

# Creditplus

## VERBRAUCHERINDEX

FRÜHJAHR 2019

---

März 2019

# Verbraucherindex – Frühjahr 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:** 4. bis 15. Februar 2019

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## Kernergebnisse der Befragung

### Der Creditplus-Verbraucherindex: Steigende 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 Creditplus-Verbraucherindex führt im Frühjahr 2019 seinen kontinuierlichen Aufwärtstrend fort. Mit einem Plus von 1,2 Punkten liegt er merklich über dem Niveau vom Herbst 2018 und damit erneut deutlich über der 100-Punkte-Schwelle (S. 11). Die Deutschen blicken in diesem Frühjahr etwas optimistischer in die Zukunft als noch vor einem halben Jahr (S. 12), außerdem zeigen sie sich in etwa auf dem gleichen Niveau weiterhin konsumfreudig (S. 17). Auch das Anschaffungspotenzial ist leicht gestiegen (S. 22).

### Zukunftserwartung: Lebensstandard und Einkommen der nächsten Monate

Mehr als drei Viertel der Deutschen sehen optimistisch in ihre finanzielle Zukunft (S. 12). Mit einem Anteil von 85 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 und Singles zählen dagegen eher zu den pessimistischen Bevölkerungsgruppen. Sie sorgen sich vergleichsweise häufig um die Entwicklung ihres Lebensstandards (S. 14).

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## Kernergebnisse der Befragung

### **Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Lust auf Konsum und die finanziellen Möglichkeiten**

Deutsche Konsumenten zeigen sich nach wie vor konsumfreudig. 68 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): Etwa jeder zweite Bundesbürger würde gerne mehr Geld ausgeben, wenn er die Möglichkeit dazu hätte. Die Gruppe der "Eingeschränkten Konsumenten" bildet somit den größten Teil in der Bevölkerung. Nur knapp jeder Fünfte verfügt über ausreichend finanzielle Möglichkeiten, um seiner Konsumfreude uneingeschränkt nachgehen zu können (S. 16). Frauen haben eine deutlich höhere Konsumneigung als Männer und gleichzeitig eine geringere Konsummöglichkeit (S. 17).

### **Anschaffungspotenzial: Der Sparstrumpf für unerwartete Ausgaben**

Zwar steigt das Anschaffungspotenzial der Deutschen seit dem Frühjahr 2017 weiterhin an (S. 22), dennoch würden drei von zehn Bundesbürgern an finanzielle Grenzen stoßen, wenn eine unerwartete Ausgabe auf sie zukommt. Jedem Fünften stünden für solche ungeplanten Belastungen weniger als 625 Euro zur Verfügung. Etwa jeder Zehnte verfügt sogar über gar keine Rücklagen (S. 21). Am besten sind Akademiker und voll Berufstätige auf unerwartete Ausgaben vorbereitet (S. 24).

# Verbraucherindex – Frühjahr 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 Frühjahr sind deutsche Verbraucher mit ihren Anschaffungsplänen deutlich offensiver als noch vor einem halben Jahr. 61 Prozent der Deutschen haben in den nächsten drei Monaten eine oder mehrere größere Anschaffungen geplant (+ 6 Prozentpunkte; S. 31). Dadurch steigt das Ausgabepotenzial von 2,27 auf 2,46 Punkte (S. 28). Ein gleichzeitig ansteigender Verbraucherindex lässt den Creditplus-Branchenindex von 96,8 auf 101,4 Punkte steigen. Er liegt damit das erste Mal seit Untersuchungsbeginn im Frühjahr 2015 über der 100-Punkte-Schwelle (Seite 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 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. Knapp 60 Prozent der Autokäufer rechnen mit einem Anschaffungsbetrag von mehr als 12.400 Euro (S. 34). Ein Neuwagen wird dabei eindeutig bevorzugt (S. 33).

Eine Reise möchte sich jeder Dritte in den nächsten drei Monaten leisten (S. 30). Dieser Konsumwunsch ist im Vergleich zum Vorjahr am stärksten gestiegen (S. 32).

Zweitweise bestehende finanzielle Engpässe scheinen die Kauflaune der Deutschen wenig zu trüben. So kann sich knapp jeder Zweite mit Kaufabsicht vorstellen, für größere Anschaffungen eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen (S. 35). Besonders hoch ist die Bereitschaft einer Kreditfinanzierung bei Deutschen zwischen 22 und 34 Jahren (S. 37).

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## Kernergebnisse der Befragung

### Die Konjunktur kühlt ab, die Deutschen interessiert es nur bedingt

Die deutsche Konjunktur kühlt ab, die Wirtschaftsdaten verschlechtern sich. Mehr als die Hälfte der Bundesbürger fühlt sich davon nicht betroffen und will seine Konsumausgaben nicht verändern (S. 39). Vor allem Deutsche mit höherem Haushaltsnettoeinkommen zeigen sich unbeeindruckt und wollen weiterhin an ihrem gewohnten Konsum festhalten (S. 40).

