Das Anschaffungspotenzial der Deutschen stagniert nahezu auf dem hohen Niveau vom Frühjahr 2019 (S. 22). Dennoch würden drei von zehn Bundesbürgern an finanzielle Grenzen stoßen, wenn eine unerwartete Ausgabe auf sie zukommt. Unverändert stünden jedem Fünften für solche ungeplanten Belastungen weniger als 625 Euro zur Verfügung. Etwa jeder Zehnte verfügt sogar über gar keine Rücklagen (S. 21). Am besten sind unverändert Akademiker und voll Berufstätige auf unerwartete Ausgaben vorbereitet (S. 24).

Verbraucherindex – Herbst 2019

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 Herbst sind deutsche Verbraucher mit ihren Anschaffungsplänen deutlich zurückhaltender als vor einem halben Jahr. 55 Prozent der Deutschen haben in den nächsten drei Monaten eine oder mehrere größere Anschaffungen geplant (-6 Prozentpunkte; S. 31). Dadurch sinkt das Ausgabepotenzial von 2,46 auf 2,13 Punkte (S. 28). Der gleichzeitig sinkende Verbraucherindex lässt den Creditplus-Branchenindex von 101,4 auf 92,7 Punkte fallen. Er liegt damit deutlich unter dem Niveau der letzten zweieinhalb Jahre (S. 29).

Kaufabsichten: Neuanschaffungen der nächsten Monate

Nach wie vor stehen neue Möbel bei den Konsumenten an erster Stelle der geplanten Anschaffungen (S. 32). Besonders hoch ist die Nachfrage wieder nach Wohn- und Schlafzimmermöbeln (S. 33). Jeder dritte Möbelkäufer plant dafür nicht mehr als 625 Euro ein. Deutlich größer ist das Budget beim Kauf eines Autos. Die Hälfte der Autokäufer rechnet mit einem Anschaffungsbetrag von mindestens 12.500 Euro (S. 34). Ein Neuwagen wird dabei eindeutig bevorzugt (S. 33).

Eine Reise möchte sich jeder Vierte in den nächsten drei Monaten leisten (S. 30). Dieser Wunsch ist im Vergleich zum Frühjahr am deutlichsten zurückgegangen (S. 32).

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 – Herbst 2019

Kernergebnisse der Befragung

Nutzung der Facebook-Währung Libra: Für ein Viertel der Deutschen vorstellbar

Die für 2020 von Facebook angekündigte digitale Währung Libra würde ein Viertel der Deutschen nutzen (S. 39). Vor allem für Jüngere kommt Libra als Zahlungsmittel in Frage (S. 40). Die Mehrheit der Bundesbürger lehnt die Nutzung allerdings ab – aus Misstrauen gegenüber dem Technologie-Giganten (42%) oder weil nur staatlich kontrollierten Währungen vertraut wird (31%; S. 39).

Nutzung digitaler Sprachassistenten: Ein Fünftel hat keine Sicherheitsbedenken

Rund jeder siebte Deutsche nutzt einen Sprachassistenten und wird ihn auch weiterhin ohne Sicherheitsbedenken einsetzen. Weitere sieben Prozent würden ihn unabhängig von Sorgen um die Sicherheit gern zukünftig nutzen (S. 41). vier Prozent der Bundesbürger und immerhin neun Prozent der Jüngeren planen hingegen aus Sorge vor Sicherheitslücken die Abschaffung des vorhandenen Geräts (S. 42).

E-Roller: Große Neugier auf die Nutzung

Jeder Zehnte ist schon einmal mit einem E-Roller gefahren, meist einmalig zum Spaß. Mehr als jeder Vierte würde die kürzlich für den Straßenverkehr zugelassenen Tretroller gern einmal ausprobieren (S. 43). Besonders beliebt ist das Fortbewegungsmittel unter Jüngeren: Knapp ein Viertel der unter 35-Jährigen hat es schon einmal genutzt, knapp jeder Zehnte fährt es sogar regelmäßig (S. 44).

Alle Jahre wieder: Knapp die Hälfte der Deutschen kauft einen Weihnachtsbaum

Knapp die Hälfte der Deutschen kauft zu Weihnachten einen Tannenbaum, bevorzugt beim Weihnachtsbaumhändler oder einer Baumschule (S. 45). Besonders beliebt sind die Tannen in Haushalten mit Kindern – drei Viertel nutzen einen echten Baum (S. 46). Jeder dritte Deutsche feiert ohne Weihnachtsbaum, jeder fünfte blickt auf einen Plastikbaum (S. 45).



Agenda

Verbraucherindex – Herbst 2019

- Der Creditplus-Verbraucherindex**
 - Zukunftserwartung
 - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
 - Anschaffungspotenzial

- Der Creditplus-Branchenindex**
 - Kaufabsichten
 - Ausgabepotenzial
 - Kreditfinanzierung

- Zusatzfragen**
 - Bezahlung mit der Facebook-Währung Libra
 - Nutzung digitaler Sprachassistenten
 - Einsatz von E-Rollern
 - Weihnachtsbaumkauf

- Statistik**

Verbraucherindex – Herbst 2019

Der Creditplus-Verbraucherindex

-
- Zukunftserwartung
 - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
 - Anschaffungspotenzial

01

Verbraucherindex – Herbst 2019

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? Und 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 – Herbst 2019

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

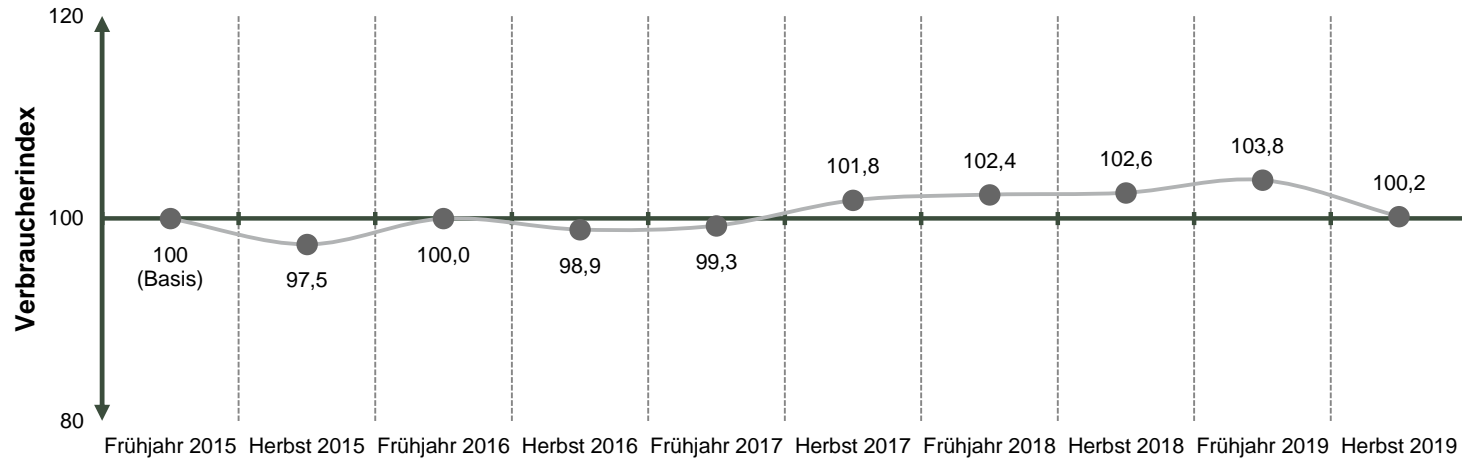
Das aktuelle Konsumklima errechnet sich über die Addition der aus den drei Variablen gebildeten Mittelwerten:

$$1,83 + 1,68 + 2,00 = 5,51$$

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

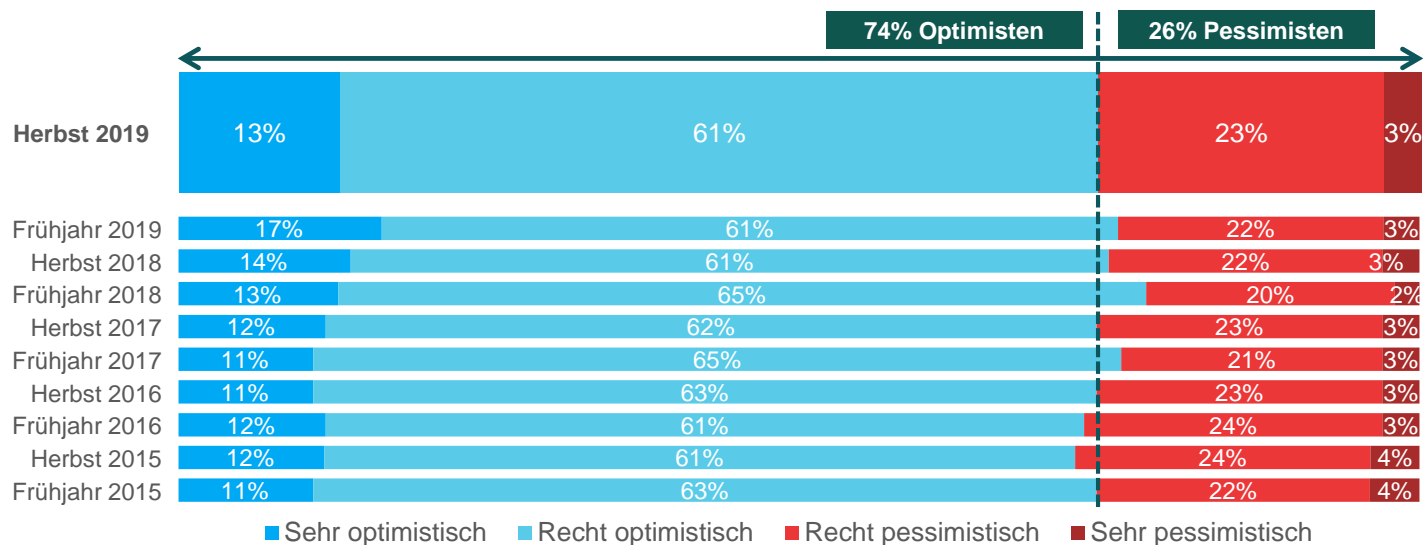
Verbraucherindex – Herbst 2019

Der Creditplus-Verbraucherindex fällt deutlich.



Verbraucherindex – Herbst 2019

Zukunftserwartung: Drei Viertel der Deutschen sind im Hinblick auf ihren Lebensstandard in den kommenden Monaten optimistisch.

