

Creditplus

VERBRAUCHERINDEX HERBST 2018

Sandra Hilpert

September 2018

Verbraucherindex – Herbst 2018

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 31.12.2015) auf Grundlage des Zensus 2011 zugrunde gelegt.

Befragungszeitraum: 22. August bis 3. September 2018

Verbraucherindex – Herbst 2018

Kernergebnisse der Befragung

Der Creditplus-Verbraucherindex

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 führt im Herbst 2018 seinen kontinuierlichen Aufwärtstrend fort und liegt mit einem Plus von 0,2 Punkten leicht über dem Frühjahrsniveau und damit deutlich über der 100-Punkte-Schwelle (S. 11). Zwar blicken die Deutschen nicht mehr ganz so optimistisch in die Zukunft, wie noch vor einem halben Jahr (S. 12), dagegen stehen aber eine zunehmende Konsumfreude (S. 17) und ein leicht ansteigendes Anschaffungspotenzial (S. 22).

Zukunftserwartung: Lebensstandard und Einkommen der nächsten Monate

Welche Entwicklung erwarten die Deutschen, wenn sie an ihren Lebensstandard und ihr Haushaltseinkommen in den nächsten Monaten denken?

Drei Viertel der Deutschen sehen weiterhin optimistisch in ihre finanzielle Zukunft (S. 12). Mit einem Anteil von deutlich über 80 Prozent zeigt sich dieser Optimismus vor allem bei Jüngeren. Am wenigsten sorgen sich Besserverdiener mit einem Haushaltseinkommen ab 3.500 Euro um ihre finanzielle Zukunft (S. 13). Rentner und Singles zählen dagegen eher zu den pessimistischen Bevölkerungsgruppen. Sie sorgen sich vergleichsweise häufig um die Entwicklung ihres Lebensstandards (S. 14).

Verbraucherindex – Herbst 2018

Kernergebnisse der Befragung

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Lust auf Konsum und die finanziellen Möglichkeiten

Deutsche Konsumenten zeigen sich nach wie vor konsumfreudig. Knapp 70 Prozent geben gerne Geld aus (Anschaffungsneigung) (S. 17). Am stärksten ist die Konsumfreude, wenn Kinder im Haushalt leben. Rentner sind dagegen eher Konsummuffel (S. 19).

Allerdings können sich längst nicht alle den Konsum leisten (Anschaffungsmöglichkeit). Bei jedem zweiten Bundesbürger wird die Konsumfreude durch fehlende finanzielle Möglichkeiten gebremst. Die Gruppe der "Eingeschränkten Konsumenten" bildet damit den größten Teil in der Bevölkerung. Nur jeder Fünfte verfügt dagegen über ausreichend finanzielle Möglichkeiten, um seiner Konsumfreude uneingeschränkt nachkommen zu können (S. 16).

Anschaffungspotenzial: Ein finanzielles Polster für unerwartete Ausgaben

Zwar steigt das Anschaffungspotenzial der Deutschen seit dem Frühjahr 2017 kontinuierlich an (S. 22), dennoch würde etwa ein Drittel der Bundesbürger an finanzielle Grenzen stoßen, wenn eine unerwartete Ausgabe anfele. Jedem Fünften stünden für solche ungeplanten Belastungen weniger als 625 Euro zur Verfügung. Knapp jeder Zehnte verfügt über gar keine Rücklagen (S. 21). Am besten sind Akademiker auf unerwartete Ausgaben vorbereitet (S. 24).

Verbraucherindex – Herbst 2018

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 etwas zurückhaltender als noch vor einem halben Jahr. 55 Prozent der Deutschen, und damit 3 Prozentpunkte weniger, haben in den nächsten drei Monaten eine oder mehrere größere Anschaffungen geplant (S. 31). Dadurch sinkt das Ausgabepotenzial von 2,33 auf 2,27 Punkte (S. 28). Ein gleichzeitig nur leicht ansteigender Verbraucherindex lässt den Creditplus-Branchenindex aktuell bei 96,8 Punkten stagnieren. Allerdings liegt er damit noch deutlich über den Herbstwerten der Vorjahre 2015 (90,0 Punkte), 2016 (87,4 Punkte) und 2017 (93,5 Punkte) (Seite 29).

Kaufabsichten: Neuanschaffungen der nächsten Monate

Nach wie vor steht ein neues Möbelstück bei den Konsumenten an erster Stelle der geplanten Anschaffungen (S. 32). Besonders hoch ist die Nachfrage nach Wohn- und Schlafzimmernmöbeln (S. 33). Jeder dritte Möbelkäufer plant dafür nicht mehr als 625 Euro ein (S. 34). Deutlich größer ist das Budget beim Kauf eines Autos. 60 Prozent der Autokäufer ist ihr neues Fahrzeug mehr als 12.500 Euro wert (S. 34). Ein neues Modell wird dabei – ebenso wie beim Motorradkauf – eindeutig bevorzugt (S. 33). Eine Reise oder ein neues Elektrogerät möchte sich jeder Vierte in den nächsten drei Monaten leisten (S. 30).

Gelegentliche finanzielle Engpässe scheinen die Kauflaune der Deutschen kaum zu trüben. So kann sich etwa jeder Zweite mit Kaufabsicht vorstellen, für größere Anschaffungen eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen (S. 35). Besonders hoch ist die Bereitschaft einer Kreditfinanzierung in Haushalten mit Kindern (S. 37).

Verbraucherindex – Herbst 2018

Kernergebnisse der Befragung

Der Handelsstreit beeinflusst das Kaufverhalten der Deutschen

Mehr als die Hälfte der deutschen Verbraucher reagiert auf den anhaltenden Handelsstreit zwischen den USA, China und der EU. Wenn sich dadurch ausländische Erzeugnisse durch höhere Zölle verteuern, will ein Drittel der Deutschen zukünftig auf den Kauf ausländischer Waren verzichten. Etwa jeder Zehnte möchte seinen Konsum insgesamt einschränken oder den Kauf von Waren aus dem Ausland zeitlich vorziehen, bevor sich die höheren Zölle auf die Verbraucherpreise niederschlagen (S. 39).

Zum Jahresende neigen die Deutschen zum Sparen

Für etwa ein Drittel der Deutschen werden zum Jahresende die Ersparnisse knapp und auch das Weihnachtsgeld reicht oftmals nur für eine kurze Zeit. Häufig belasten aber auch die alljährlichen Zahlungen wie Versicherungsprämien den Kontostand. Auf diese bevorstehenden Ausgaben bereitet sich etwa ein Drittel der Deutschen bereits zum Jahresende vor und legt dafür bewusst Geld zurück (S. 40).

Mehr als jeder Zweite bekommt Weihnachtsgeld

Knapp 60 Prozent der Beschäftigten können sich in diesem Jahr über Weihnachtsgeld freuen. Für jeden Zweiten handelt es sich dabei um eine regelmäßige Sonderzahlung (S. 42). In erster Linie wird Weihnachtsgeld auch für Weihnachten, also für Geschenke, Dekoration, Essen und ähnliches ausgegeben. Mehr als ein Viertel nutzt diese Finanzspritze aber auch zum Sparen oder für laufende Ausgaben (S. 43).



Agenda

Verbraucherindex – Herbst 2018

- Der Creditplus-Verbraucherindex**
 - Zukunftserwartung
 - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
 - Anschaffungspotenzial
- Der Creditplus-Branchenindex**
 - Kaufabsichten
 - Ausgabepotenzial
 - Kreditfinanzierung
- Zusatzfragen**
 - Einfluss des Handelsstreits auf das Kaufverhalten
 - Ausgaben in der Weihnachtszeit
 - Verwendung von Weihnachtsgeld
- Statistik**

Verbraucherindex – Herbst 2018

Der Creditplus-Verbraucherindex

-
- Zukunftserwartung
 - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
 - Anschaffungspotenzial

01

Verbraucherindex – Herbst 2018

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 2018

Der Creditplus-Verbraucherindex

Berechnung des Creditplus-Verbraucherindex:

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

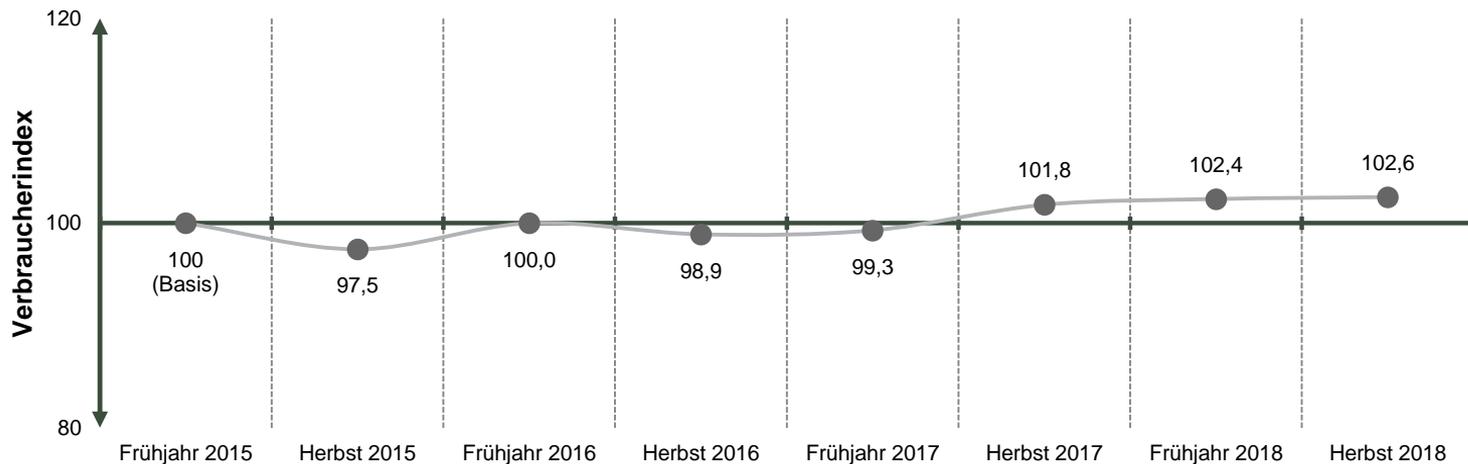
Zukunftserwartung		Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit		Anschaffungspotenzial	
Sehr optimistisch	= 3 P.	Mit Lust, mit Geld	= 3 P.	Hohes Potenzial	= 3 P.
Recht optimistisch	= 2 P.	Mit Lust, kein Geld	= 2 P.	Mittleres Potenzial	= 2 P.
Recht pessimistisch	= 1 P.	Keine Lust, mit Geld	= 1 P.	Geringes Potenzial	= 1 P.
Sehr pessimistisch	= 0 P.	Keine Lust, kein Geld	= 0 P.	Ohne Potenzial	= 0 P.
Aktueller Mittelwert	1,85	Aktueller Mittelwert	1,79	Aktueller Mittelwert	2,00