### Konsum von Elektrogeräten: Smartphones werden gerne zeitig ersetzt

Knapp jeder zweite Bundesbürger kauft sich in einem Zeitraum von unter drei Jahren ein neues Smartphone. Nur ein Viertel kauft sich erst dann ein neues Smartphone, wenn sein bisheriges nicht mehr funktioniert. Dagegen werden Waschmaschine, Geschirrspüler und kleine Küchengeräte deutlich länger genutzt. Mehr als jeder Zweite kauft sich diese erst neu, wenn sie kaputt gegangen sind (S. 41).

### Smartphone auch gerne im Urlaub

Im Urlaub verzichten nur wenige Bundesbürger auf ihr Smartphone (21%). Vier von zehn Deutschen prüfen auch im Urlaub ihre privaten E-Mails und Nachrichten. Drei von zehn Befragten nutzen es auch direkt für den Urlaub, z. B. Reise-Apps, Stadtpläne oder für Restaurantreservierungen (S. 43). Unter 35-Jährige schalten ihr Smartphone im Urlaub seltener aus, sind aber deutlich häufiger davon genervt, wenn Partner oder Kinder es nutzen (S. 44).

### Haustier-Roboter: Für Deutsche kaum vorstellbar

Fast neun von zehn Deutschen können sich einen Roboter als Haustierersatz kaum vorstellen, vor allem weil sie diese Möglichkeit aus Prinzip ablehnen (50%; S. 45). Die Abneigung gegen Roboter als Haustiere nimmt mit steigendem Alter zu (S. 46).



# Agenda

Verbraucherindex – Frühjahr 2019

- Der Creditplus-Verbraucherindex**  
Zukunftserwartung  
Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit  
Anschaffungspotenzial
  
- Der Creditplus-Branchenindex**  
Kaufabsichten  
Ausgabepotenzial  
Kreditfinanzierung
  
- Zusatzfragen**  
Konsumverhalten bei abkühlender Konjunktur  
Konsum von Elektrogeräten  
Smartphone im Urlaub  
Roboter als Haustiere
  
- Statistik**

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## Der Creditplus-Verbraucherindex

- 
- Zukunftserwartung
  - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
  - Anschaffungspotenzial

01

# Verbraucherindex – Frühjahr 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 – Frühjahr 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.
<b>Aktueller Mittelwert</b>	<b>1,91</b>	<b>Aktueller Mittelwert</b>	<b>1,77</b>	<b>Aktueller Mittelwert</b>	<b>2,03</b>

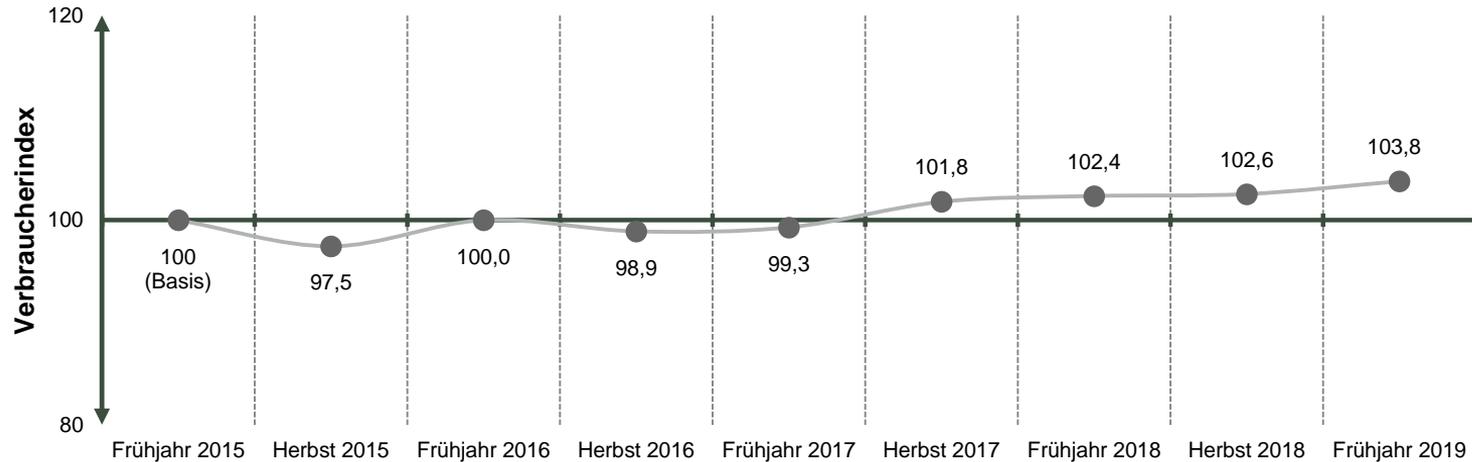
Das aktuelle Konsumklima errechnet sich über die Addition der aus den drei Variablen gebildeten Mittelwerten:

$$1,91 + 1,74 + 2,03 = 5,71$$

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

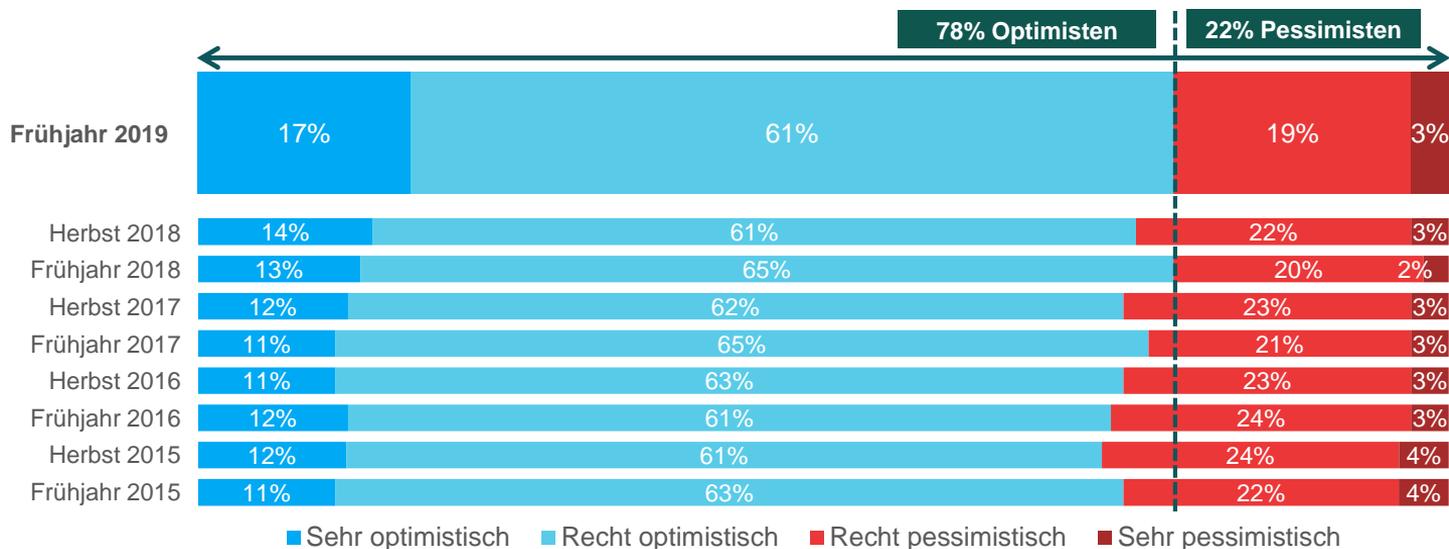
# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

Der Creditplus-Verbraucherindex setzt den Aufwärtstrend fort.



# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Zukunftserwartung:** Mehr als drei Viertel der Deutschen sind optimistisch, was ihren eigenen Lebensstandard angeht.

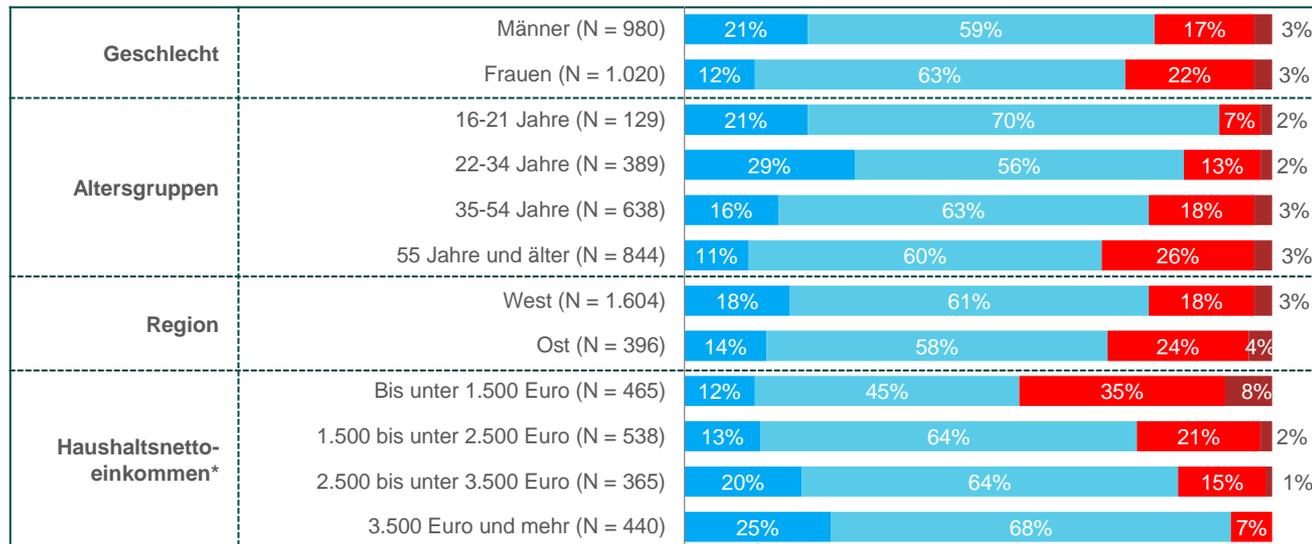


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

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



Optimisten	Pessimisten
80%	20%
75%	25%
91%	9%
85%	15%
79%	21%
71%	29%
79%	21%
72%	28%
57%	43%
77%	23%
84%	16%
93%	7%