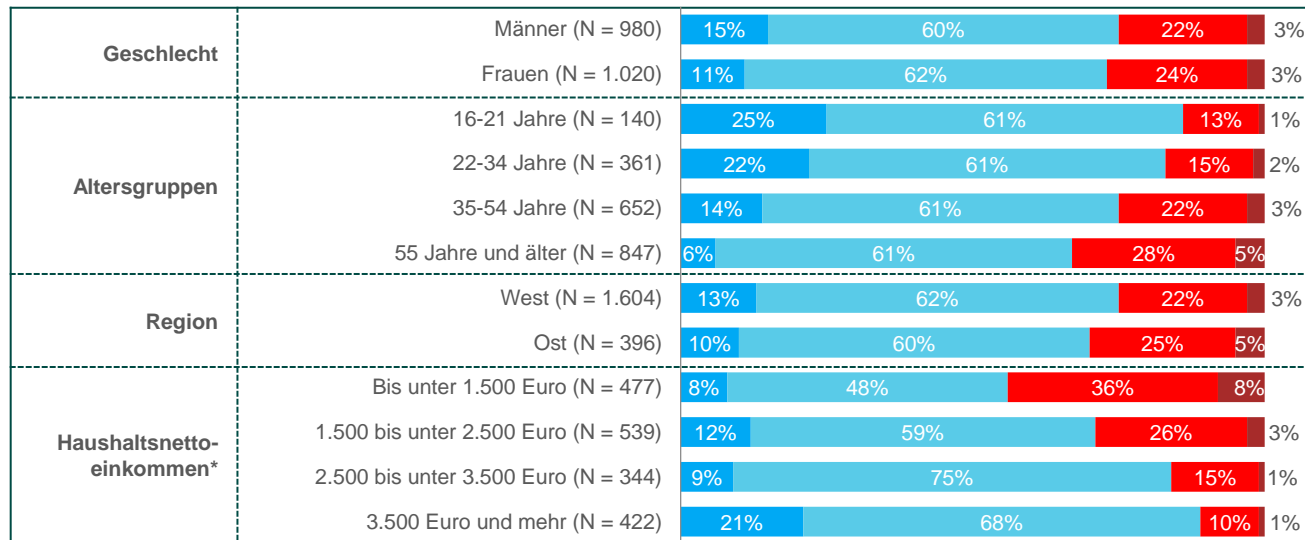


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

Zukunftserwartung: Mit zunehmendem Alter steigen die Sorgen, dass sich der Lebensstandard verschlechtert.



Optimisten	Pessimisten
75%	25%
73%	27%
86%	14%
83%	17%
75%	25%
67%	33%
75%	25%
70%	30%
56%	44%
71%	29%
84%	16%
89%	11%

*ohne „Keine Angabe“ (N = 218)

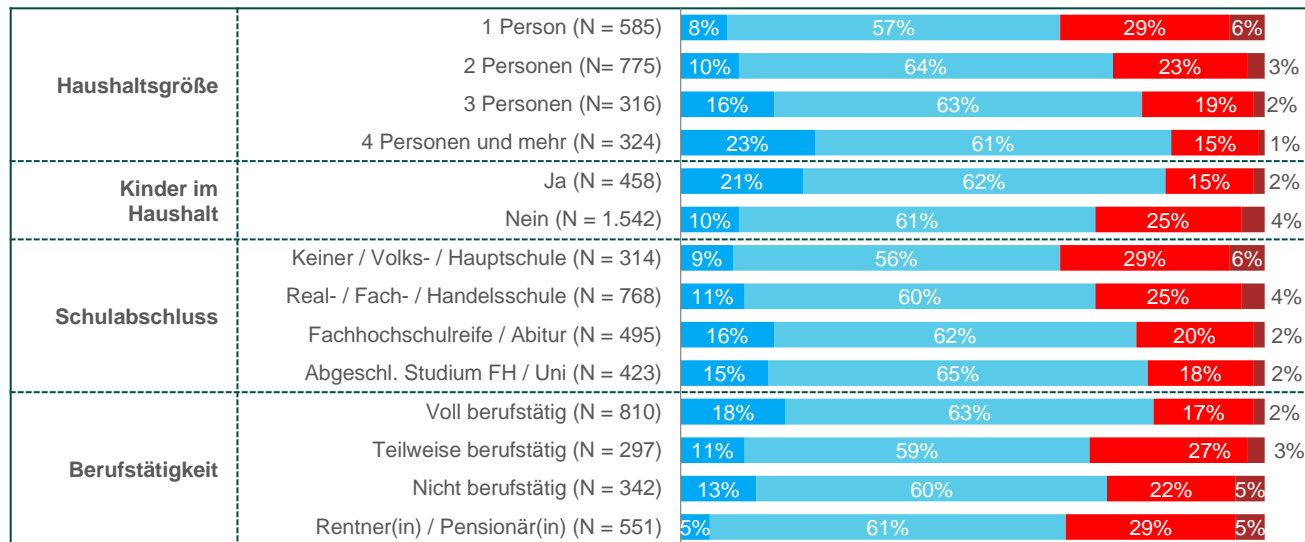
■ Sehr optimistisch ■ Recht optimistisch ■ Recht pessimistisch ■ Sehr pessimistisch

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 – Herbst 2019

Zukunftserwartung: Singles, niedrig Gebildete und Rentner erwarten tendenziell etwas häufiger eine negative Entwicklung ihres zukünftigen Lebensstandards.



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

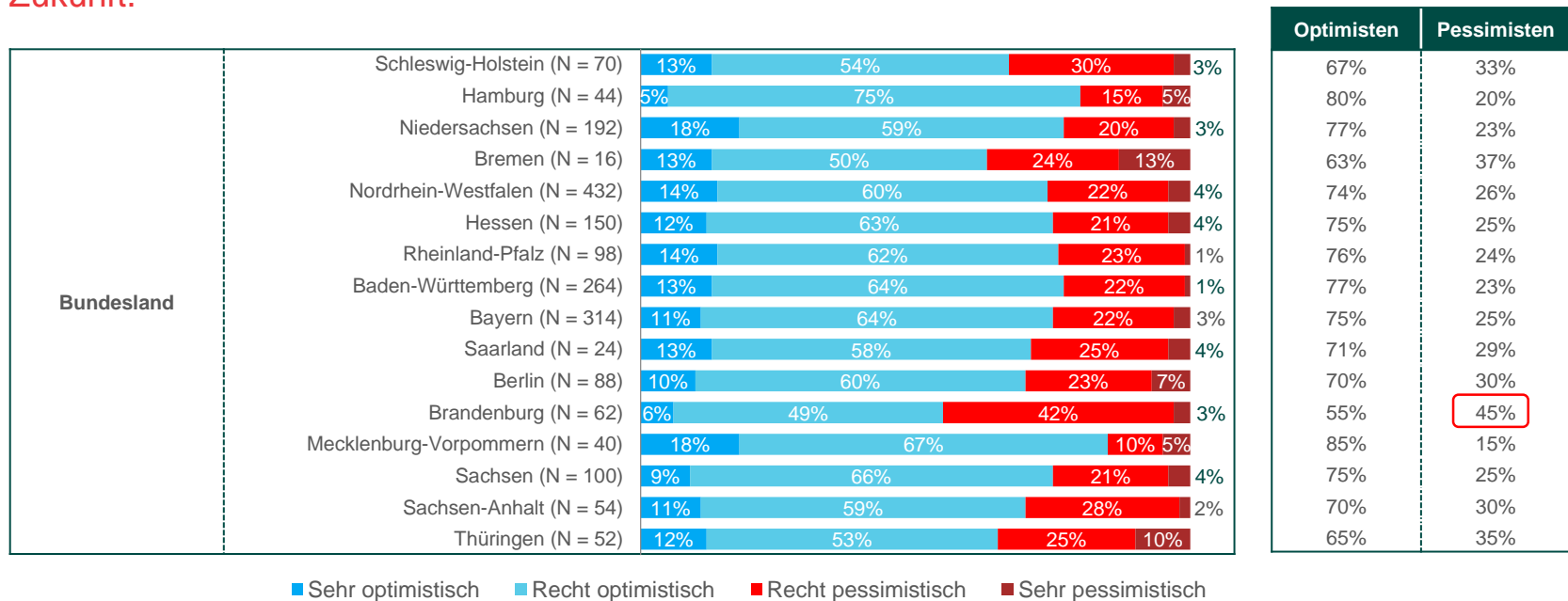
Optimisten	Pessimisten
65%	35%
74%	26%
79%	21%
84%	16%
83%	17%
71%	29%
65%	35%
71%	29%
78%	22%
80%	20%
81%	19%
70%	30%
73%	27%
66%	34%

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 – Herbst 2019

Zukunftserwartung: Am häufigsten machen sich Brandenburger Sorgen um ihre finanzielle Zukunft.

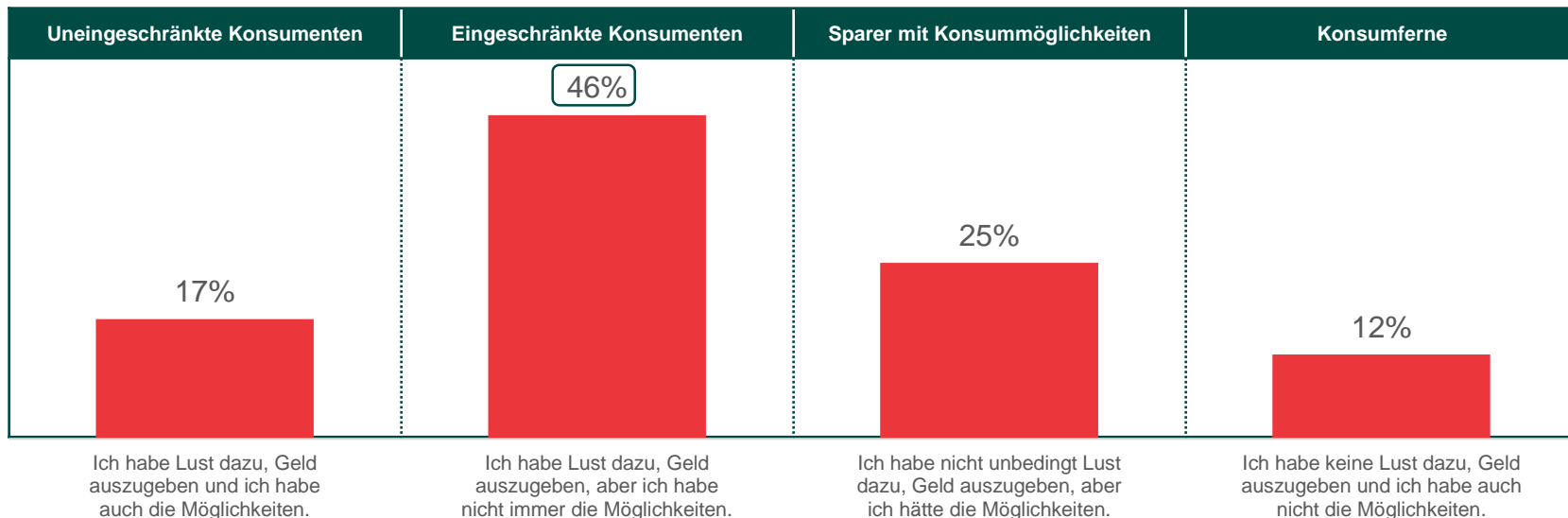


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Knapp jeder zweite Bundesbürger würde gerne mehr Geld ausgeben, wenn er die Möglichkeit dazu hätte.