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

$$1,85 + 1,79 + 2,00 = 5,64.$$

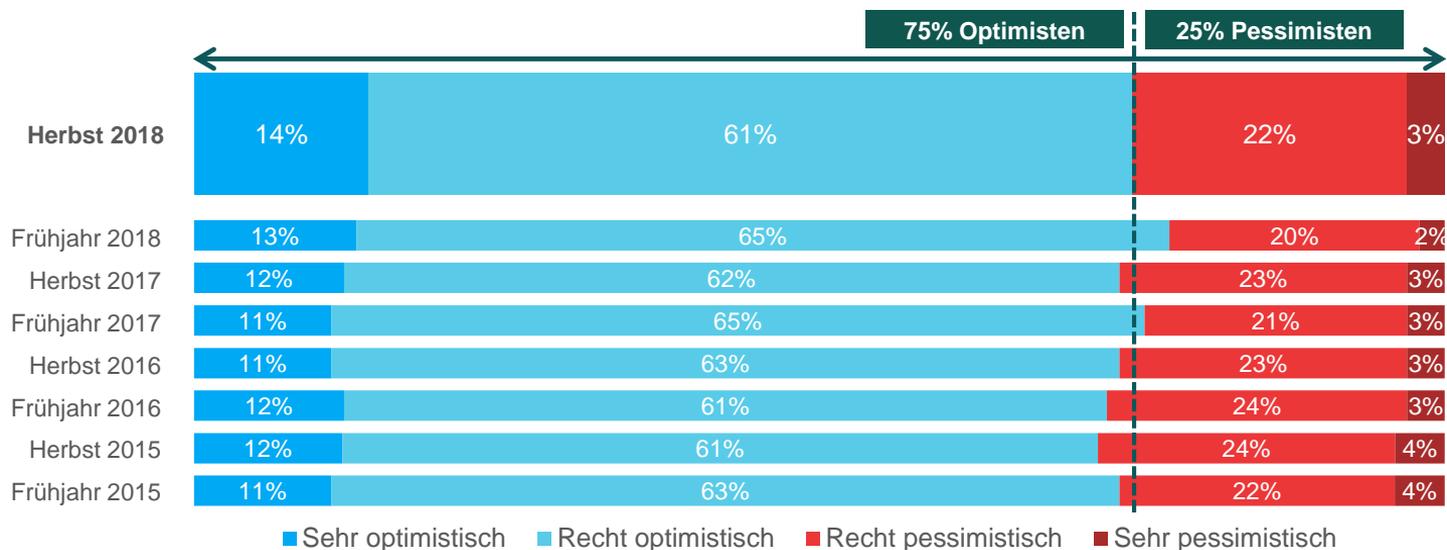
Verbraucherindex – Herbst 2018

Der Creditplus-Verbraucherindex setzt verhaltenen Aufwärtstrend fort.



Verbraucherindex – Herbst 2018

Zukunftserwartung: Drei Viertel der Deutschen sind weiterhin optimistisch, was ihren eigenen Lebensstandard angeht.

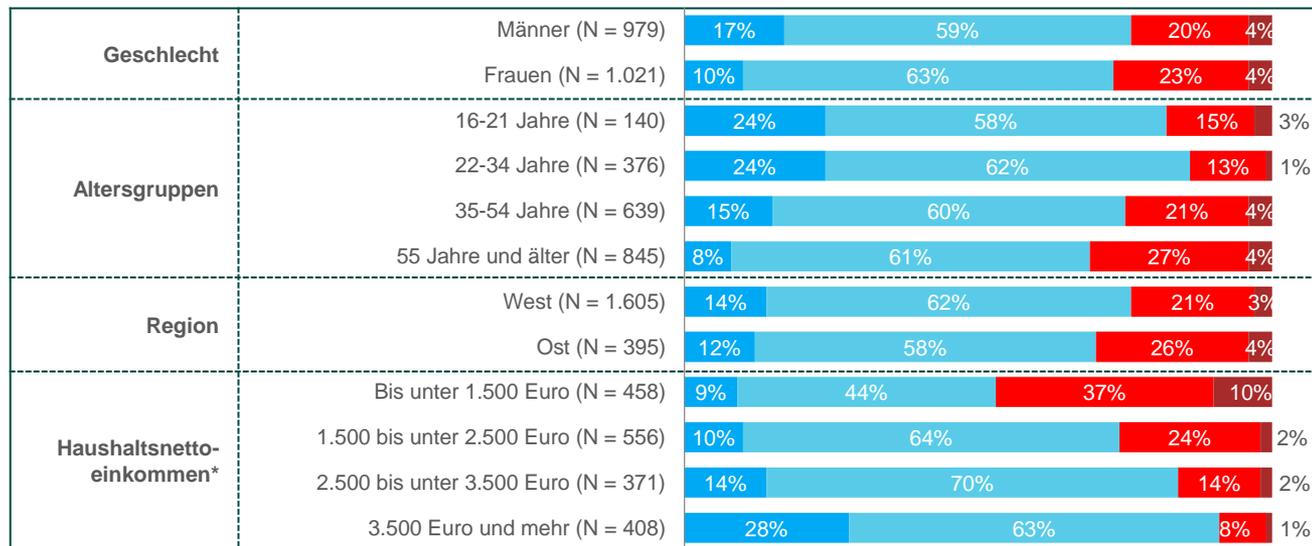


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2018

Zukunftserwartung: Gutverdiener haben kaum Befürchtungen, dass sich an ihrem Lebensstandard etwas ändert.



Optimisten	Pessimisten
76%	24%
73%	27%
82%	18%
86%	14%
75%	25%
69%	31%
76%	24%
70%	30%
53%	47%
74%	26%
84%	16%
91%	9%

*ohne „Keine Angabe“ (N = 207)

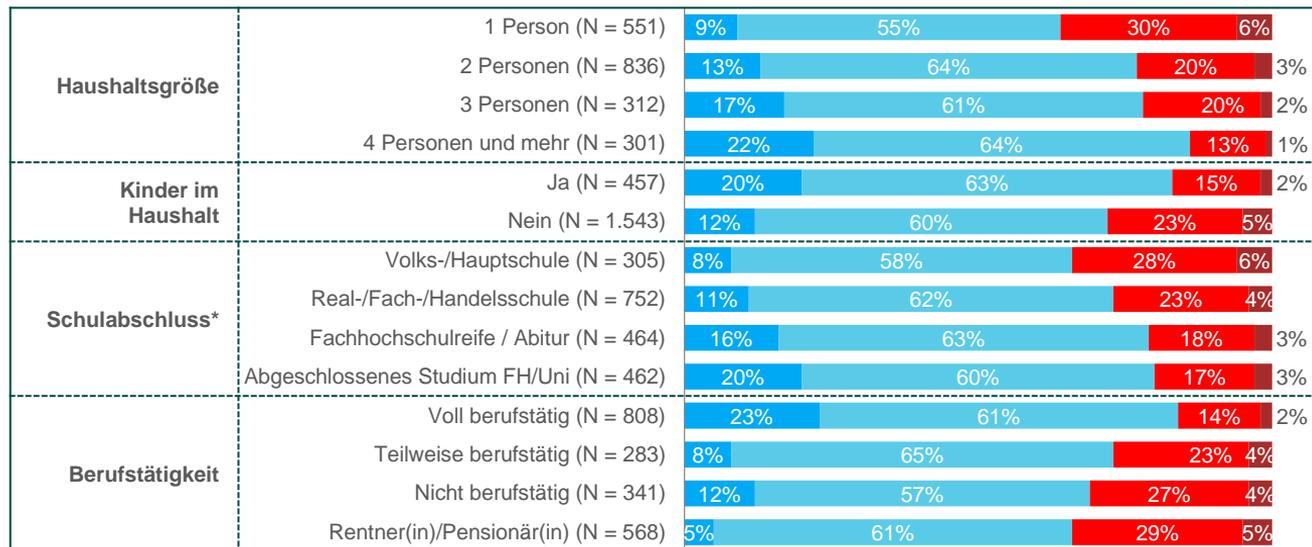
■ Sehr optimistisch ■ Recht optimistisch ■ Recht pessimistisch ■ Sehr pessimistisch

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 2018

Zukunftserwartung: Singles und Rentner machen sich eher Sorgen um ihre finanzielle Zukunft.



Optimisten	Pessimisten
64%	36%
77%	23%
78%	22%
86%	14%
83%	17%
72%	28%
66%	34%
73%	27%
79%	21%
80%	20%
84%	16%
73%	27%
69%	31%
66%	34%

*ohne „Kein allgemeiner Schulabschluss“ (N = 17)

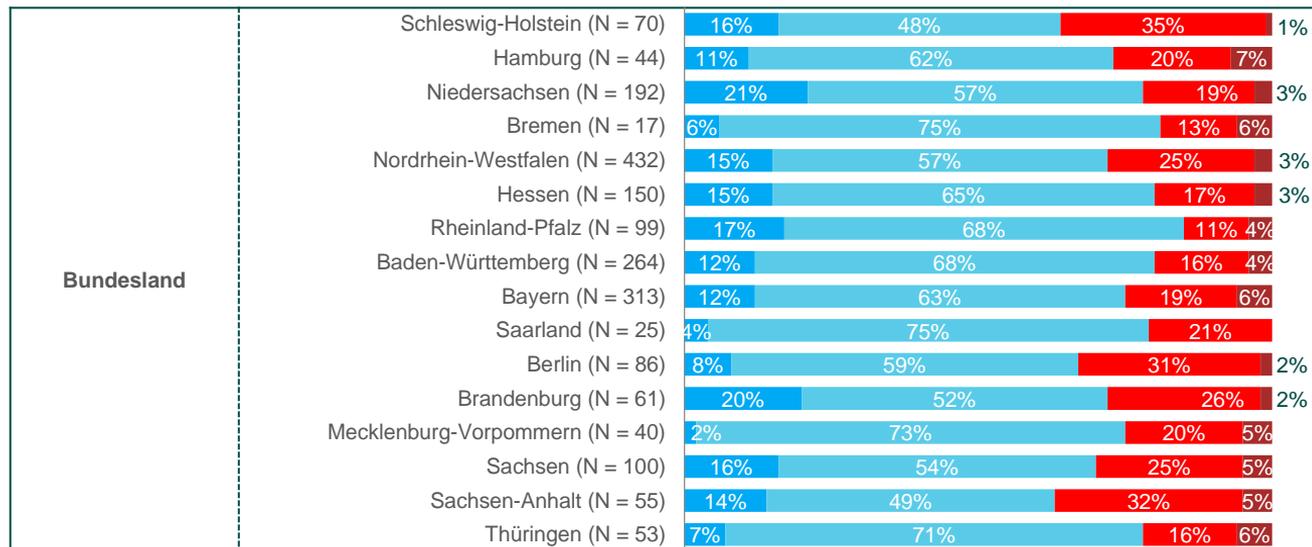
■ Sehr optimistisch ■ Recht optimistisch ■ Recht pessimistisch ■ Sehr pessimistisch

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 2018

Zukunftserwartung: Vor allem Rheinland-Pfälzer erwarten eine positive Entwicklung ihres zukünftigen Lebensstandards.