\*ohne „Keine Angabe“ (N = 192)

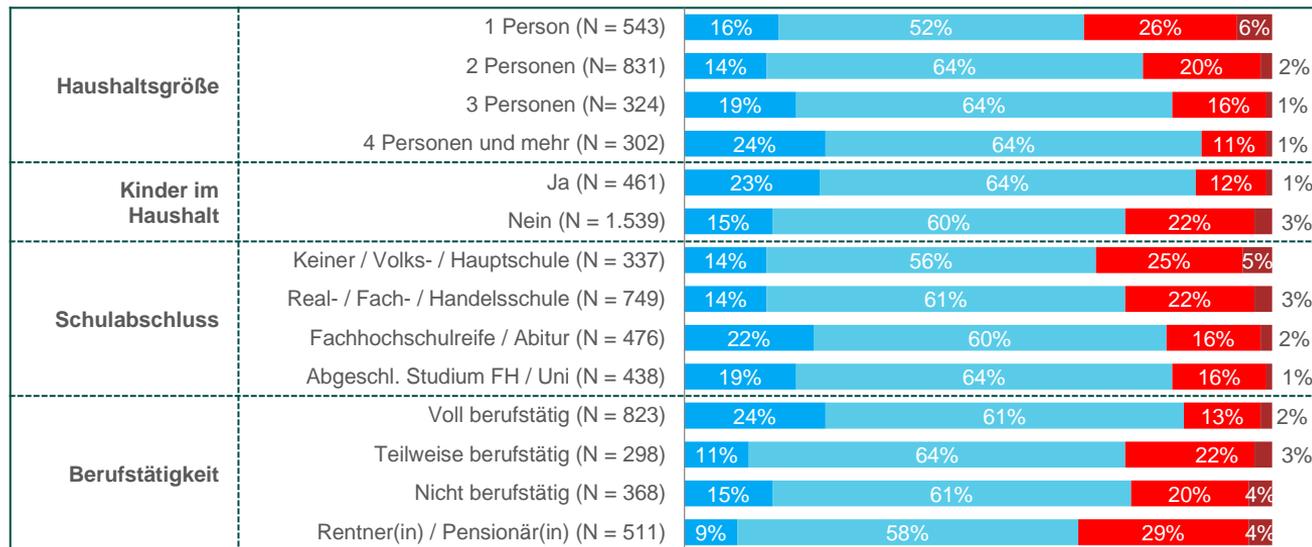
■ Sehr optimistisch ■ Recht optimistisch ■ Recht pessimistisch ■ Sehr pessimistisch

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 2019

**Zukunftserwartung:** Singles und Rentner machen sich tendenziell häufiger Sorgen um ihre finanzielle Zukunft.



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

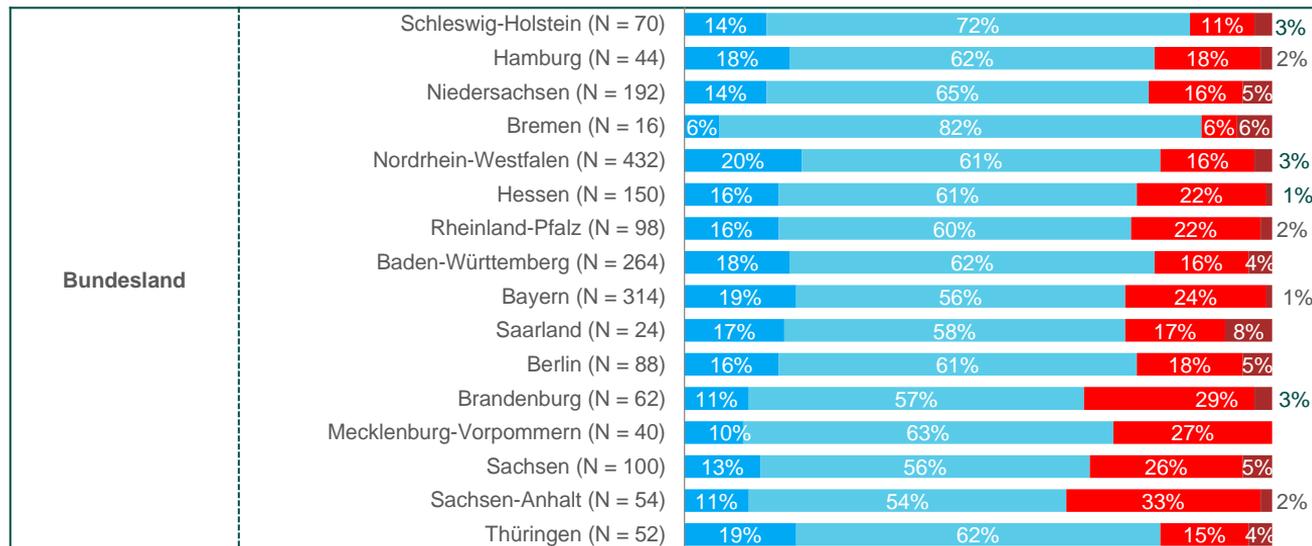
Optimisten	Pessimisten
68%	32%
78%	22%
83%	17%
88%	12%
87%	13%
75%	25%
70%	30%
75%	25%
82%	18%
83%	17%
85%	15%
75%	25%
76%	24%
67%	33%