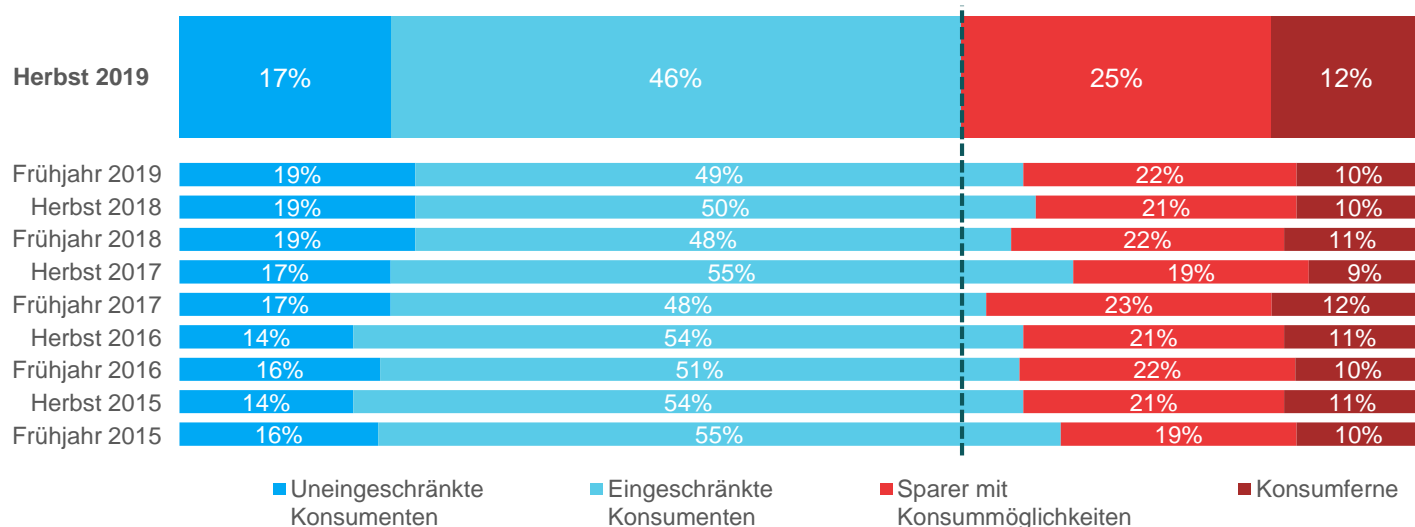


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Deutsche zeigen sich weiterhin konsumfreudig, obwohl der Anteil den niedrigsten Wert seit Beginn der Erhebungen aufweist.

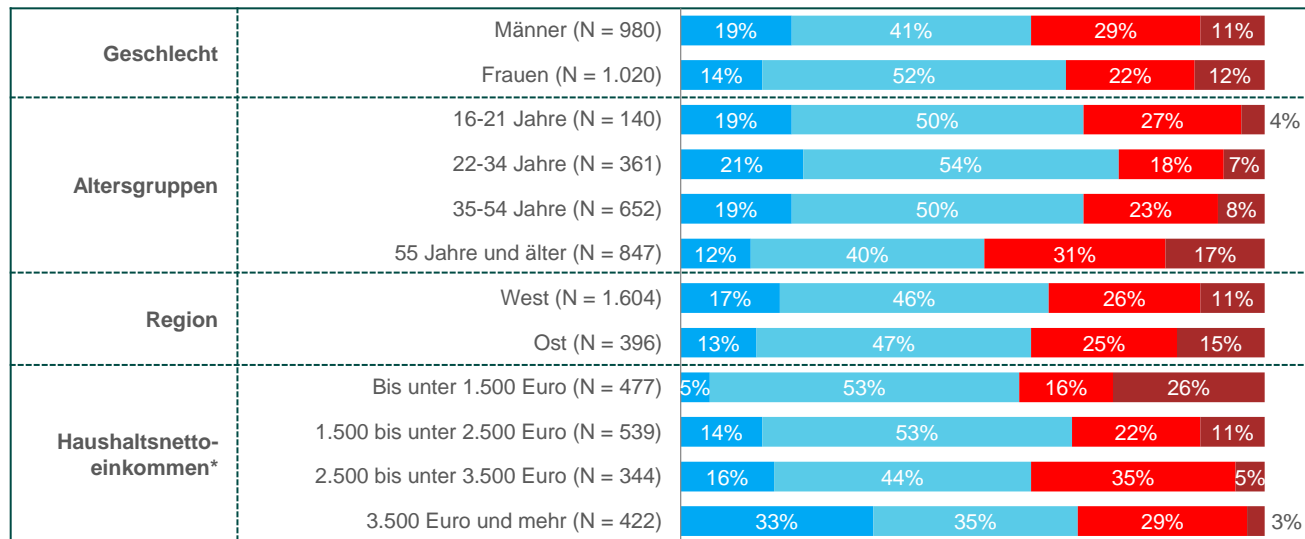


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

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



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
60%	48%
66%	36%
69%	46%
75%	39%
69%	42%
52%	43%
63%	43%
60%	38%
58%	21%
67%	36%
60%	51%
68%	62%

*ohne „Keine Angabe“ (N = 218)

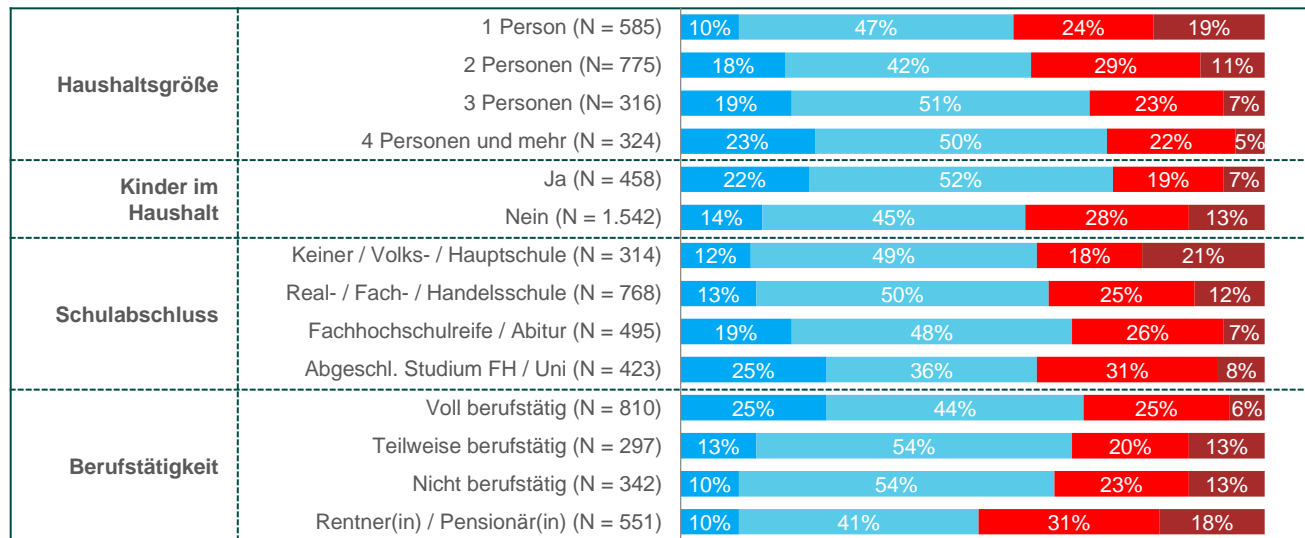
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

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



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
57%	34%
60%	47%
70%	42%
73%	45%
74%	41%
59%	42%
61%	30%
63%	38%
67%	45%
61%	56%
69%	50%
67%	33%
64%	33%
51%	41%

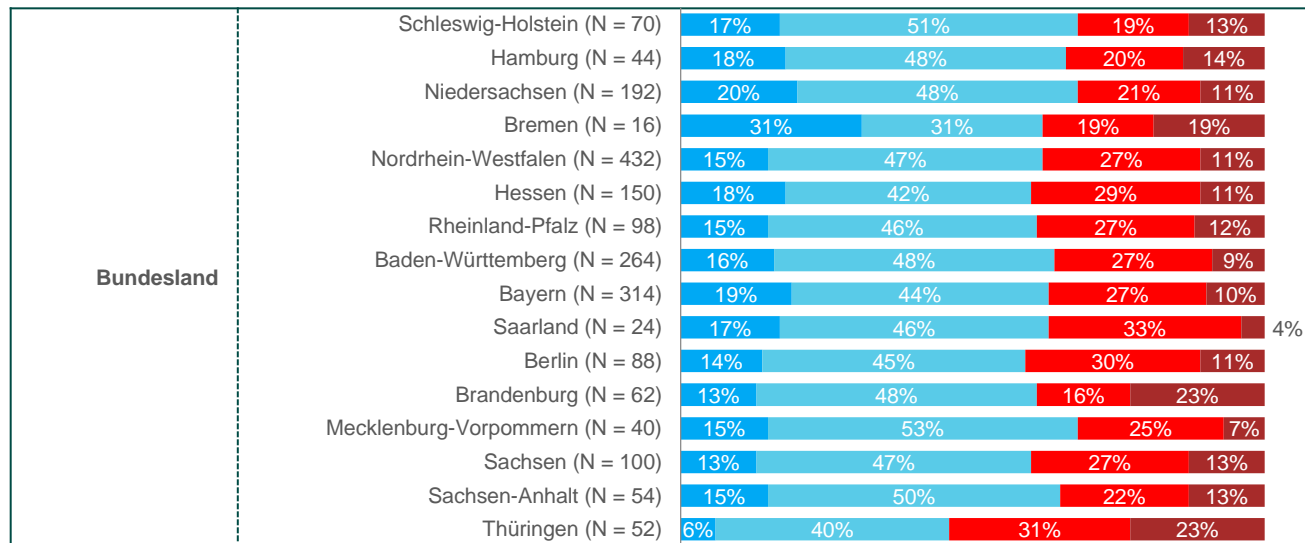
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Schleswig-Holsteiner geben vergleichsweise gern Geld aus, obwohl sie vergleichsweise selten die Möglichkeit dazu haben.



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
68%	36%
66%	38%
68%	41%
62%	50%
62%	42%
60%	47%
61%	42%
64%	43%
63%	46%
63%	50%
59%	44%
61%	29%
68%	40%
60%	40%
65%	37%
46%	37%

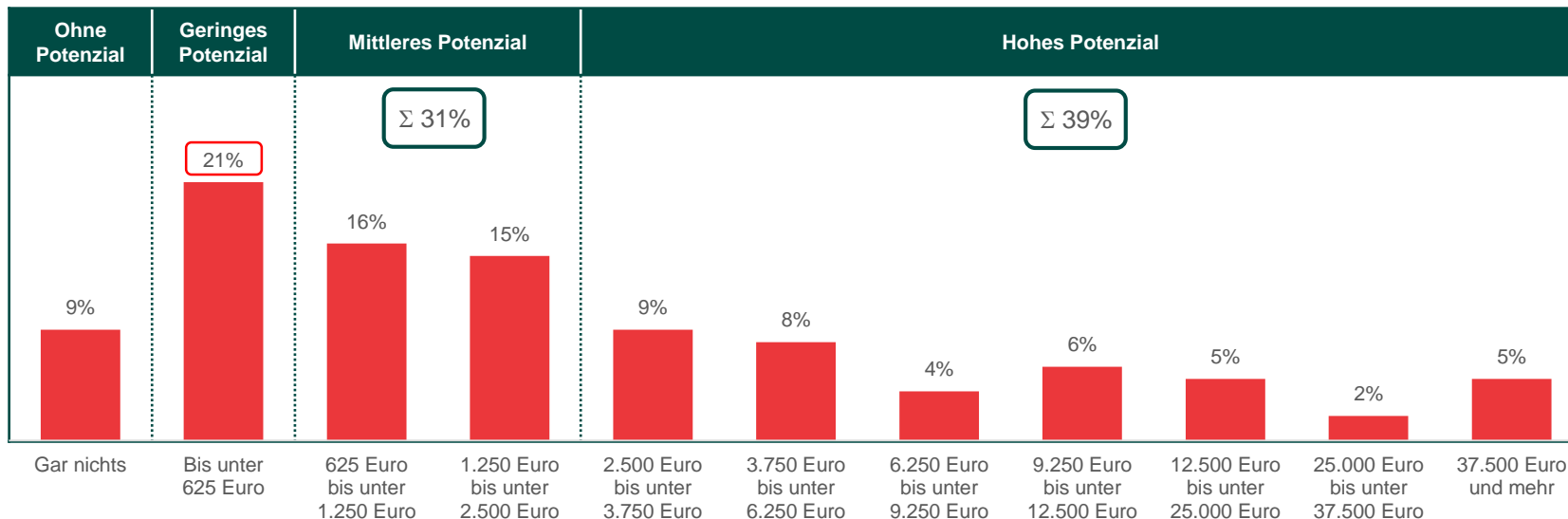
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