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

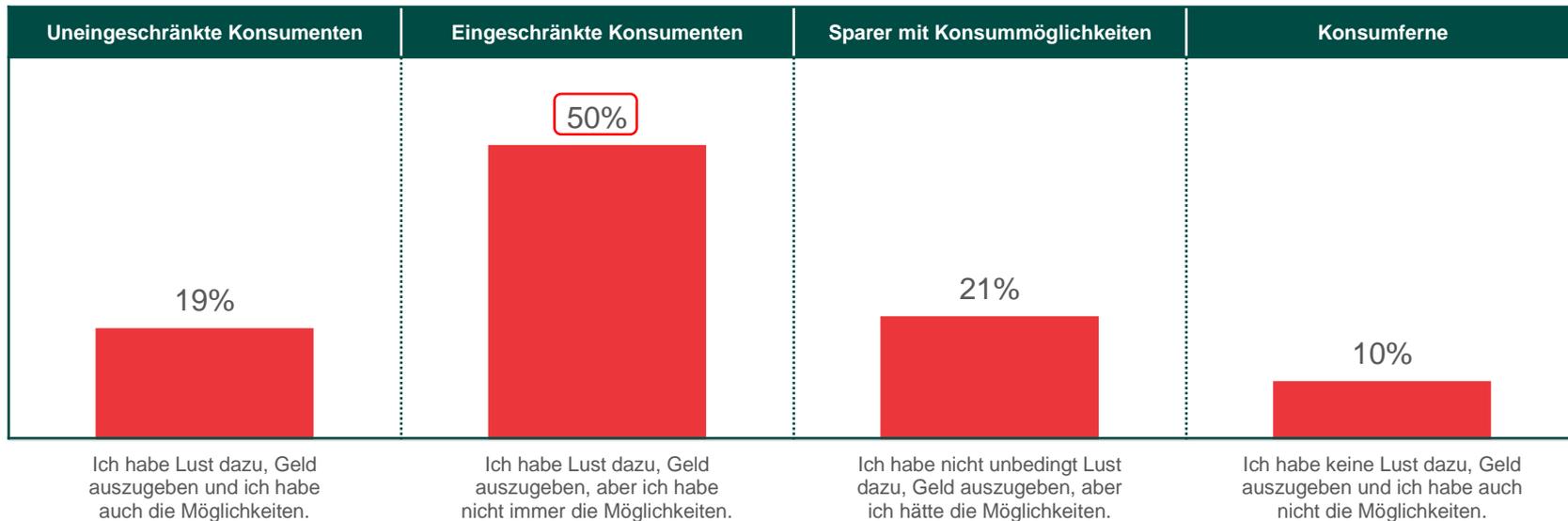
Optimisten	Pessimisten
64%	36%
73%	27%
78%	22%
81%	19%
72%	28%
80%	20%
85%	15%
80%	20%
75%	25%
79%	21%
67%	33%
72%	28%
75%	25%
70%	30%
63%	37%
78%	22%

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 2018

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

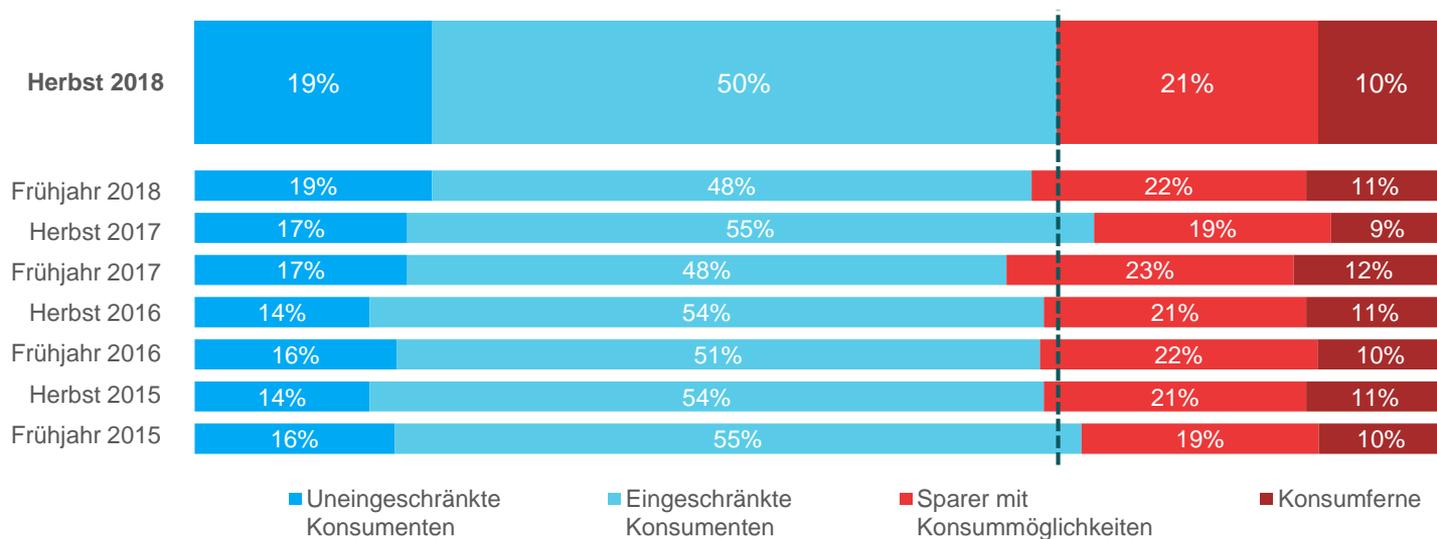


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Deutsche Konsumenten zeigen sich nach wie vor konsumfreudig.

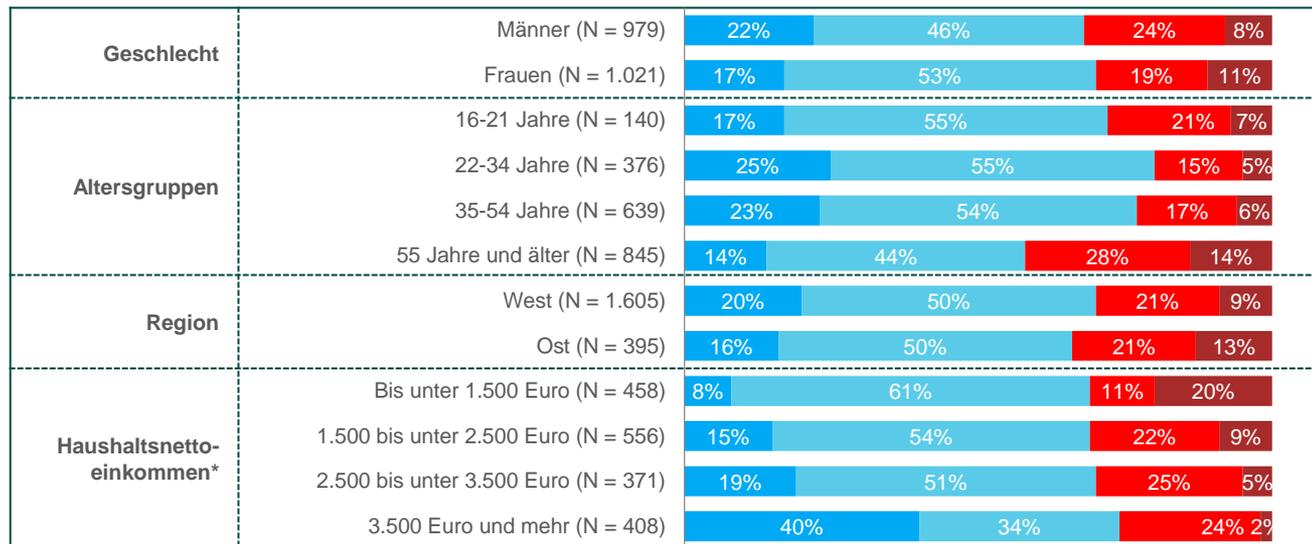


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Konsumneigung und Konsummöglichkeit sind im Westen etwas ausgeprägter als in den ostdeutschen Bundesländern.



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
68%	46%
70%	36%
72%	38%
80%	40%
77%	40%
58%	42%
70%	41%
66%	37%
69%	19%
69%	37%
70%	44%
74%	64%

*ohne „Keine Angabe“ (N = 207)

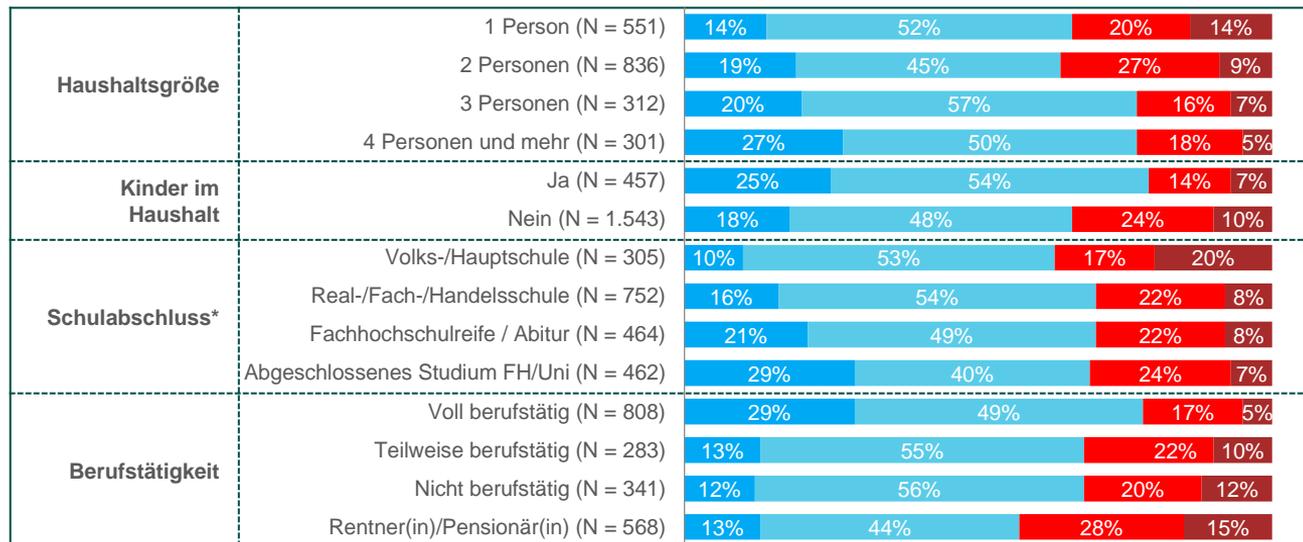
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

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



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
66%	34%
64%	46%
77%	36%
77%	45%
79%	39%
66%	42%
63%	27%
70%	38%
70%	43%
69%	53%
78%	46%
68%	35%
68%	32%
57%	41%

*ohne „Kein allgemeiner Schulabschluss“ (N = 17)