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 2019

**Zukunftserwartung:** Vor allem Bundesbürger aus Brandenburg, Sachsen und Sachsen-Anhalt erwarten eine negative Entwicklung ihres zukünftigen Lebensstandards.



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

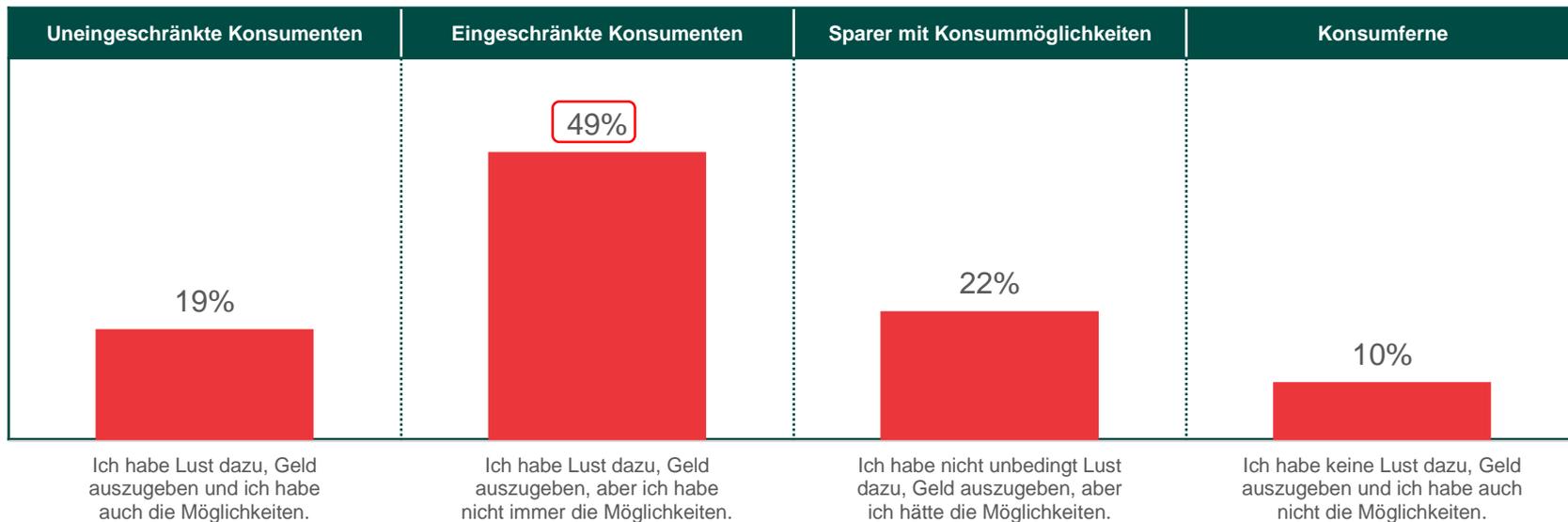
Optimisten	Pessimisten
86%	14%
80%	20%
79%	21%
88%	12%
81%	19%
77%	23%
76%	24%
80%	20%
75%	25%
75%	25%
77%	23%
68%	32%
73%	27%
69%	31%
65%	35%
81%	19%