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

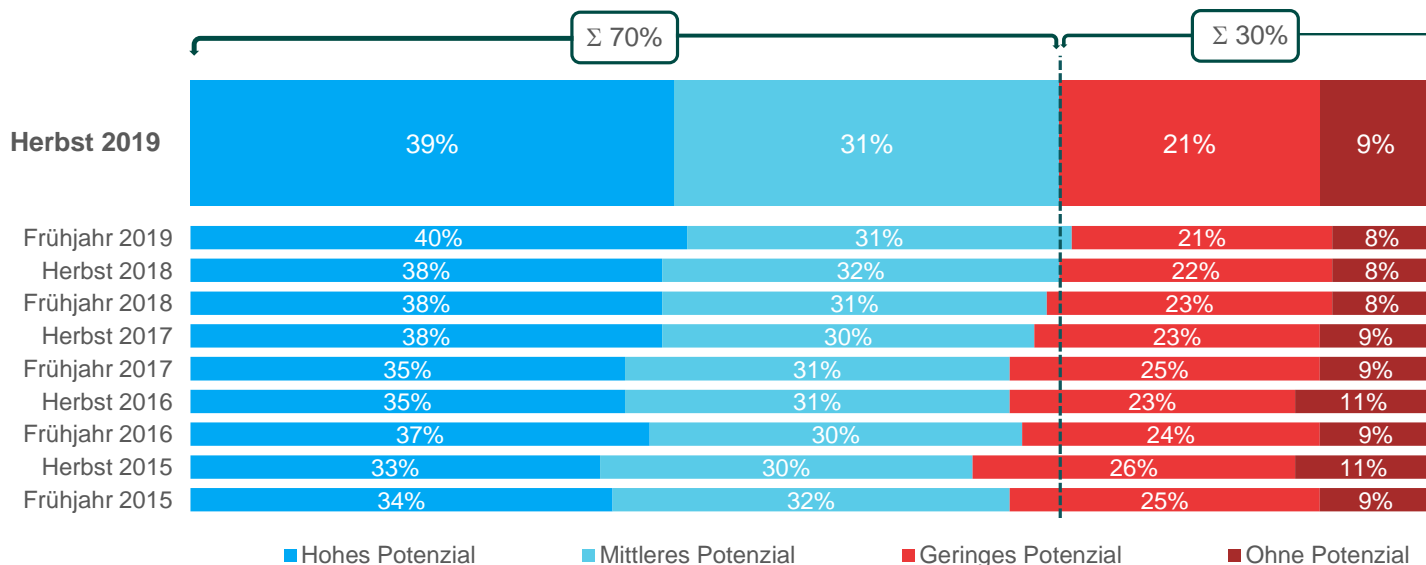


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 – Herbst 2019

Anschaffungspotenzial: Das Anschaffungspotenzial der Deutschen stagniert im Herbst 2019 auf hohem Niveau.

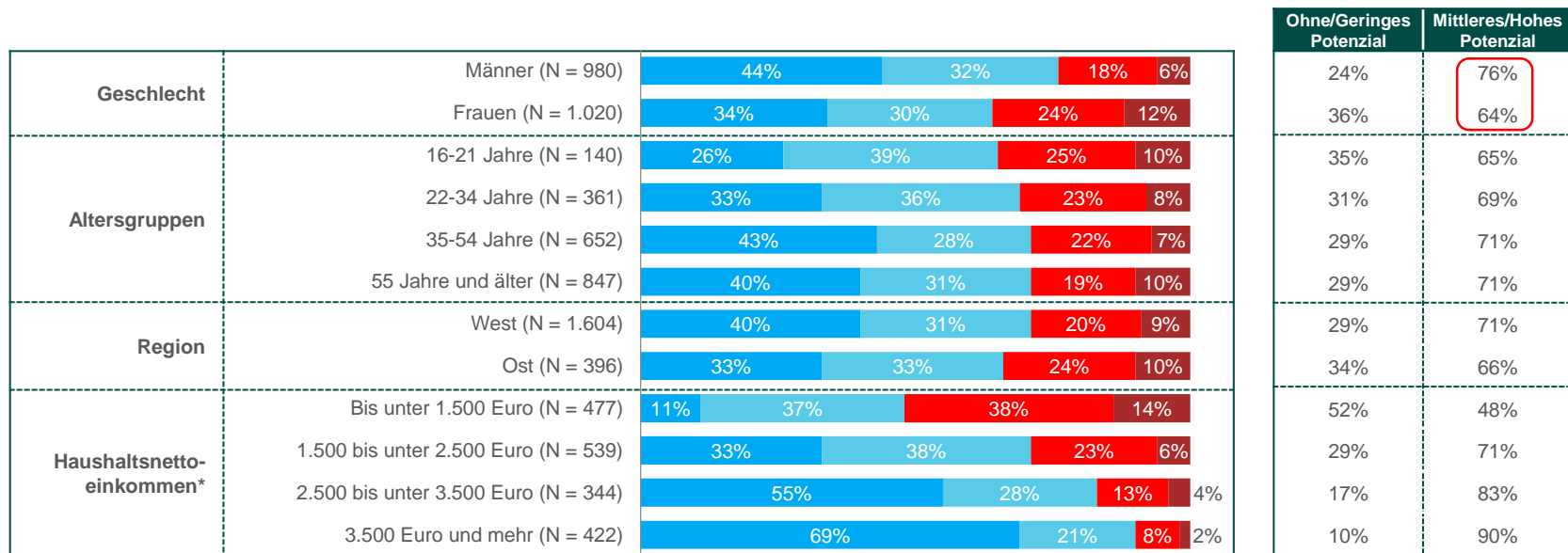


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 – Herbst 2019

Anschaffungspotenzial: Männern steht mehr Geld zur Verfügung als Frauen.



*ohne „Keine Angabe“ (N = 218)

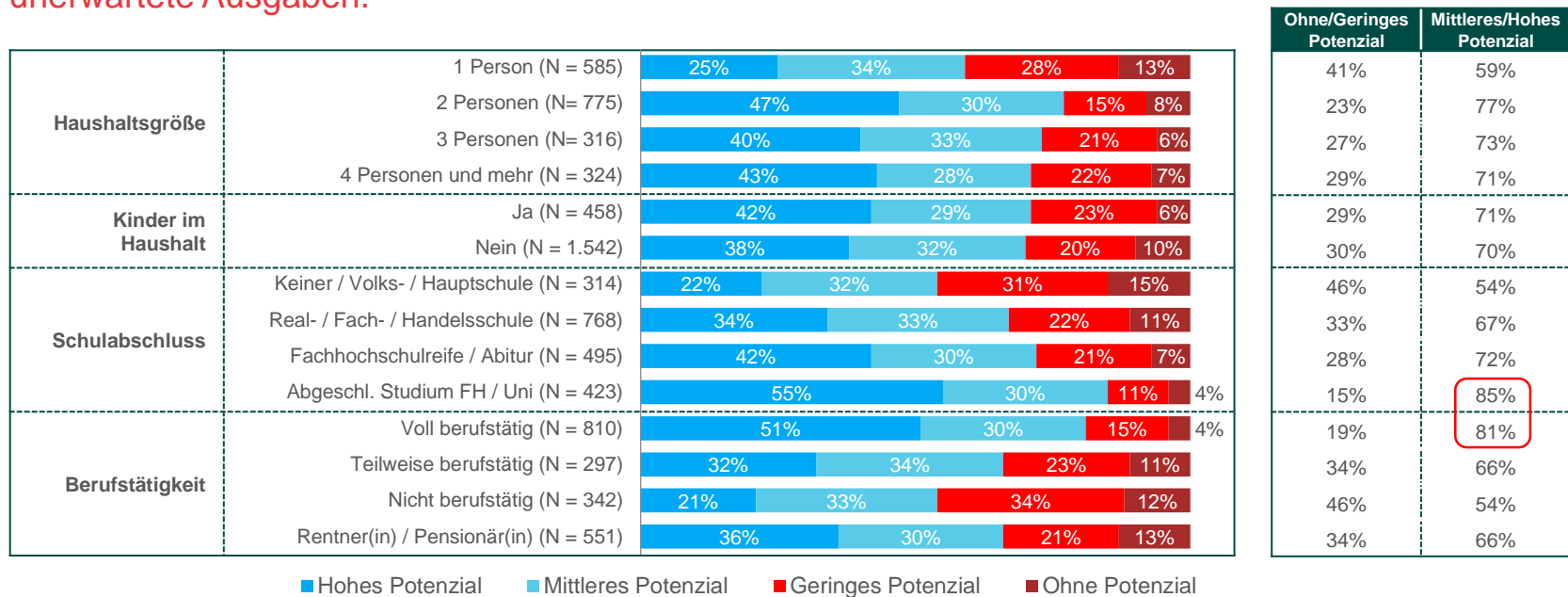
■ Hohes Potenzial ■ Mittleres Potenzial ■ Geringes Potenzial ■ Ohne Potenzial

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 – Herbst 2019

Anschaffungspotenzial: Akademiker und voll Berufstätige haben die meisten Rücklagen für unerwartete Ausgaben.

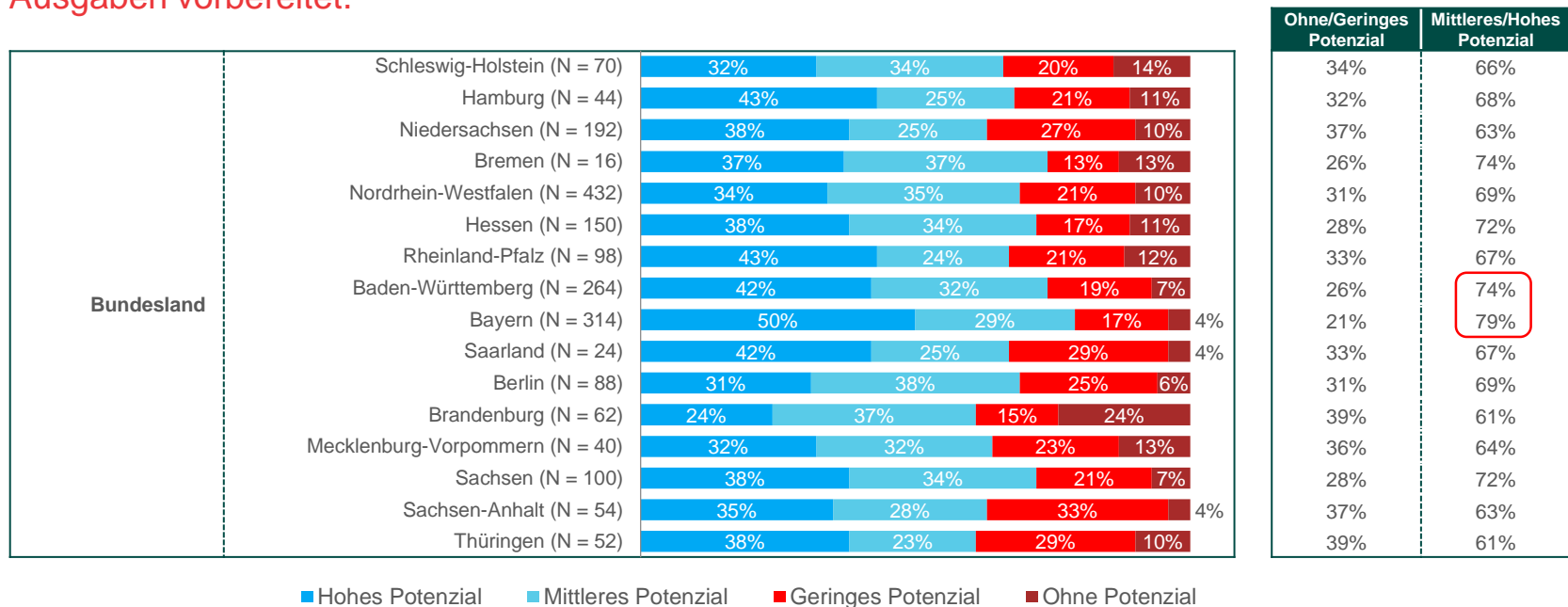


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 – Herbst 2019

Anschaffungspotenzial: Befragte aus Süddeutschland sind besonders gut 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 – Herbst 2019

Der Creditplus-Branchenindex

-
- Kaufabsichten
 - Ausgabepotenzial
 - Kreditfinanzierung

02

Verbraucherindex – Herbst 2019

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 auf bestimmte Produktkategorien abbilden.