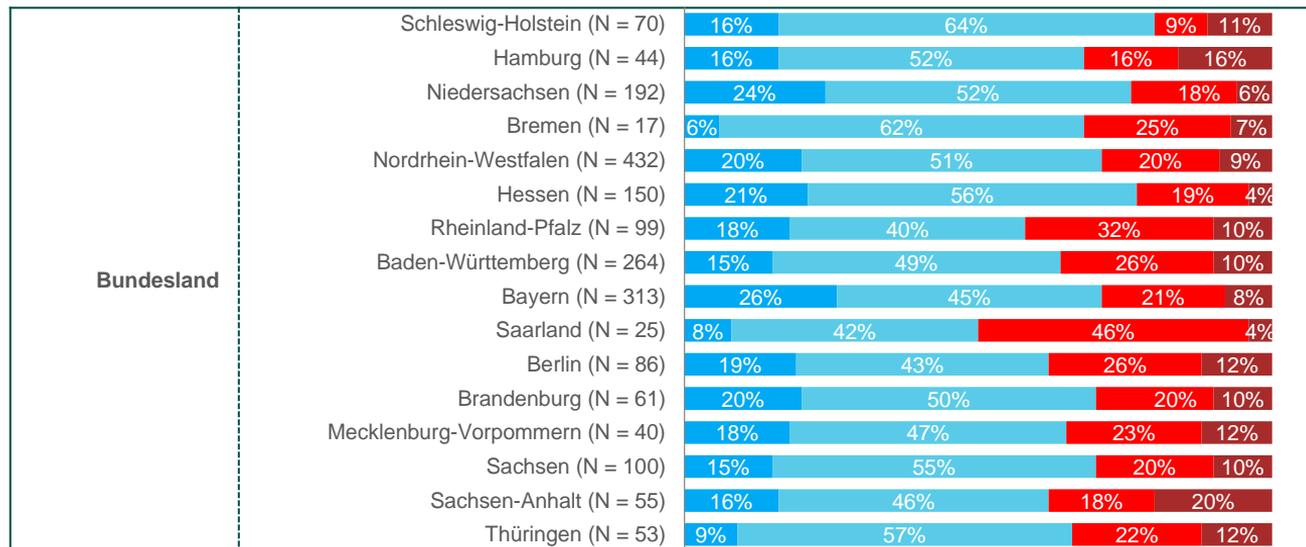
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Rheinland-Pfälzer geben vergleichsweise ungern Geld aus, obwohl sie am ehesten die Möglichkeit dazu hätten.



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
80%	25%
68%	32%
76%	42%
68%	31%
71%	40%
77%	40%
58%	50%
64%	41%
71%	47%
50%	54%
62%	45%
70%	40%
65%	41%
70%	35%
62%	34%
66%	31%

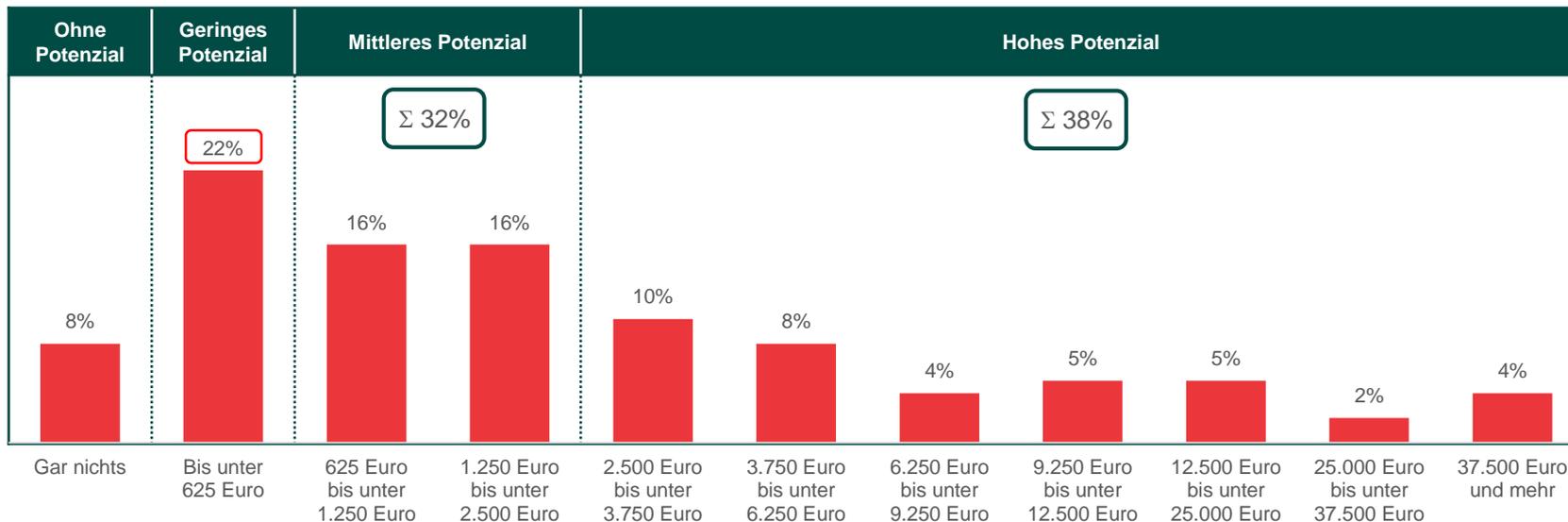
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Anschaffungspotenzial: Etwa jedem fünften Bundesbürger stünden für unerwartete Ausgaben weniger als 625 Euro zur Verfügung.

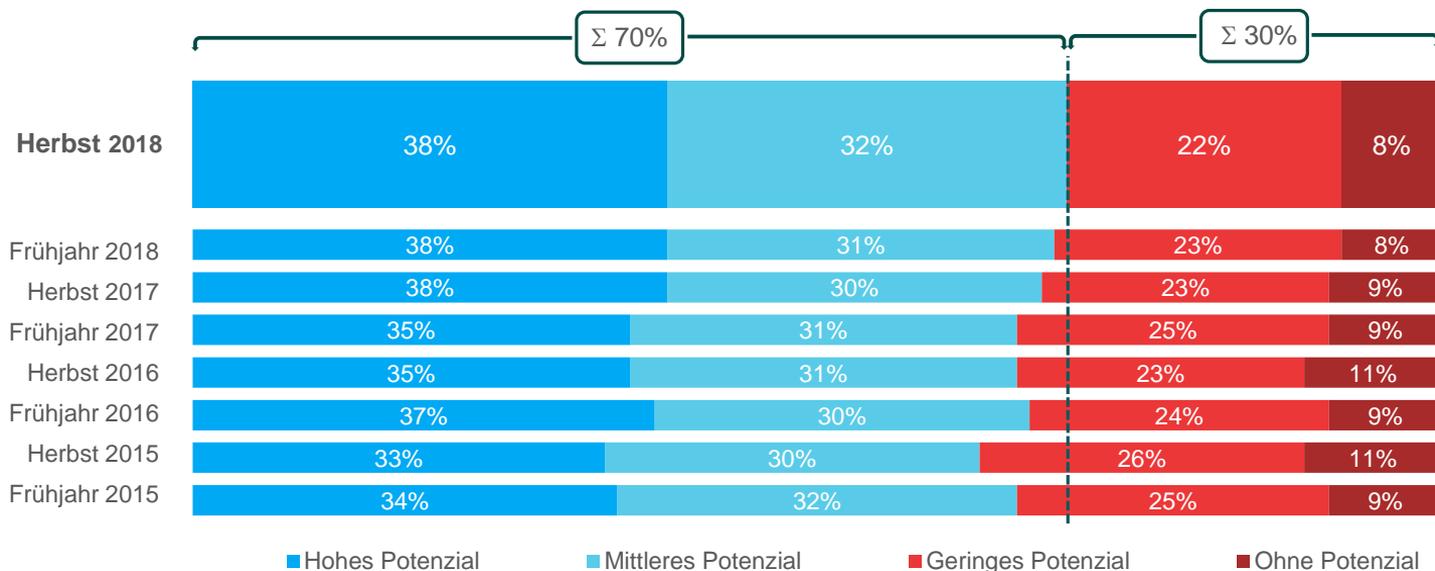


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2018

Anschaffungspotenzial: Das Anschaffungspotenzial der Deutschen steigt seit dem Frühjahr 2017 kontinuierlich an.

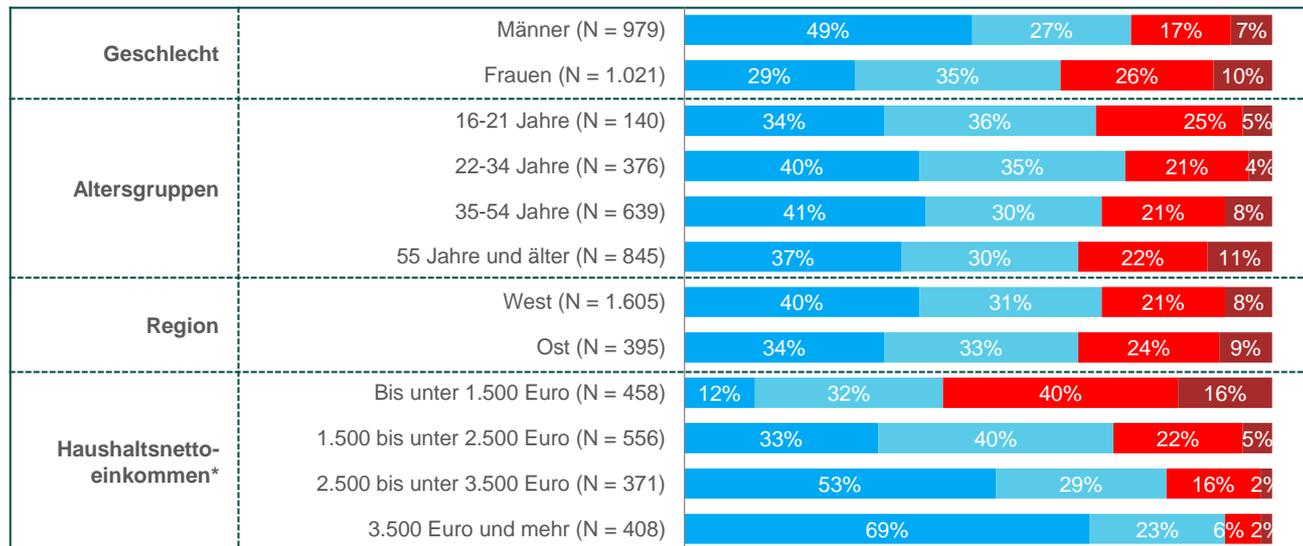


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2018

Anschaffungspotenzial: Männern steht mehr Geld zur Verfügung als Frauen.