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 2019

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

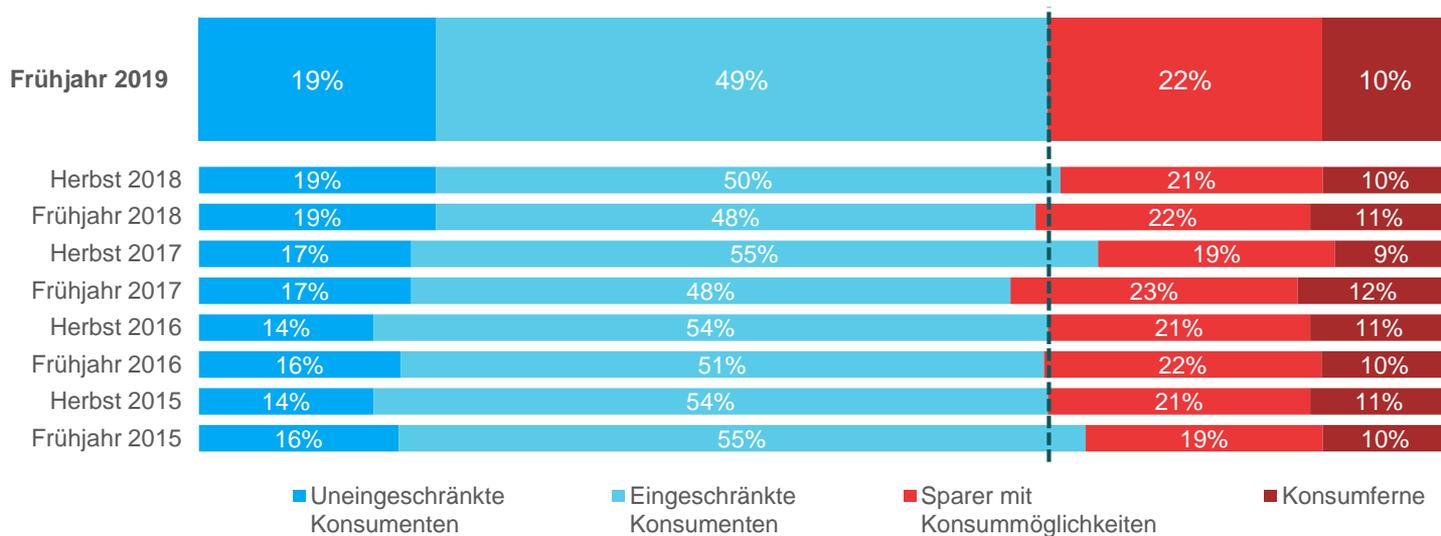


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit: Deutsche zeigen sich weiterhin konsumfreudig.

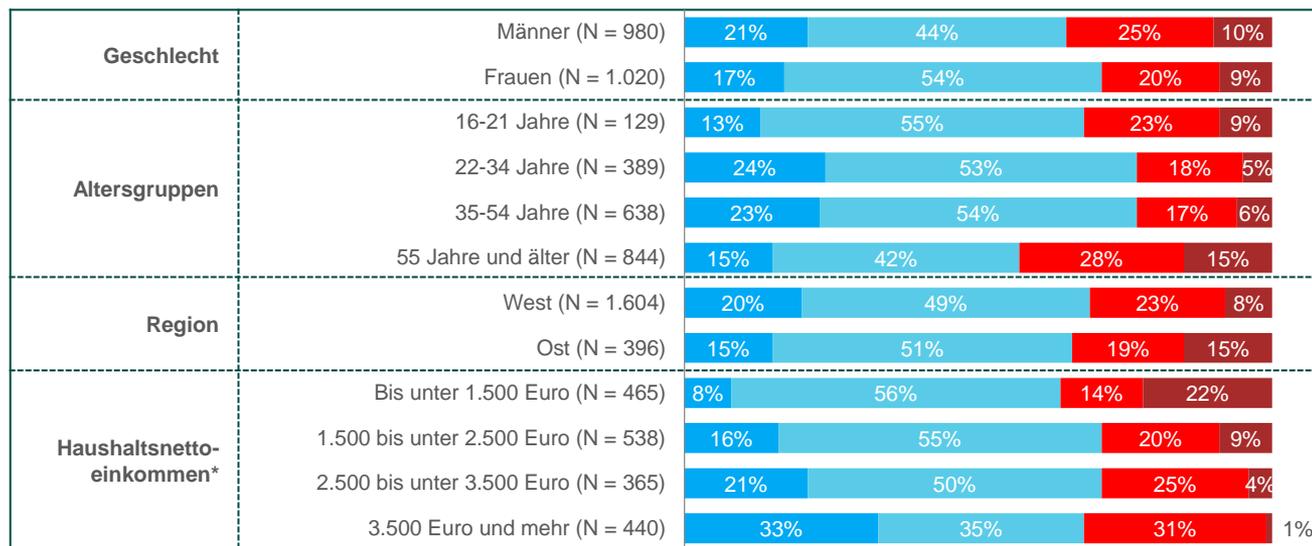


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit:** Frauen haben eine deutlich höhere Konsumneigung und eine deutlich geringere Konsummöglichkeit als Männer.



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
65%	46%
71%	37%
68%	36%
77%	42%
77%	40%
57%	43%
69%	43%
66%	34%
64%	22%
71%	36%
71%	46%
68%	64%

\*ohne „Keine Angabe“ (N = 192)

■ 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 2019

**Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit:** Mit Kindern im Haushalt ist die Konsumfreude deutlich ausgeprägter.