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 10):

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 – Herbst 2019

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 (2,13) und Verbraucherindex (5,51).

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	0,08
Möbel	0,63
Elektrogerät	0,43
Reise	0,62
Ausgabepotenzial gesamt	2,13



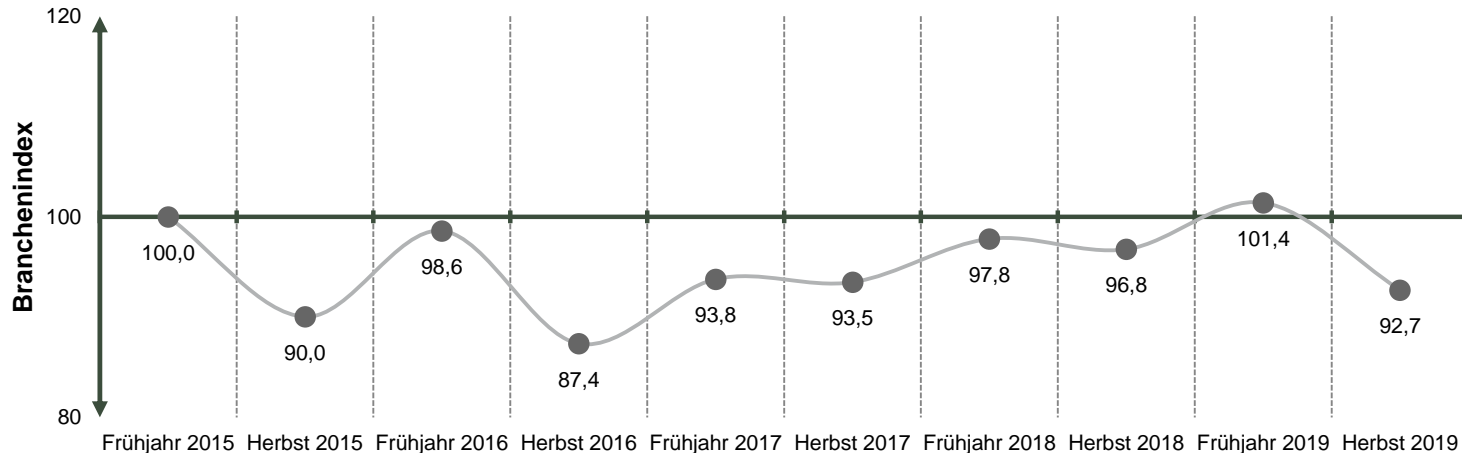
$$\text{Konsumneigung} = \sqrt{2,13 * 5,51} = 3,43$$

Verbraucherindex – Herbst 2019

Der Creditplus-Branchenindex

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

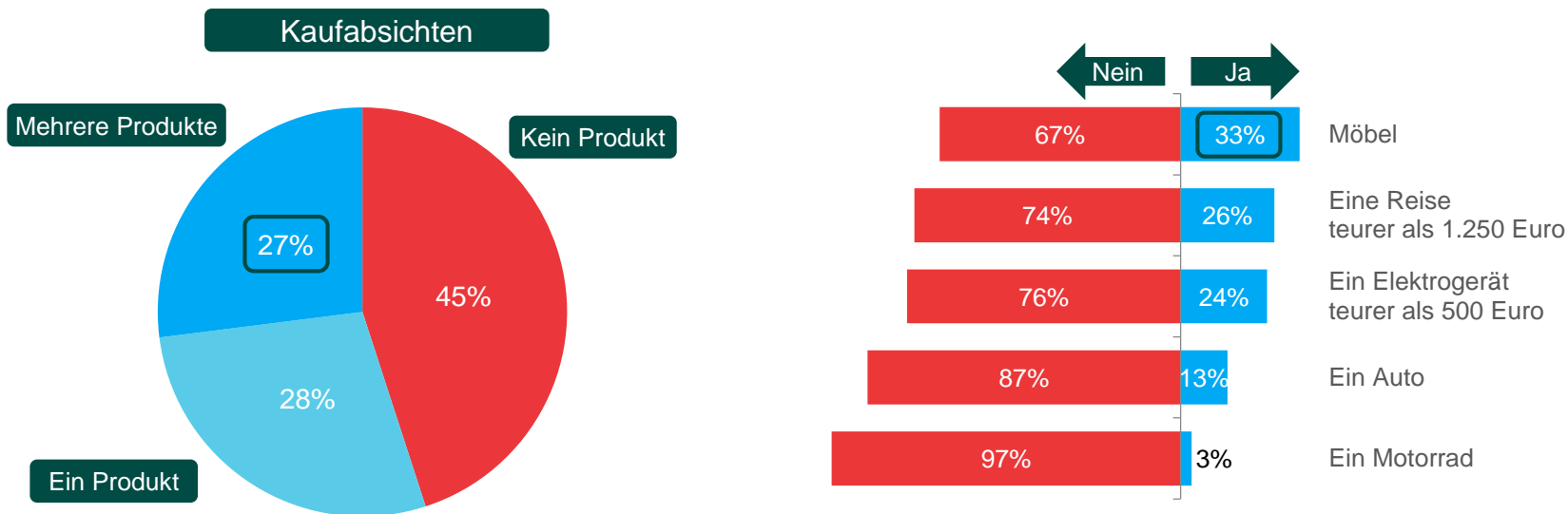
Im weiteren Verlauf bedeutet ein Wert > 100 eine positive Entwicklung der Konsumneigung. Mit einem Wert < 100 wird dagegen eine negative Entwicklung angezeigt.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)
Branchenindex: Kaufabsicht (Frage 4), Ausgabepotenzial (Frage 6)

Verbraucherindex – Herbst 2019

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



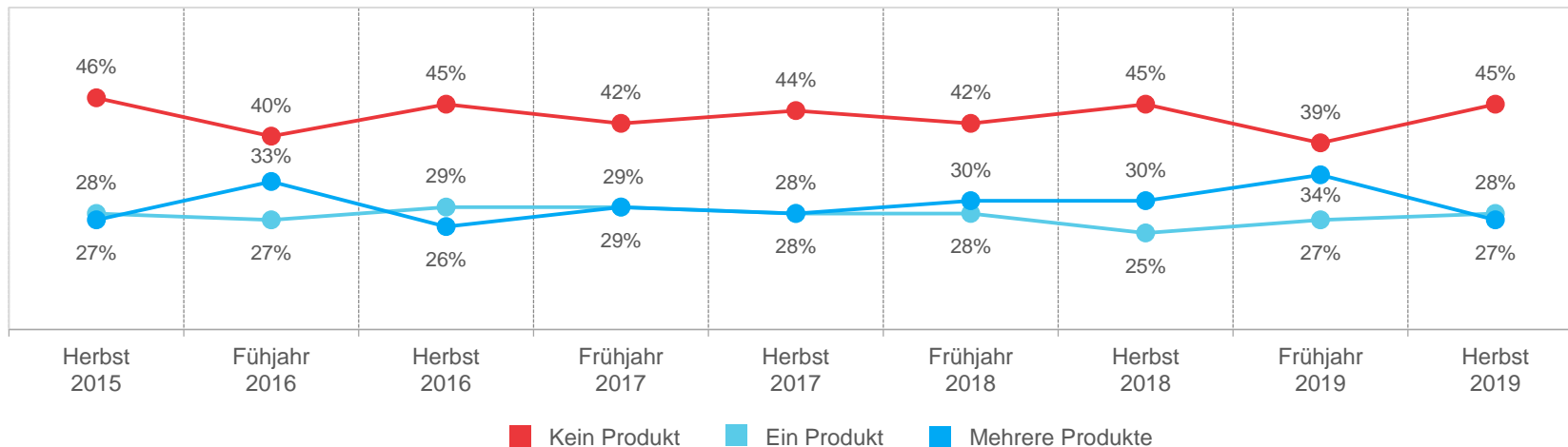
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 4. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Dingen jeweils, ob Sie beabsichtigen, diese in den nächsten 3 Monaten zu kaufen.

Verbraucherindex – Herbst 2019

Kaufabsichten: Wie in den Vorjahren sind die Deutschen im Herbst mit ihren Anschaffungsplänen etwas zurückhaltender als im Frühjahr. Der Anteil derer, die mehrere Produkte kaufen wollen, sinkt auf den niedrigsten Wert seit drei Jahren.

Kaufabsichten



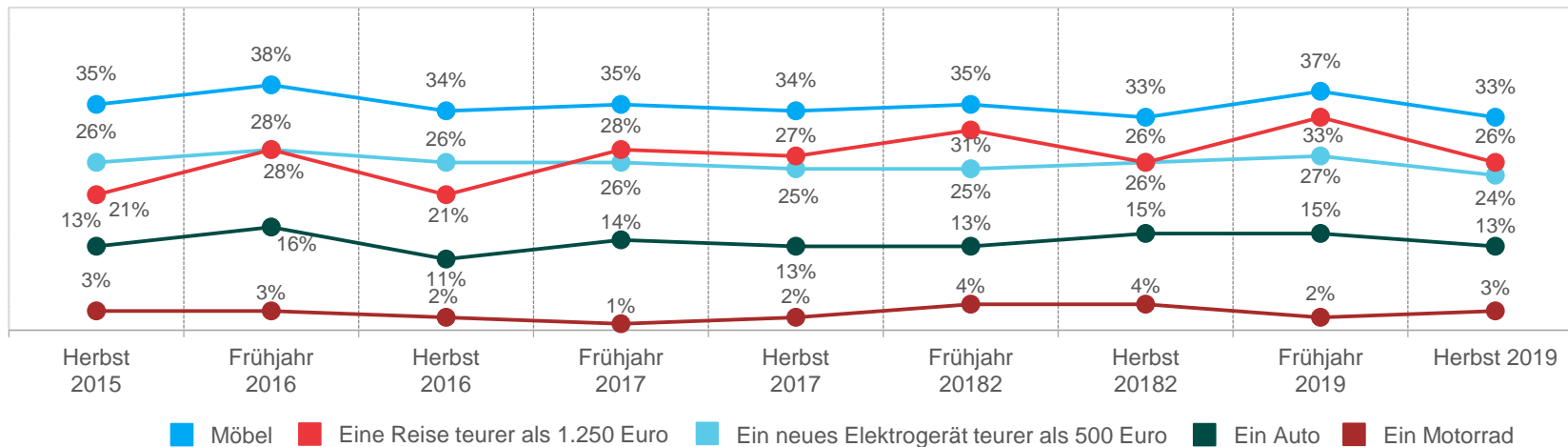
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 4. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Dingen jeweils, ob Sie beabsichtigen, diese in den nächsten 3 Monaten zu kaufen.