Ohne/Geringes Potenzial	Mittleres/Hohes Potenzial
24%	76%
36%	64%
30%	70%
25%	75%
29%	71%
33%	67%
29%	71%
33%	67%
56%	44%
27%	73%
18%	82%
8%	92%

*ohne „Keine Angabe“ (N = 207)

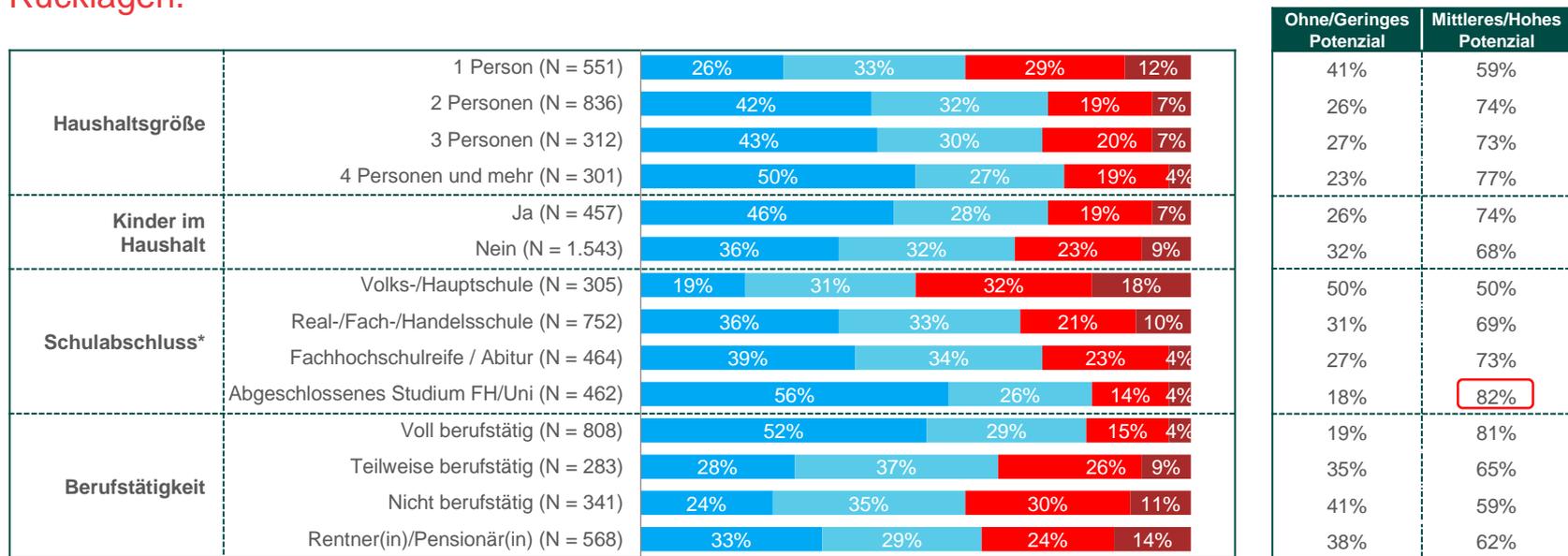
■ Hohes Potenzial ■ Mittleres Potenzial ■ Geringes Potenzial ■ Ohne Potenzial

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 2018

Anschaffungspotenzial: Akademiker verfügen für unerwartete Ausgaben über die meisten Rücklagen.



*ohne „Kein allgemeiner Schulabschluss“ (N = 17)

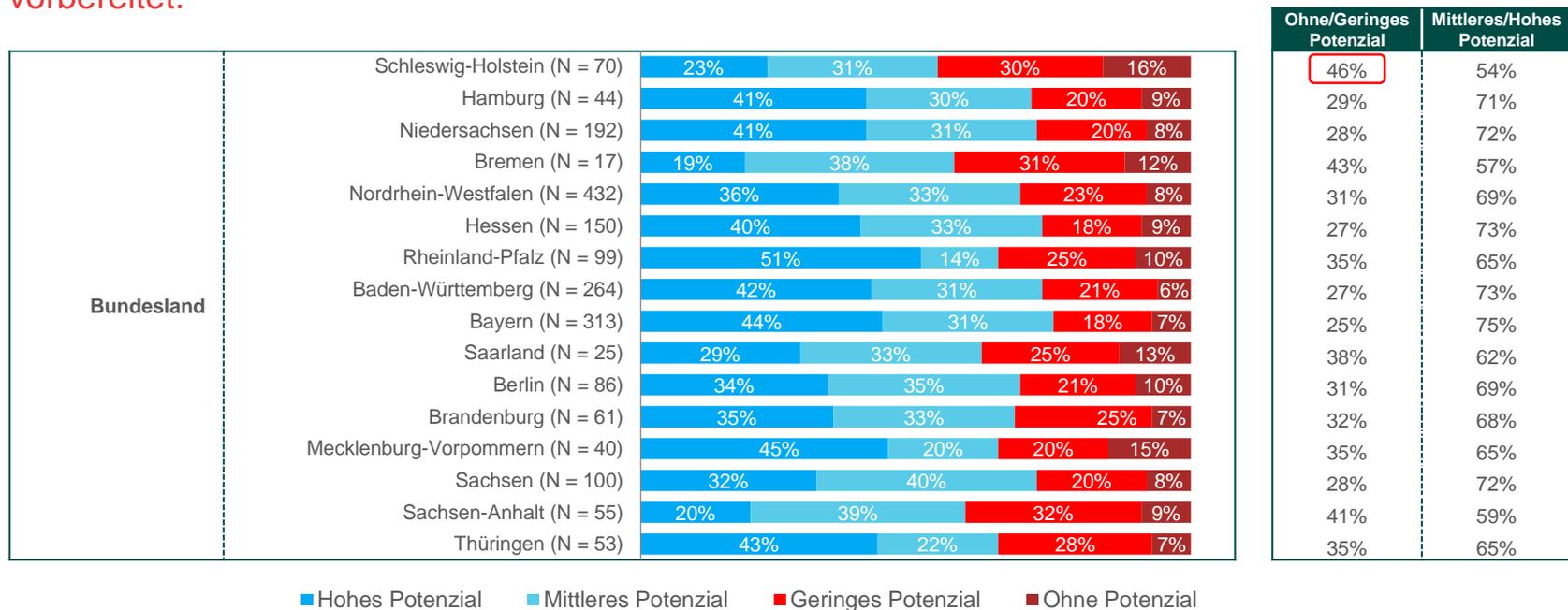
■ Hohes Potenzial ■ Mittleres Potenzial ■ Geringes Potenzial ■ Ohne Potenzial

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 2018

Anschaffungspotenzial: Schleswig-Holsteiner sind besonders schlecht 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 2018

Der Creditplus-Branchenindex

-
- Kaufabsichten
 - Ausgabepotenzial
 - Kreditfinanzierung

02

Verbraucherindex – Herbst 2018

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 2018

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 (2,27) und Verbraucherindex (5,64).

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	0,42
Motorrad	0,09
Möbel	0,63
Elektrogerät	0,49
Reise	0,64
Ausgabepotenzial gesamt	2,27



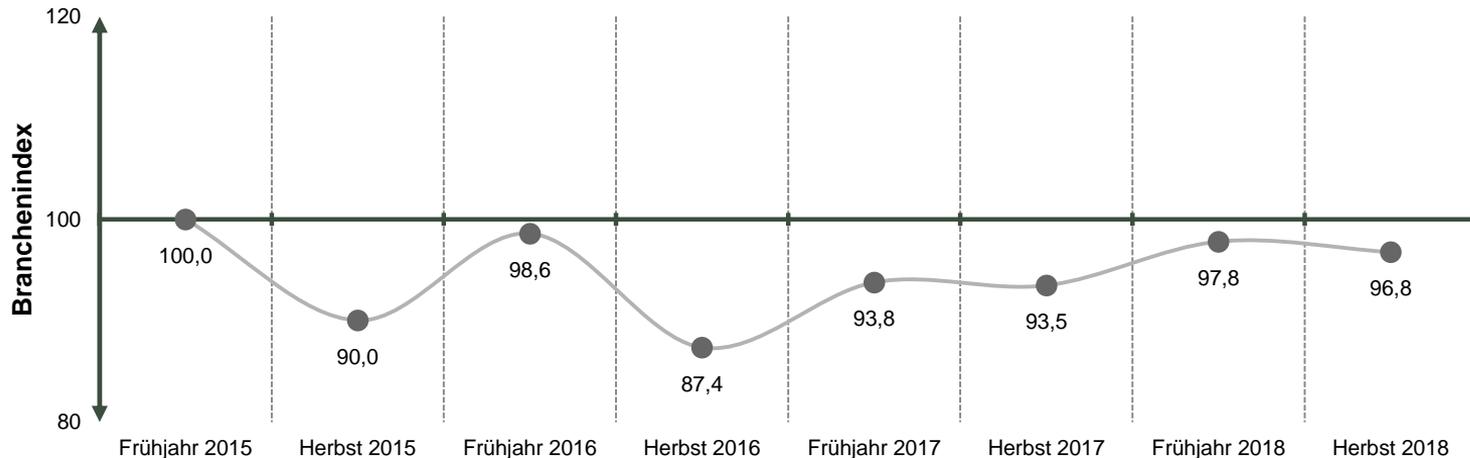
$$\text{Konsumneigung} = \sqrt{2,27 * 5,64} = 3,58$$

Verbraucherindex – Herbst 2018

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.

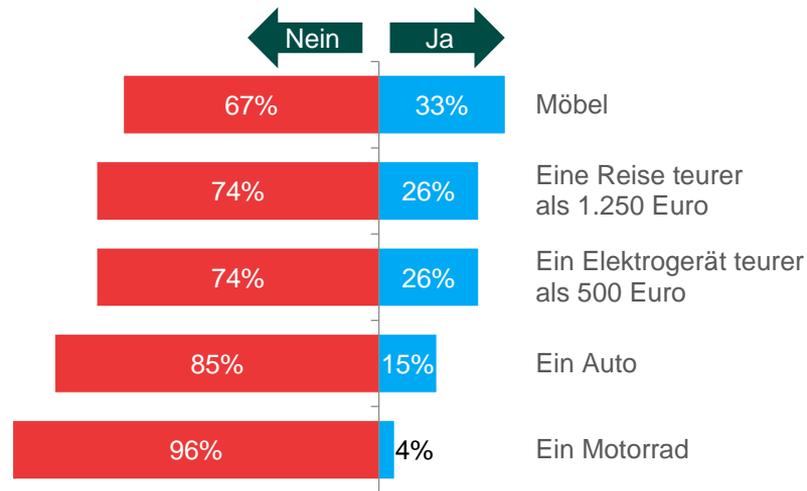
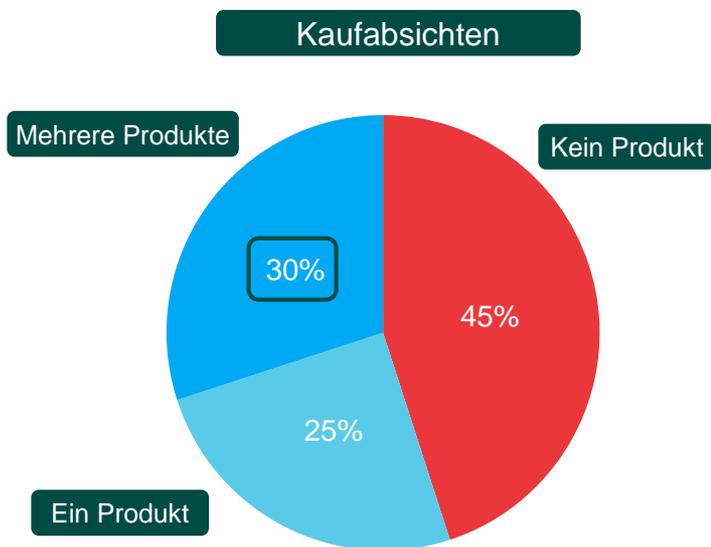
Im weiteren Verlauf bedeutet ein Wert > 100 eine positive Entwicklung der Konsumneigung. Mit einem Wert < 100 wird dagegen eine negative Entwicklung angezeigt.