Kategorie	Subkategorie (N)	Anschaffungsneigung			
		Mit Lust, mit Geld	Mit Lust, kein Geld	Keine Lust, mit Geld	Keine Lust, kein Geld
Haushaltsgröße	1 Person (N = 543)	16%	50%	19%	15%
	2 Personen (N= 831)	18%	46%	26%	10%
	3 Personen (N= 324)	20%	52%	21%	7%
	4 Personen und mehr (N = 302)	25%	51%	20%	4%
Kinder im Haushalt	Ja (N = 461)	25%	55%	17%	3%
	Nein (N = 1.539)	17%	47%	24%	12%
Schulabschluss	Keiner / Volks- / Hauptschule (N = 337)	11%	53%	22%	14%
	Real- / Fach- / Handelsschule (N = 749)	17%	51%	21%	11%
	Fachhochschulreife / Abitur (N = 476)	23%	48%	22%	7%
	Abgeschl. Studium FH / Uni (N = 438)	25%	43%	25%	7%
Berufstätigkeit	Voll berufstätig (N = 823)	28%	47%	21%	4%
	Teilweise berufstätig (N = 298)	17%	53%	21%	9%
	Nicht berufstätig (N = 368)	10%	56%	21%	13%
	Rentner(in) / Pensionär(in) (N = 511)	12%	43%	27%	18%

Konsumneigung	Konsummöglichkeit
66%	35%
64%	44%
72%	41%
76%	45%
80%	42%
64%	41%
64%	33%
68%	38%
71%	45%
68%	50%
75%	49%
70%	38%
66%	31%
55%	39%

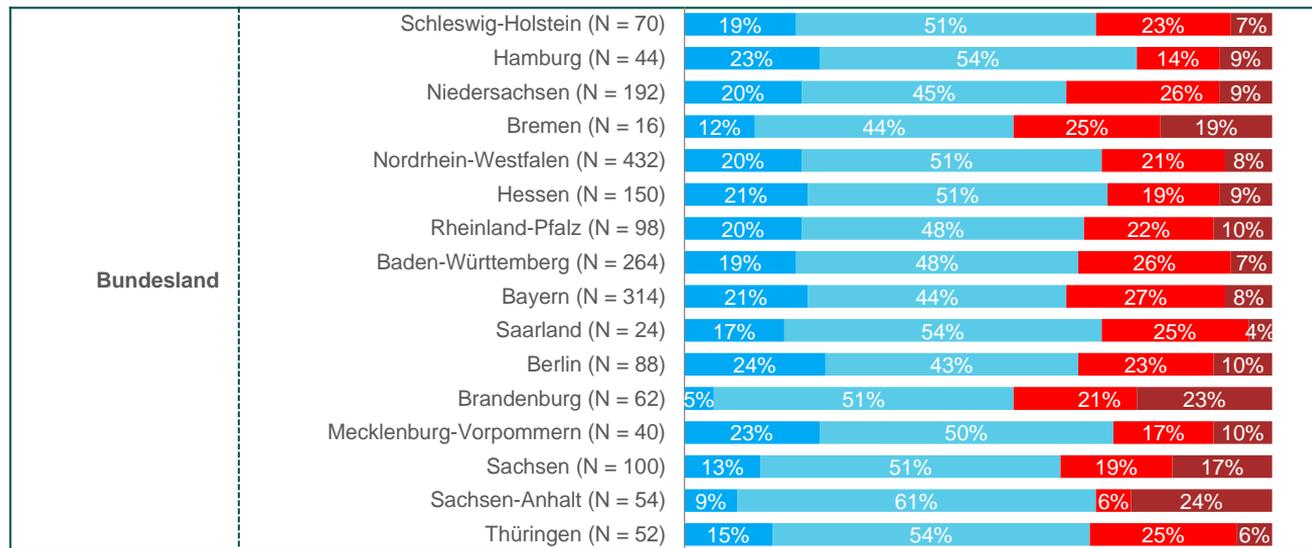
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit:** Bayern geben vergleichsweise ungern Geld aus, obwohl sie am ehesten die Möglichkeit dazu hätten.



Konsumneigung	Konsummöglichkeit
70%	42%
77%	37%
65%	46%
56%	37%
71%	41%
72%	40%
68%	42%
67%	45%
65%	48%
71%	42%
67%	47%
56%	26%
73%	40%
64%	32%
70%	15%
69%	40%