Verbraucherindex – Herbst 2019

Kaufabsichten: Die Nachfrage nach Möbeln ist nach wie vor am höchsten. Das Vorhaben, Reisen teurer als 1.250 Euro zu buchen, ist im Vergleich zum Frühjahr wieder deutlich gesunken.

Geplante Anschaffungen



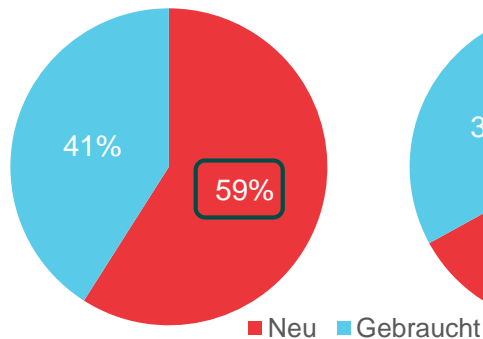
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 4. Bitte sagen Sie mir zu den folgenden Dingen jeweils, ob Sie beabsichtigen, diese in den nächsten 3 Monaten zu kaufen.

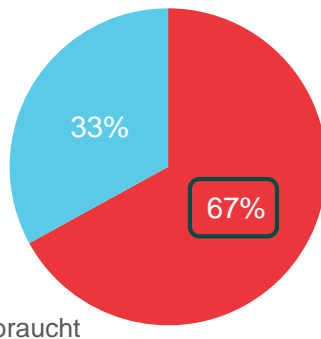
Verbraucherindex – Herbst 2019

Kaufabsichten: Beim Kauf eines Autos bevorzugen sechs von zehn deutschen Verbrauchern ein neues Modell, beim Motorrad zwei Drittel. Wohnzimmermöbel sind am stärksten gefragt.

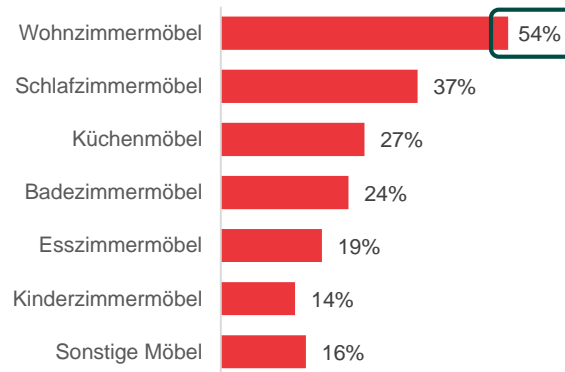
Autokauf geplant



Motorradkauf geplant



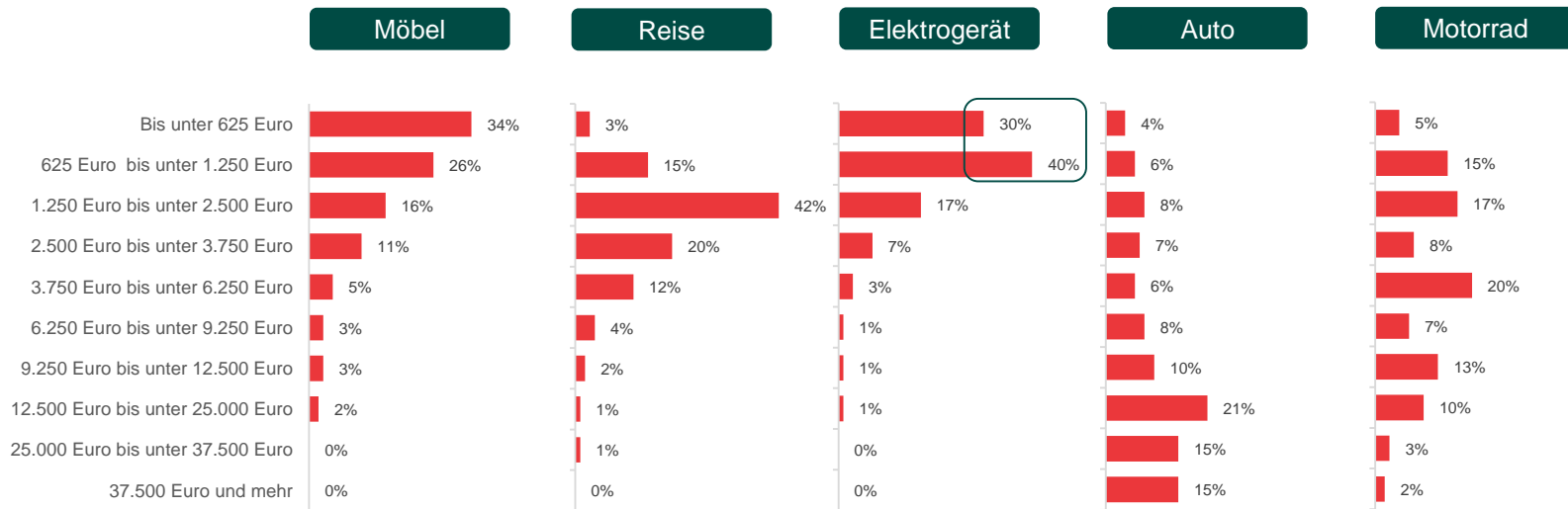
Möbelkauf geplant



Basis: Autokauf / Motorradkauf / Möbelkauf geplant, N = 262 / N = 60 / N = 664 (Auto-, Motorradkauf: Einfachnennung, Möbelkauf: Mehrfachnennung)
Frage 5. Möchten Sie ein neues oder ein gebrauchtes Auto / Motorrad kaufen? / Welche Möbel möchten Sie kaufen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Ausgabepotenzial: Sieben von zehn potenziellen Käufern eines größeren Elektrogeräts planen mit einem Anschaffungsbetrag von unter 1.250 Euro.



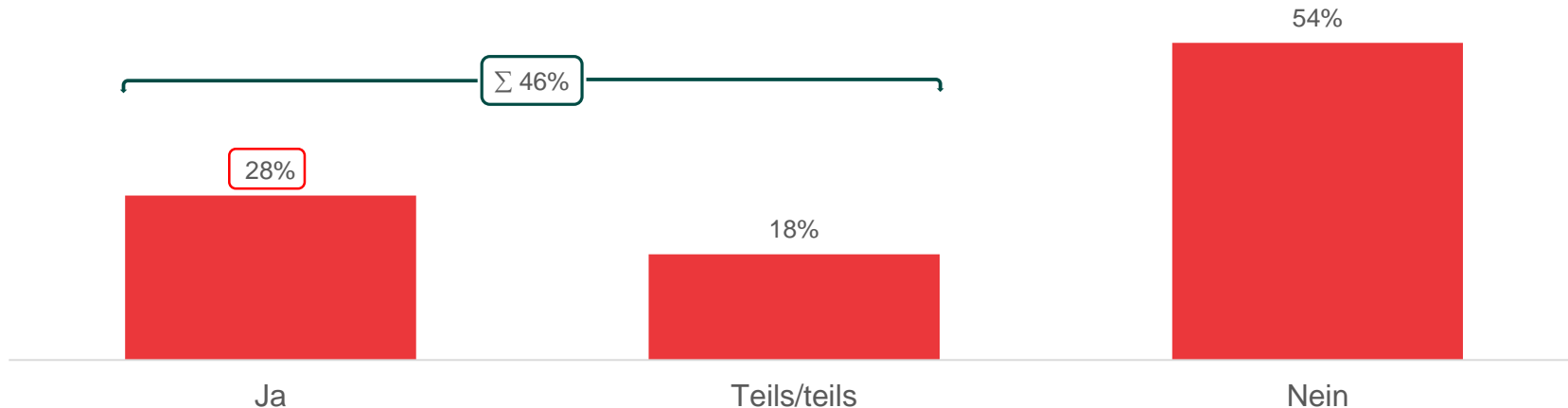
Basis: Möbelkauf / Reise / Elektrogerätekauf / Autokauf / Motorradkauf geplant, N = 664 / N = 523 / N = 474 / N = 262 / N = 60 (Einfachnennung)

Frage 6. 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 – Herbst 2019

Kreditfinanzierung: Für knapp die Hälfte der deutschen Konsumenten, die eine Anschaffung geplant haben, ist eine Kreditfinanzierung vorstellbar.

Bereitschaft zur Kreditfinanzierung

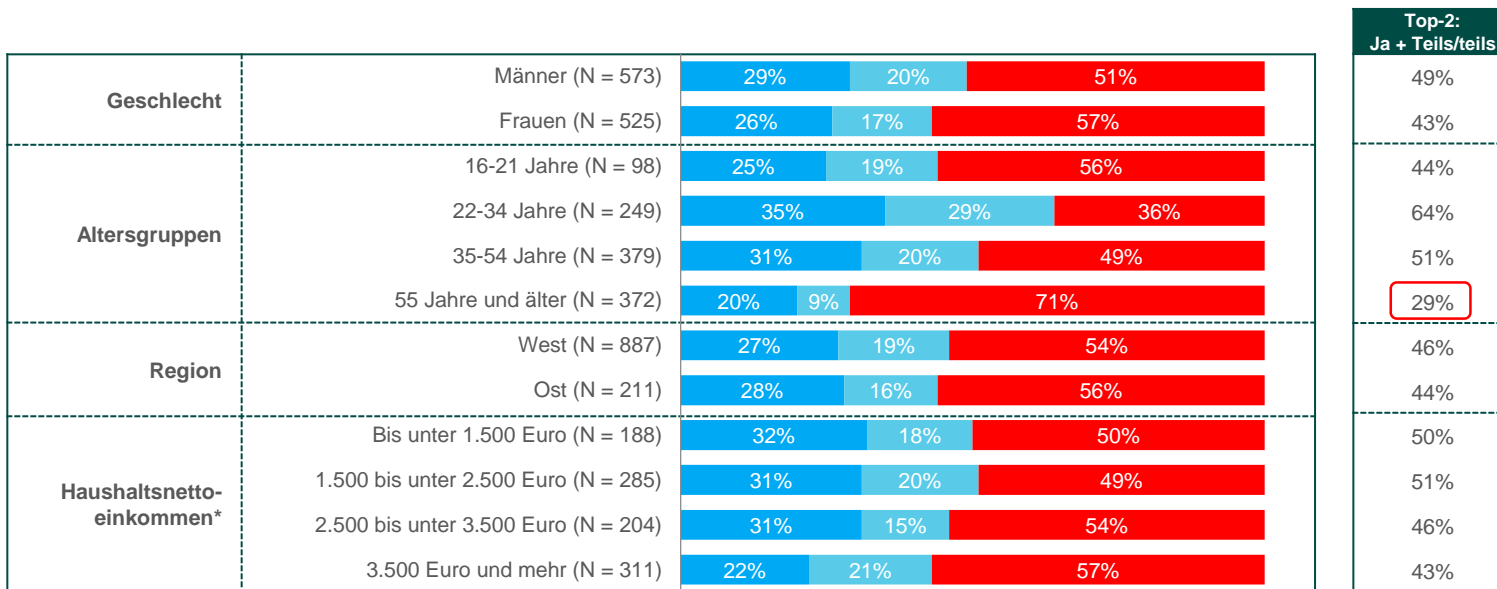


Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.098 (Einfachnennung)

Frage 7. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Kreditfinanzierung: Für Ältere kommt eine Kreditfinanzierung kaum in Frage.