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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Kaufabsichten: 30 Prozent der Deutschen haben in den nächsten drei Monaten mehrere größere Anschaffungen geplant.



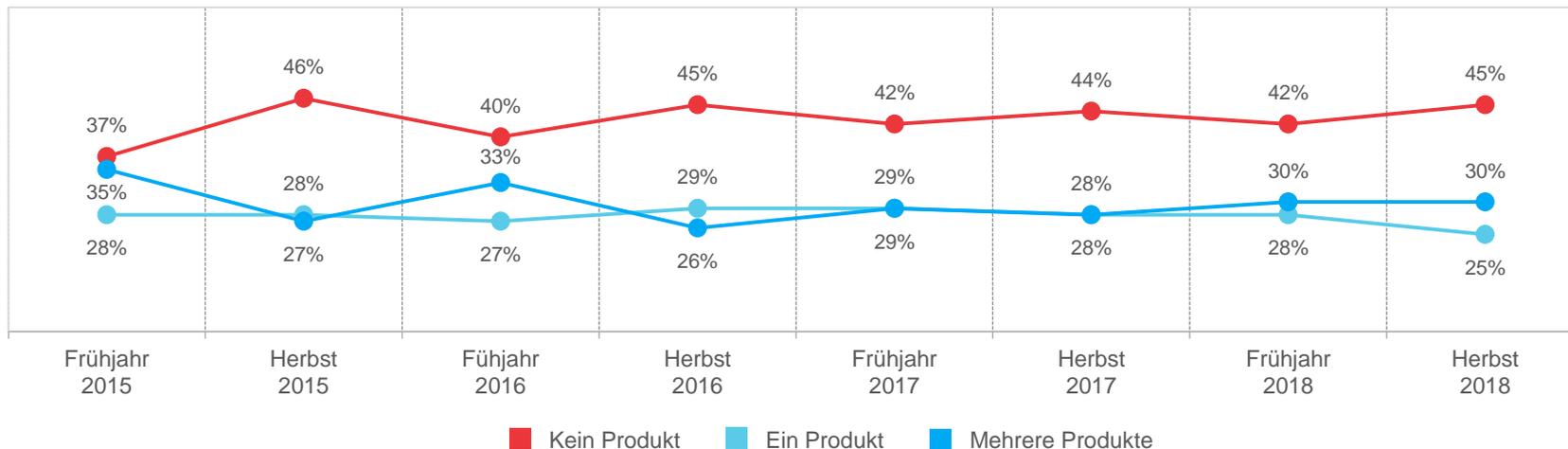
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Kaufabsichten: In diesem Herbst sind die Deutschen mit ihren Anschaffungsplänen etwas zurückhaltender als noch vor einem halben Jahr.

Kaufabsichten



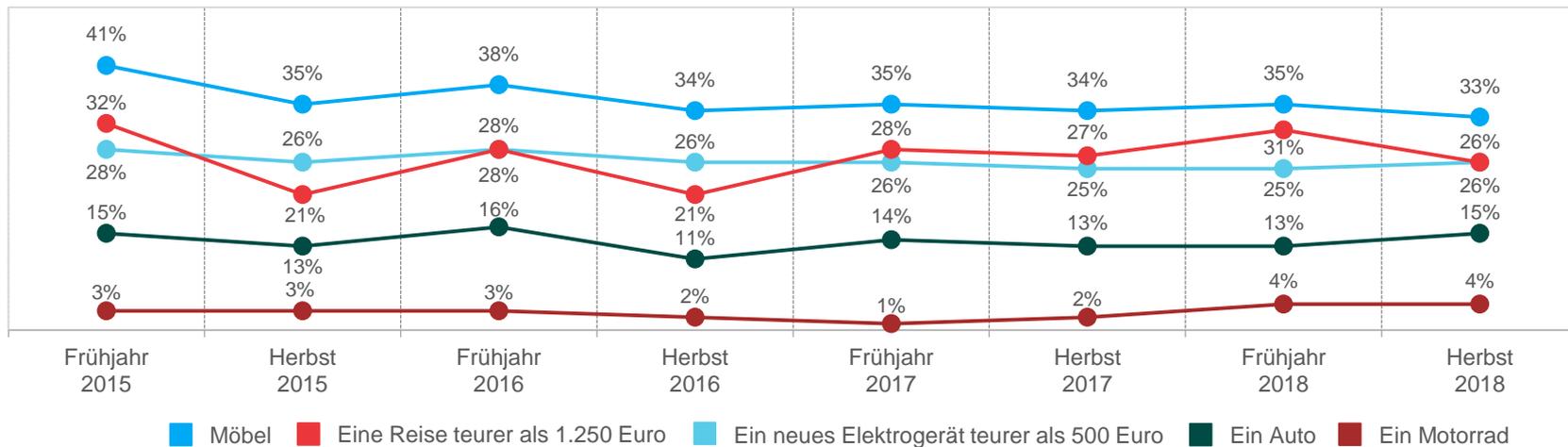
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Kaufabsichten: Die Nachfrage nach Möbeln ist nach wie vor am höchsten.

Geplante Anschaffungen



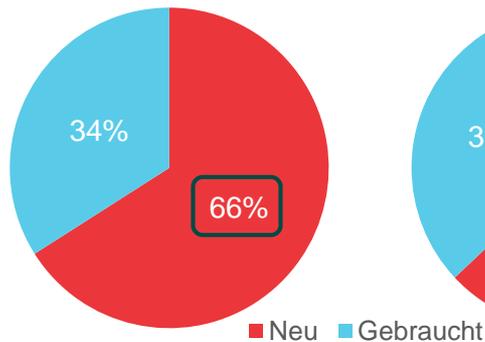
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

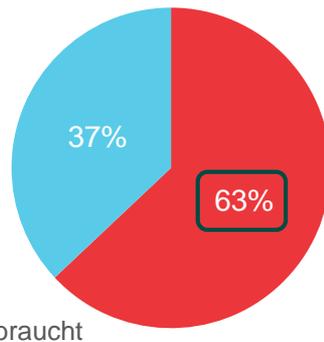
Verbraucherindex – Herbst 2018

Kaufabsichten: Zwei Drittel der deutschen Verbraucher bevorzugen beim Kauf eines Autos oder Motorrades ein neues Modell.

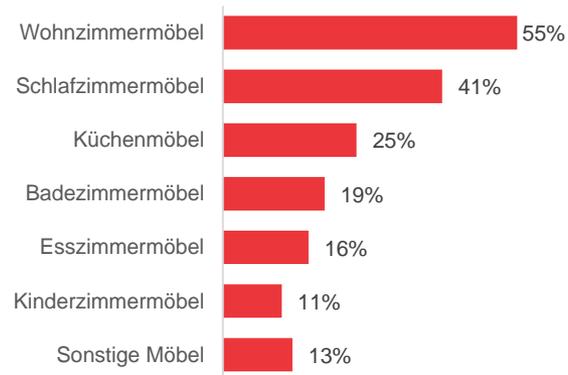
Autokauf geplant



Motorradkauf geplant



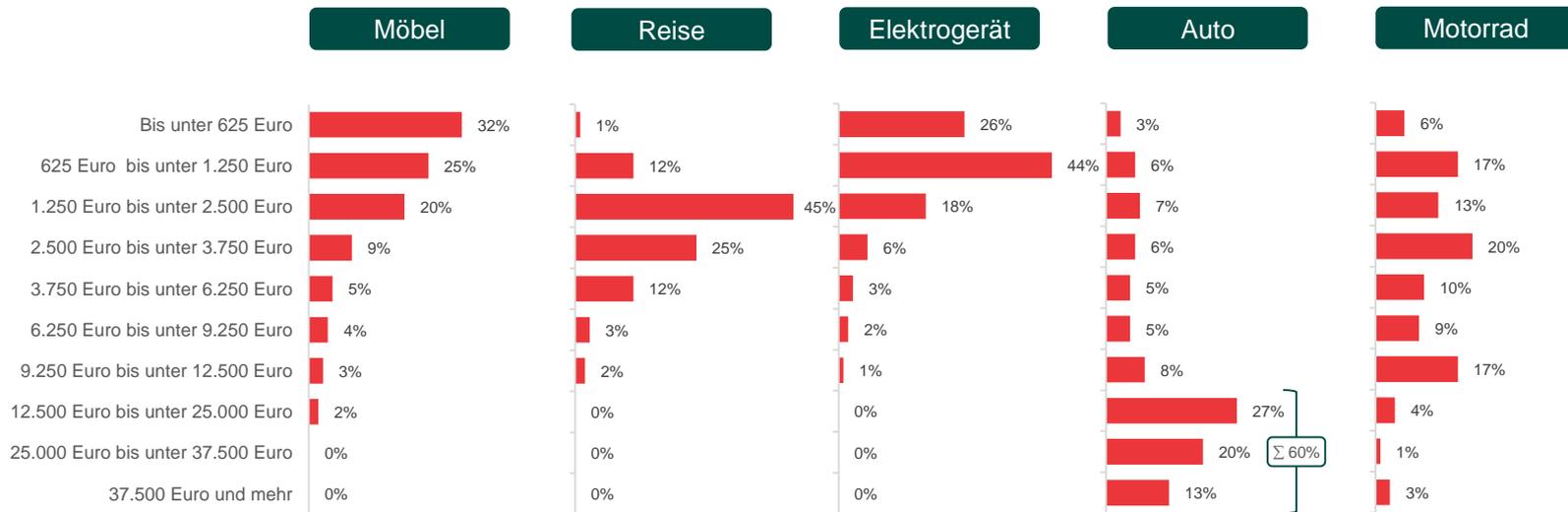
Möbelkauf geplant



Basis: Autokauf / Motorradkauf / Möbelkauf geplant, N = 300 / N = 70 / N = 663 (Auto-, Motorradkauf: Einfachnennung, Möbelkauf: Mehrfachnennung)
Frage 5. Möchten Sie ein neues oder ein gebrauchtes Auto / Motorrad kaufen? / Welche Möbel möchten Sie kaufen?

Verbraucherindex – Herbst 2018

Ausgabepotenzial: Sechs von zehn Autokäufern rechnen mit einem Anschaffungsbetrag von mehr als 12.500 Euro.