*ohne „Keine Angabe“ (N = 110)

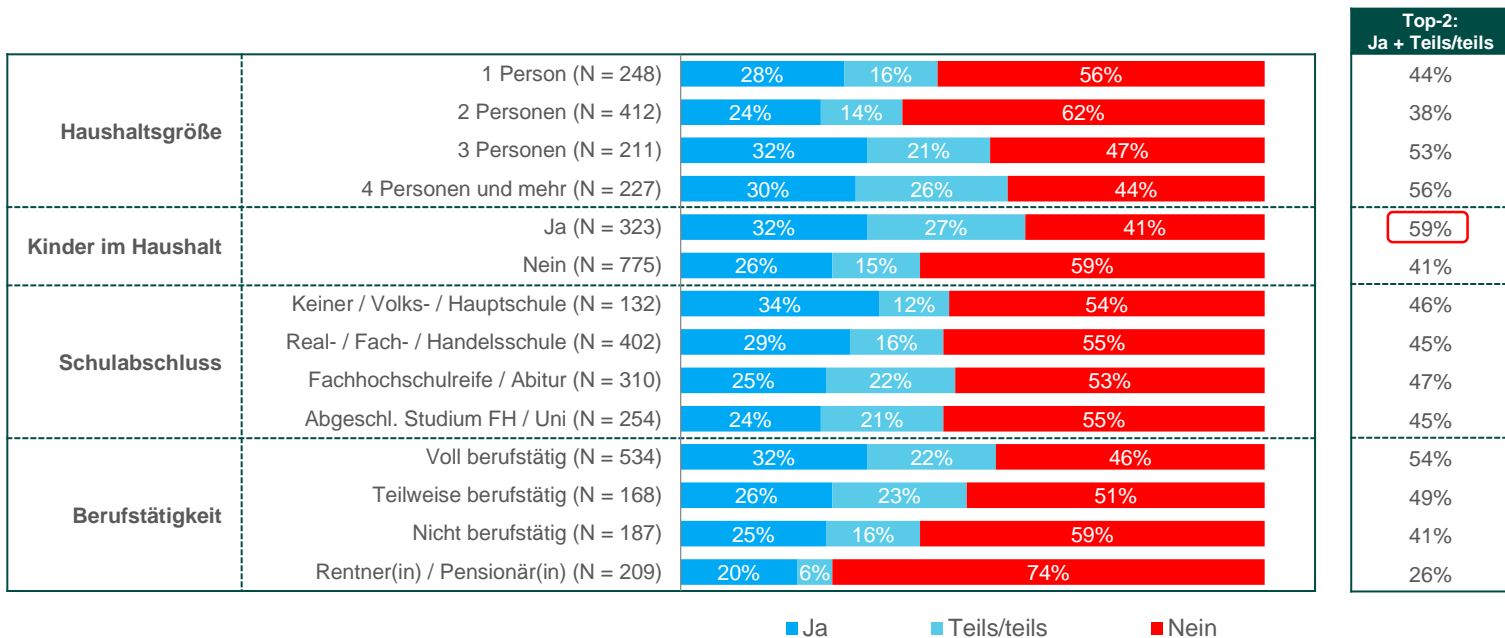
■ Ja ■ Teils/teils ■ Nein

Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.098 (Einfachnennung)

Frage 7. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

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



Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.098 (Einfachnennung)

Frage 7. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Zusatzfragen

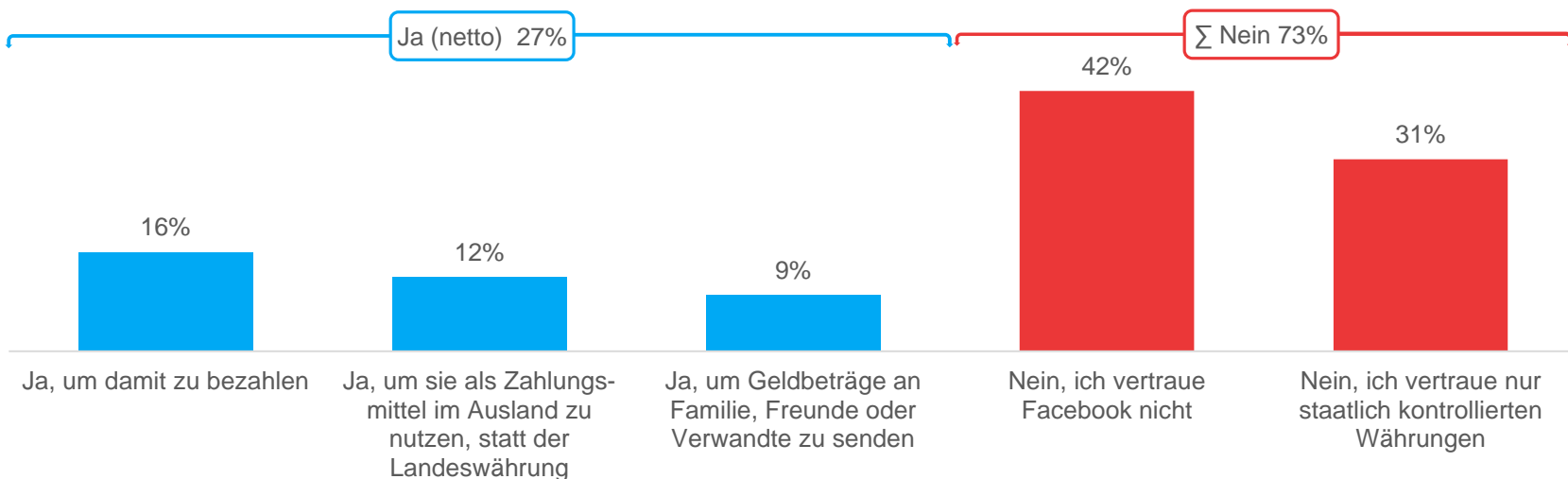
-
- Bezahlung mit der Facebook-Währung Libra
 - Nutzung sicherer digitaler Sprachassistenten
 - Einsatz von E-Rollern
 - Weihnachtsbaumkauf

03

Verbraucherindex – Herbst 2019

Bezahlung mit der Facebook-Währung Libra: Mehr als ein Viertel der Deutschen kann sich die Nutzung von Libra als Zahlungsmittel vorstellen.

Nutzung der Facebook-Währung Libra vorstellbar



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 1. Das soziale Netzwerk Facebook möchte voraussichtlich 2020 eine eigene weltweit gültige digitale Währung unter dem Namen Libra auf den Markt bringen, an der sich auch andere Zahlungsdienstleister wie Mastercard, VISA oder Paypal beteiligen. Damit können Kunden, unabhängig von ihrem Bankkonto oder einem Facebook-Account, weltweit Zahlungen durchführen. Dafür benötigen sie nur eine App auf ihrem Smartphone. Können Sie sich vorstellen, diese Währung zu nutzen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Bezahlung mit der Facebook-Währung Libra: Vor allem für Jüngere kommt Libra als Zahlungsmittel in Frage.

Nutzung vorstellbar	Total	Alter			
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	140	361	652	847
Ja, um damit zu bezahlen	16%	23%	24%	18%	9%
Ja, um sie als Zahlungsmittel im Ausland zu nutzen, statt der Landeswährung	12%	17%	22%	14%	6%
Ja, um Geldbeträge an Familie, Freunde oder Verwandte zu senden	9%	10%	13%	11%	5%
Ja (netto)	27%	38%	42%	31%	15%
Nein, ich vertraue Facebook nicht	42%	43%	38%	44%	43%
Nein, ich vertraue nur staatlich kontrollierten Währungen	31%	19%	20%	25%	42%
Σ Nein	73%	62%	58%	69%	85%

5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

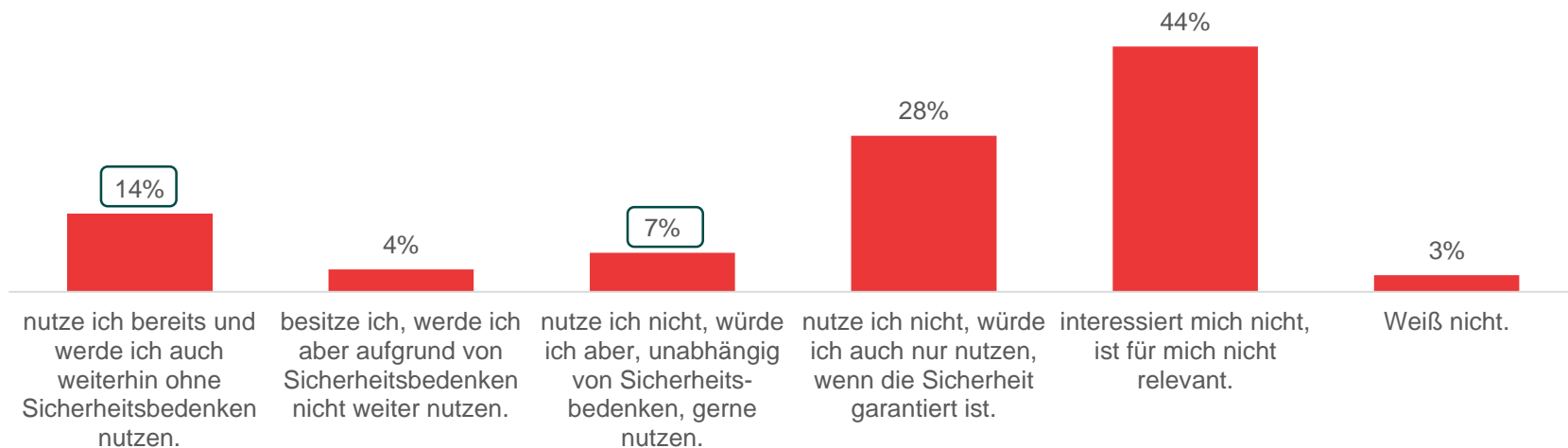
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 1. Das soziale Netzwerk Facebook möchte voraussichtlich 2020 eine eigene weltweit gültige digitale Währung unter dem Namen Libra auf den Markt bringen, an der sich auch andere Zahlungsdienstleister wie Mastercard, VISA oder Paypal beteiligen. Damit können Kunden, unabhängig von ihrem Bankkonto oder einem Facebook-Account, weltweit Zahlungen durchführen. Dafür benötigen sie nur eine App auf ihrem Smartphone. Können Sie sich vorstellen, diese Währung zu nutzen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Vertrauen in die Sicherheit digitaler Sprachassistenten: Rund ein Fünftel der Deutschen nutzen einen digitalen Sprachassistenten ohne Sicherheitsbedenken bzw. würden ihn gern nutzen.

Einen digitalen Sprachassistenten...



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 2. Mit der zunehmenden Verbreitung von Smart-Home-Geräten und digitalen Sprachassistenten wie z.B. Alexa ist das Thema Cybersicherheit auch in privaten Haushalten angekommen. Hierzu hat die EU vor kurzem den Cyber Security Act beschlossen. Mit dieser Regelung sollen solche digitalen Sprachassistenten zertifiziert und damit sicherer werden. Wenn es um die Nutzung eines solchen digitalen Sprachassistenten geht, welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Vertrauen in die Sicherheit digitaler Sprachassistenten: Knapp jeder zehnte unter 35-Jährige plant, seinen digitalen Sprachassistenten aus Sicherheitsgründen abzuschalten.

Nutzung vorstellbar	Total	Alter			
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	140	361	652	847
Nutze ich bereits und werde ich auch weiterhin ohne Sicherheitsbedenken nutzen.	14%	22%	22%	15%	8%
Besitze ich, werde ich aber aufgrund von Sicherheitsbedenken nicht weiter nutzen.	4%	9%	9%	4%	2%
Nutze ich nicht, würde ich aber, unabhängig von Sicherheitsbedenken, gerne nutzen.	7%	11%	10%	7%	4%
Nutze ich nicht, würde ich auch nur nutzen, wenn die Sicherheit garantiert ist.	28%	28%	30%	29%	27%
Interessiert mich nicht, ist für mich nicht relevant.	44%	24%	27%	42%	56%
Weiß nicht	3%	6%	2%	3%	3%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

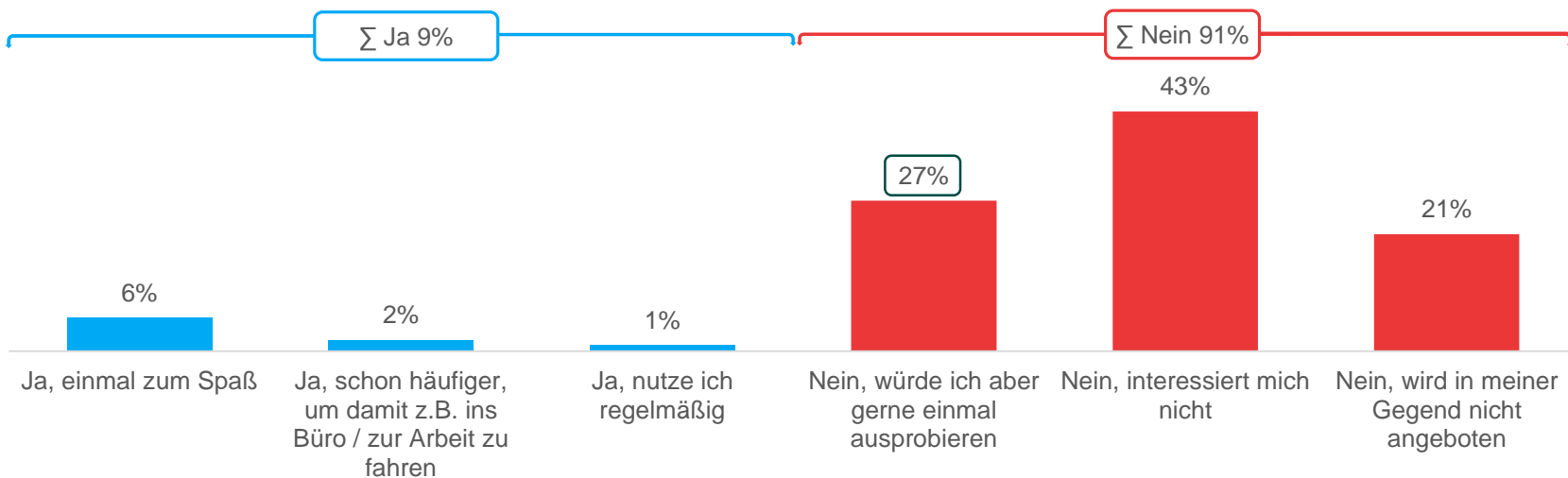
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 2. Mit der zunehmenden Verbreitung von Smart-Home-Geräten und digitalen Sprachassistenten wie z.B. Alexa ist das Thema Cybersicherheit auch in privaten Haushalten angekommen. Hierzu hat die EU vor kurzem den Cyber Security Act beschlossen. Mit dieser Regelung sollen solche digitalen Sprachassistenten zertifiziert und damit sicherer werden. Wenn es um die Nutzung eines solchen digitalen Sprachassistenten geht, welche der folgenden Aussagen trifft auf Sie zu?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Einsatz von E-Rollern: Jeder zehnte Deutsche hat schon einmal einen E-Roller geliehen. Mehr als jeder Vierte würde ihn gern einmal ausprobieren.

Schon E-Roller geliehen?



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 3. Vor einigen Wochen wurden elektrische Tretroller für den Straßenverkehr zugelassen. Seit dem prägen diese kleinen E-Roller, die überall zu leihen sind, vor allem in Großstädten das Straßenbild. Haben Sie sich schon mal einen E-Roller geliehen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Einsatz von E-Rollern: Knapp ein Viertel der Jüngeren ist bereits mit einem E-Roller gefahren, knapp jeder Zehnte sogar häufiger oder regelmäßig.

Schon mal E-Roller geliehen?	Total	Alter			
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	140	361	652	847
Ja, einmal zum Spaß	6%	16%	14%	6%	1%
Ja, schon häufiger, um damit z.B. ins Büro / zur Arbeit zu fahren	2%	6%	6%	2%	0%
Ja, nutze ich regelmäßig	1%	1%	3%	1%	0%
Σ Ja	9%	23%	23%	9%	1%
Nein, würde ich aber gerne einmal ausprobieren	27%	40%	34%	33%	17%
Nein, interessiert mich nicht	43%	19%	23%	40%	58%
Nein, wird in meiner Gegend nicht angeboten	21%	18%	20%	18%	24%
Σ Nein	91%	77%	77%	91%	99%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

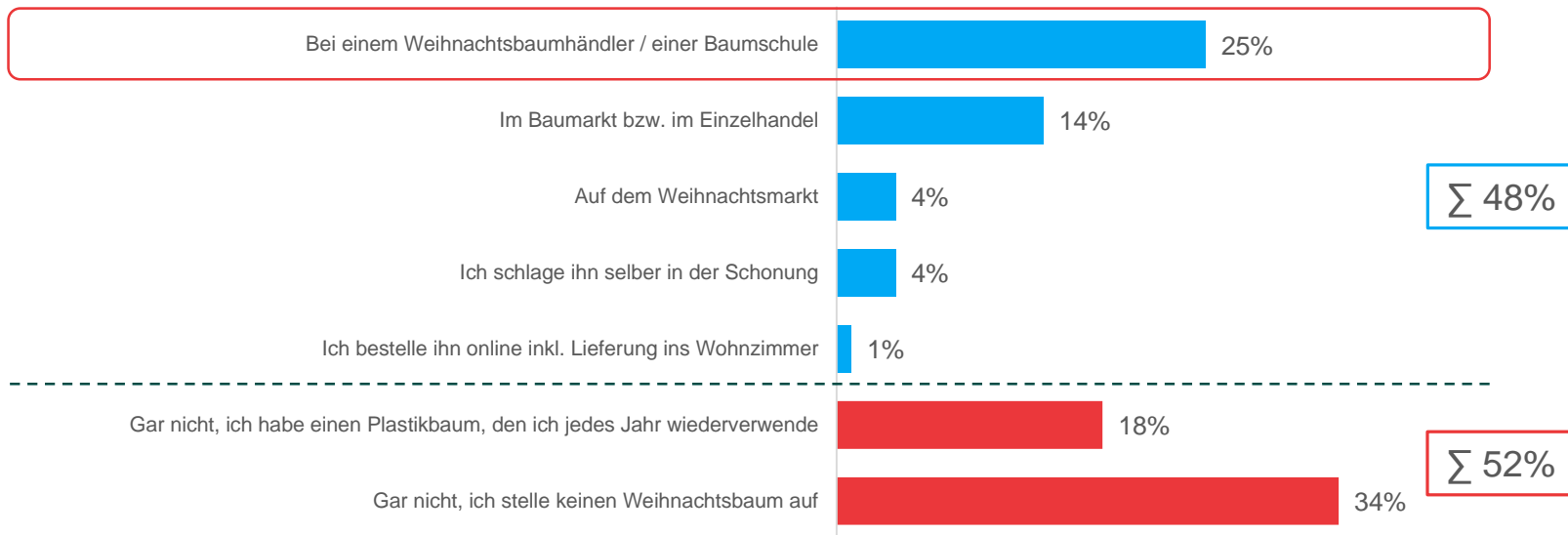
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 3. Vor einigen Wochen wurden elektrische Tretroller für den Straßenverkehr zugelassen. Seit dem prägen diese kleinen E-Roller, die überall zu leihen sind, vor allem in Großstädten das Straßenbild. Haben Sie sich schon mal einen E-Roller geliehen?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Weihnachtsbaumkauf: Knapp die Hälfte der Deutschen kauft zu Weihnachten einen Tannenbaum, bevorzugt beim Weihnachtsbaumhändler oder einer Baumschule.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 4. Viele Millionen Deutsche kaufen auch in diesem Jahr wieder einen Tannenbaum zu Weihnachten. Wie ist das bei Ihnen, wo kaufen Sie in der Regel Ihren Weihnachtsbaum?

Verbraucherindex – Herbst 2019

Weihnachtsbaumkauf: Drei Viertel der Haushalte mit Kindern kaufen einen Weihnachtsbaum, am liebsten beim Händler oder bei einer Baumschule.

Wo Weihnachtsbäume gekauft werden	Total	Alter				Kinder im Haushalt	
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter	Ja	Nein
Basis (Fallzahl)	2.000	140	361	652	847	458	1.542
Bei einem Weihnachtsbaumhändler / einer Baumschule	25%	40%	29%	26%	21%	35%	23%
Im Baumarkt bzw. im Einzelhandel	14%	19%	18%	15%	11%	23%	11%
Auf dem Weihnachtsmarkt	4%	12%	7%	4%	2%	7%	3%
Ich schlage ihn selbst in der Schonung	4%	4%	6%	4%	3%	7%	3%
Ich bestelle ihn online inkl. Lieferung ins Wohnzimmer	1%	1%	2%	1%	0%	2%	1%
∑ Kaufe Weihnachtsbaum	48%	76%	62%	50%	37%	74%	41%
Gar nicht, ich habe einen Plastikbaum, den ich jedes Jahr wiederverwende	18%	9%	15%	18%	21%	15%	19%
Gar nicht, ich stelle keinen Weihnachtsbaum auf	34%	15%	23%	32%	42%	11%	40%
∑ Kaufe keinen Weihnachtsbaum	52%	24%	38%	50%	63%	26%	59%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 4. Viele Millionen Deutsche kaufen auch in diesem Jahr wieder einen Tannenbaum zu Weihnachten. Wie ist das bei Ihnen, wo kaufen Sie in der Regel Ihren Weihnachtsbaum?

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Verbraucherindex – Herbst 2019

Statistik

04

Verbraucherindex – Herbst 2019

Statistik

Geschlecht	
Männlich	49%
Weiblich	51%
Alter	
16-21 Jahre	7%
22-34 Jahre	18%
35-54 Jahre	33%
55 Jahre und älter	42%
Schulabschluss	
Kein allgemeiner Schulabschluss	1%
Volks-/Hauptschule	15%
Real-/Fach-/Handelsschule	38%
Fachhochschulreife / Abitur	25%
Abgeschlossenes Studium FH/Uni	21%

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	7%
1.500 bis unter 1.750 Euro	6%
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	15%
5.000 Euro und mehr	6%
Keine Angabe	11%

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

Verbraucherindex – Herbst 2019

Statistik

Haushaltsgröße	
1 Person	29%
2 Personen	39%
3 Personen	16%
4 Personen und mehr	16%
Kinder unter 18 Jahren im Haushalt	
Ja	23%
Nein	77%
Berufstätigkeit	
Ja, voll berufstätig	40%
Ja, teilweise berufstätig	15%
Nein, vorübergehend arbeitslos	4%
Nein, Rentner(in) oder Pensionär(in)	28%
Nein, zur Zeit in Elternzeit	1%
Nein, Hausfrau/-mann	5%
Nein, in Ausbildung	1%
Nein, Schüler(in) oder Student(in)	6%

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!

Dr. Johanna Wehn
Unternehmenskommunikation
Creditplus Bank AG
Augustenstr. 7
70178 Stuttgart

Tel: 0711 6606-640
Fax: 0711 6606-870
E-Mail: johanna.wehn@creditplus.de

www.creditplus.de