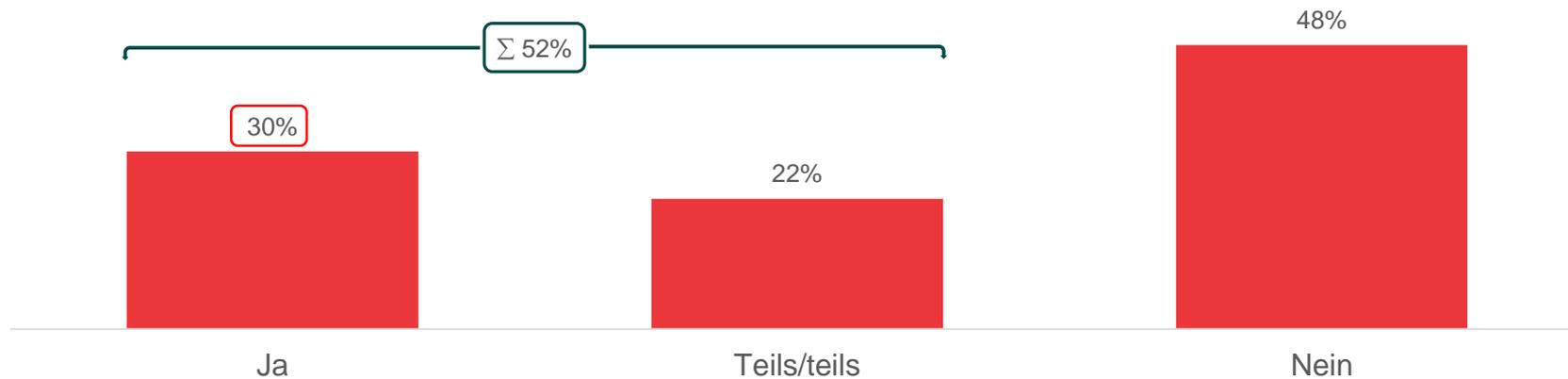
Basis: Möbelkauf / Reise / Elektrogerätekauf / Autokauf / Motorradkauf geplant, N = 663 / N = 529 / N = 524 / N = 300 / N = 70 (Einfachnennung)

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 2018

Kreditfinanzierung: Etwa die Hälfte der deutschen Konsumenten könnte sich vorstellen, eine größere Anschaffung über einen Kredit zu finanzieren.

Bereitschaft zur Kreditfinanzierung

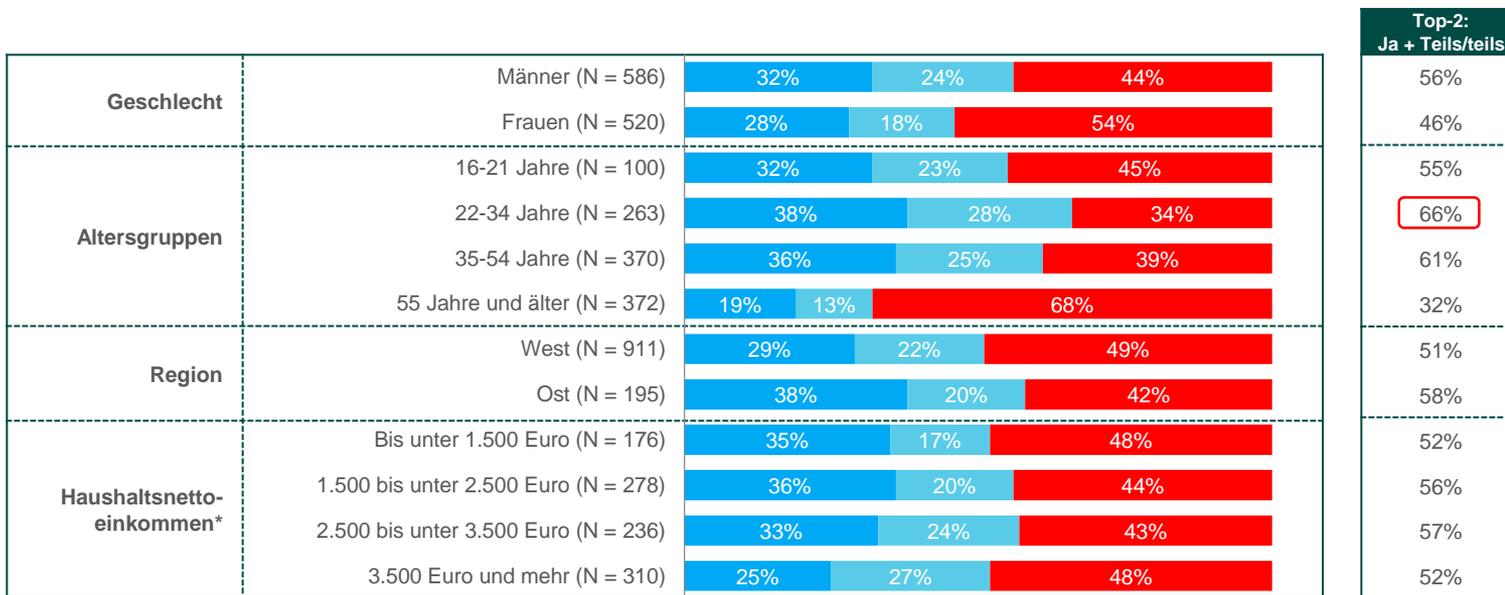


Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.106 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

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



*ohne „Keine Angabe“ (N = 207)

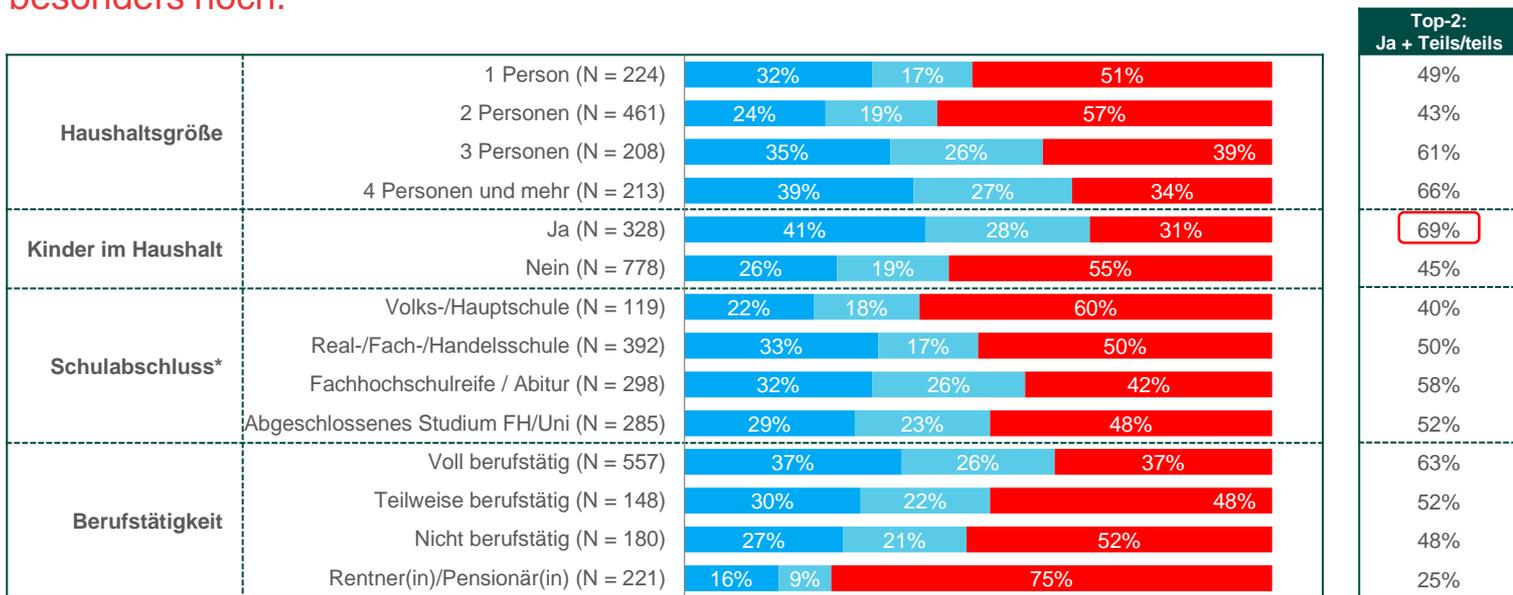
■ Ja ■ Teils/teils ■ Nein

Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.106 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Kreditfinanzierung: Bei Personen mit Kindern ist die Bereitschaft für eine Kreditfinanzierung besonders hoch.



*ohne „Kein allgemeiner Schulabschluss“ (N = 17)

■ Ja ■ Teils/teils ■ Nein

Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.106 (Einfachnennung)

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Zusatzfragen

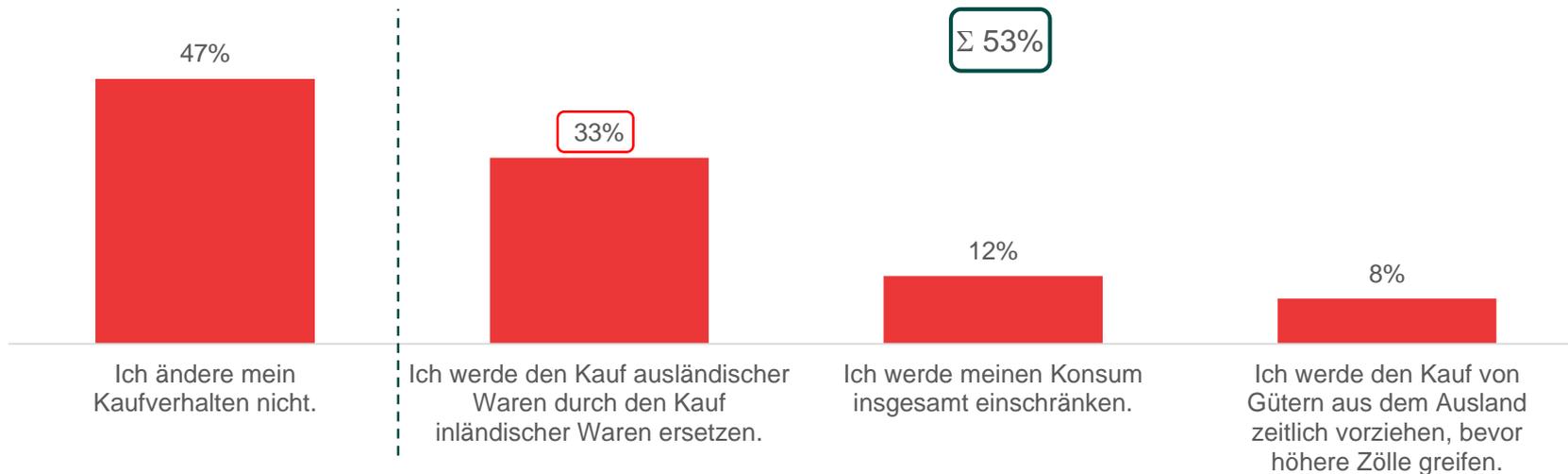
-
- Einfluss des Handelsstreits auf das Kaufverhalten
 - Ausgaben in der Weihnachtszeit
 - Verwendung von Weihnachtsgeld

03

Verbraucherindex – Herbst 2018

Einfluss des Handelsstreits auf das Kaufverhalten: Jeder dritte Deutsche will zukünftig auf den Kauf ausländischer Waren verzichten.

Änderung des Kaufverhalten



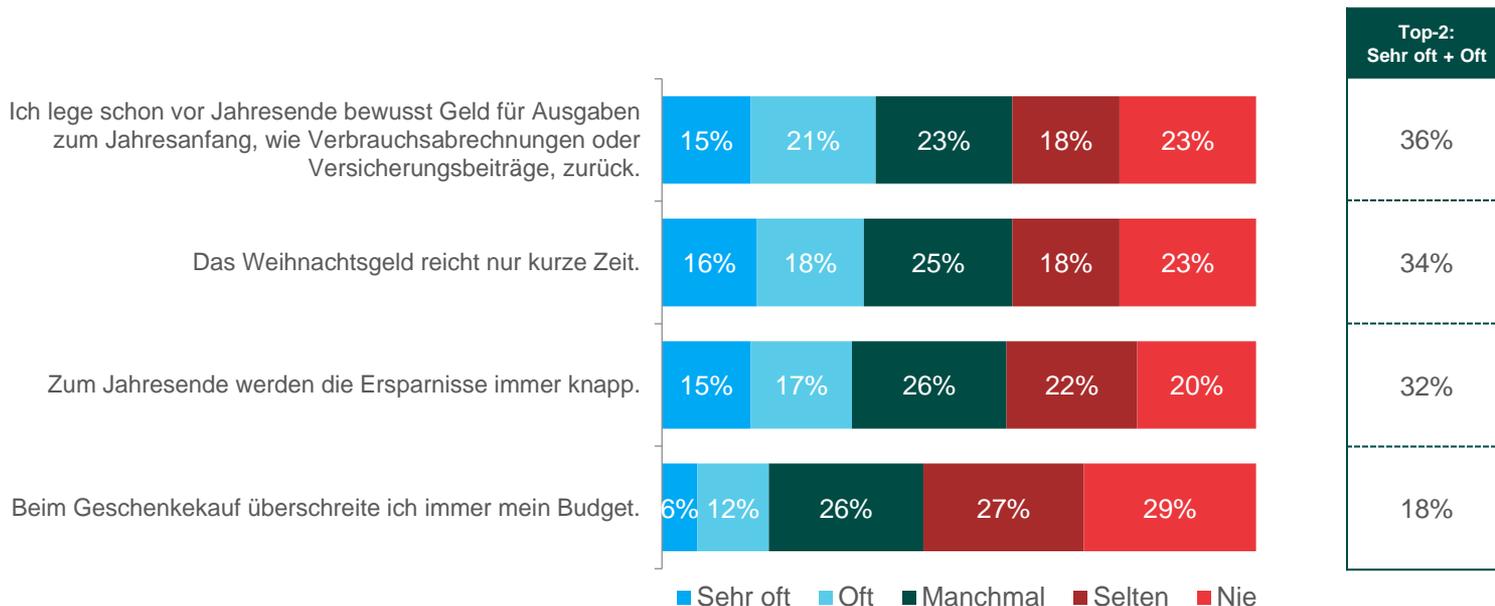
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 1. Der Handelsstreit zwischen den USA, China und der EU droht zu eskalieren. Höhere Zölle könnten die Einfuhren für die Bundesbürger und damit ausländische Erzeugnisse verteuern.

Welchen Einfluss hat dies auf Ihr Kaufverhalten?

Verbraucherindex – Herbst 2018

Ausgaben in der Weihnachtszeit: Besonders zum Jahresende neigen die Deutschen zum Sparen.



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

Zusatzfrage 2. Wenn Sie einmal an Ihre Ausgaben in der Weihnachtszeit denken: Inwieweit treffen die nachfolgenden Aussagen auf Sie zu?

Verbraucherindex – Herbst 2018

Ausgaben in der Weihnachtszeit: Vor allem bei Personen mit Kindern im Haushalt wird am Ende des Jahres das Geld knapp.

Einfluss des Handelsstreits auf das Kaufverhalten

Top-2: Sehr oft + Oft	Total	Kinder im Haushalt		Alter				Haushaltsnettoeinkommen*			
		Ja	Nein	16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre Und älter	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	457	1.543	140	376	639	845	458	556	371	408
Ich lege schon vor Jahresende bewusst Geld für Ausgaben zum Jahresanfang, wie Verbrauchsabrechnungen oder Versicherungsbeiträge, zurück.	36%	37%	35%	28%	38%	37%	35%	34%	38%	37%	38%
Das Weihnachtsgeld reicht nur kurze Zeit.	34%	42%	31%	33%	37%	40%	28%	45%	36%	33%	24%
Zum Jahresende werden die Ersparnisse immer knapp.	32%	38%	31%	34%	31%	33%	32%	49%	34%	27%	18%
Beim Geschenkekauf überschreite ich immer mein Budget.	18%	27%	15%	23%	25%	21%	12%	17%	17%	19%	22%

5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

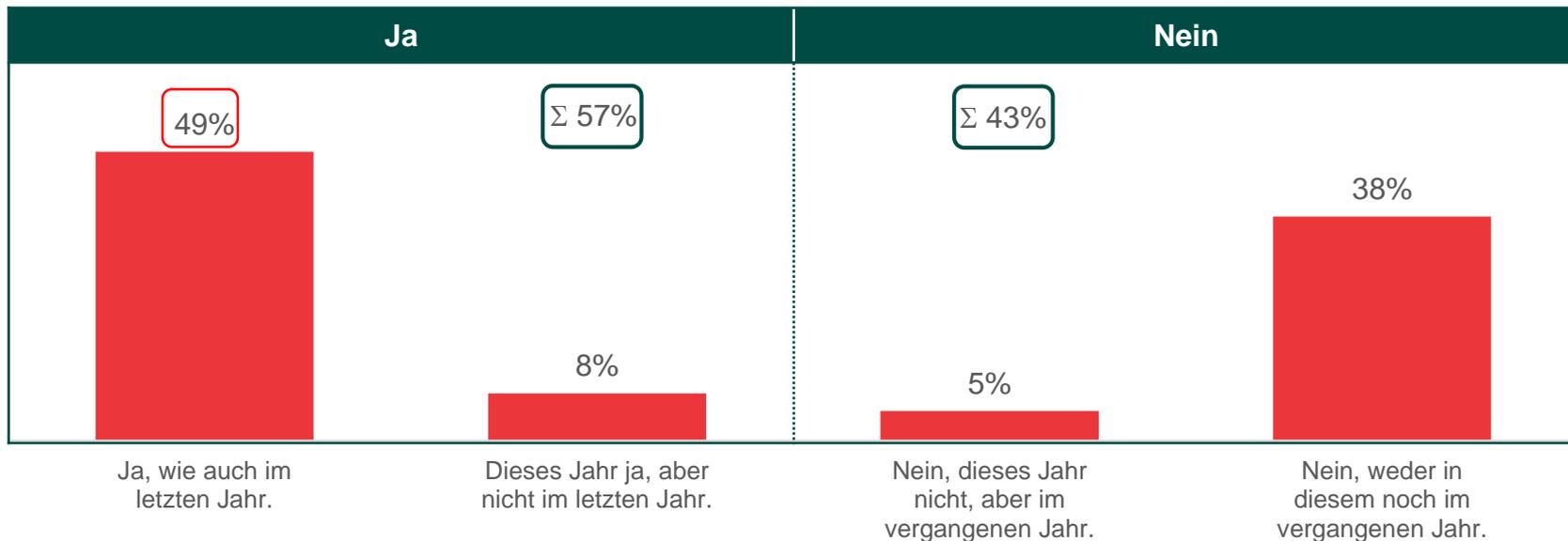
5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

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

Zusatzfrage 2. Wenn Sie einmal an Ihre Ausgaben in der Weihnachtszeit denken: Inwieweit treffen die nachfolgenden Aussagen auf Sie zu?

Verbraucherindex – Herbst 2018

Verwendung von Weihnachtsgeld: Etwa jeder zweite Arbeitnehmer bekommt regelmäßig Weihnachtsgeld ausbezahlt.



Basis: Berufstätige, N = 1.090 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 3. Bekommen Sie in diesem Jahr von Ihrem Arbeitgeber Weihnachtsgeld ausbezahlt?

Verbraucherindex – Herbst 2018

Verwendung von Weihnachtsgeld: Weihnachtsgeld wird in erster Linie für Weihnachten ausgegeben.



Basis: Berufstätige, die Weihnachtsgeld bekommen, N = 625 (Mehrfachnennung)
Zusatzfrage 4. Was werden Sie dieses Jahr mit dem Weihnachtsgeld machen?

Verbraucherindex – Herbst 2018

Verwendung von Weihnachtsgeld: Besonders wenn Kinder im Haushalt leben, wird das Weihnachtsgeld vorwiegend für Weihnachten ausgegeben.

	Total	Geschlecht		Haushaltsnettoeinkommen*				Kinder im Haushalt	
		Männer	Frauen	Bis unter 1.500 Euro	1.500 bis unter 2.500 Euro	2.500 bis unter 3.500 Euro	3.500 Euro und mehr	Ja	Nein
Basis (Fallzahl)	625	344	281	69	186	127	206	205	420
Für Weihnachten ausgeben (Geschenke, Dekorationen, Weihnachtsessen etc.).	39%	37%	41%	25%	43%	37%	44%	47%	35%
Sparen für größere Ausgaben.	29%	28%	31%	26%	30%	24%	34%	24%	31%
Nichts besonderes, auf mein/unser Konto einzahlen und für die laufenden Ausgaben verwenden.	28%	28%	28%	28%	27%	33%	25%	21%	31%
Für mich persönlich etwas kaufen.	26%	25%	27%	32%	24%	24%	28%	26%	26%
Anlegen, z.B. für die Altersvorsorge, Aktien o.ä.	12%	17%	7%	4%	13%	13%	13%	15%	11%
Mein Konto/Dispo ausgleichen.	11%	12%	10%	12%	12%	13%	10%	13%	10%
Als Sondertilgung für einen Kredit oder eine Immobilienfinanzierung nehmen.	8%	10%	6%	4%	9%	9%	9%	12%	6%
Weiß ich noch nicht.	7%	7%	7%	7%	5%	6%	6%	5%	8%

5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Basis: Berufstätige, die Weihnachtsgeld bekommen, N = 625 (Mehrfachnennung)
Zusatzfrage 4. Was werden Sie dieses Jahr mit dem Weihnachtsgeld machen?

Verbraucherindex – Herbst 2018

Statistik

04

Verbraucherindex – Herbst 2018

Statistik

Geschlecht	
Männlich	49%
Weiblich	51%
Alter	
16-21 Jahre	7%
22-34 Jahre	19%
35-54 Jahre	32%
55 Jahre und älter	42%
Schulabschluss	
Kein allgemeiner Schulabschluss	1%
Volks-/Hauptschule	15%
Real-/Fach-/Handelsschule	38%
Fachhochschulreife / Abitur	23%
Abgeschlossenes Studium FH/Uni	23%

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	5%
1.750 bis unter 2.000 Euro	7%
2.000 bis unter 2.250 Euro	8%
2.250 bis unter 2.500 Euro	8%
2.500 bis unter 3.500 Euro	19%
3.500 bis unter 5.000 Euro	14%
5.000 Euro und mehr	6%
Keine Angabe	9%

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

Verbraucherindex – Herbst 2018

Statistik

Haushaltsgröße	
1 Person	28%
2 Personen	42%
3 Personen	16%
4 Personen und mehr	14%
Kinder unter 18 Jahren im Haushalt	
Ja	23%
Nein	77%
Berufstätigkeit	
Ja, voll berufstätig	40%
Ja, teilweise berufstätig	14%
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)	7%

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!

Sandra Hilpert
Unternehmenskommunikation
Creditplus Bank AG
Augustenstr. 7
70178 Stuttgart

Tel: 0711 6606-640
Fax: 0711 6606-870
E-Mail: Sandra.Hilpert@creditplus.de

www.creditplus.de