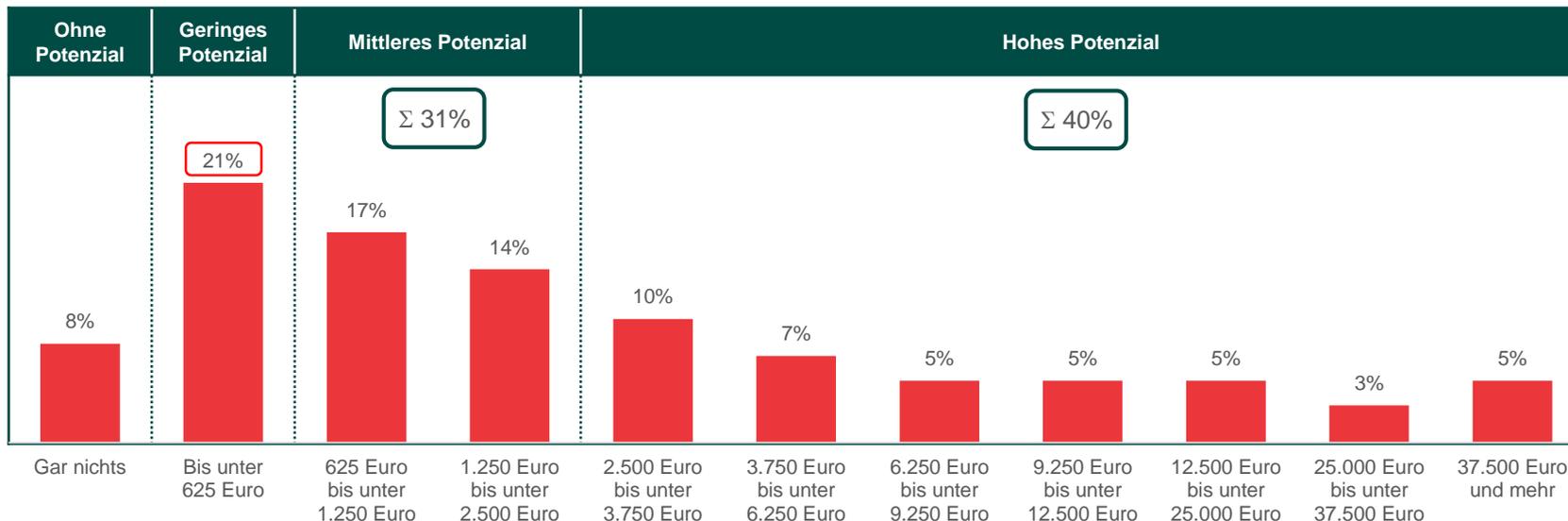
■ Mit Lust, mit Geld ■ Mit Lust, kein Geld ■ Keine Lust, mit Geld ■ Keine Lust, kein Geld

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Anschaffungspotenzial:** Jedem fünften Bundesbürger stünden für unerwartete Ausgaben weniger als 625 Euro zur Verfügung.

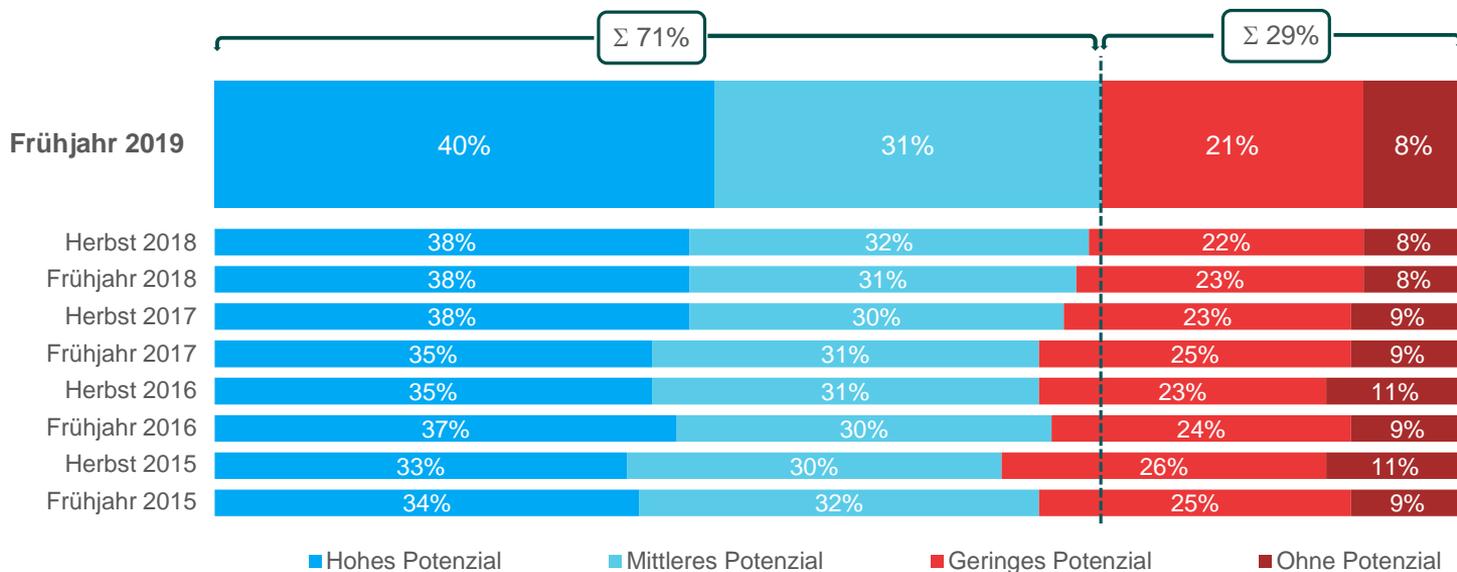


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 – Frühjahr 2019

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

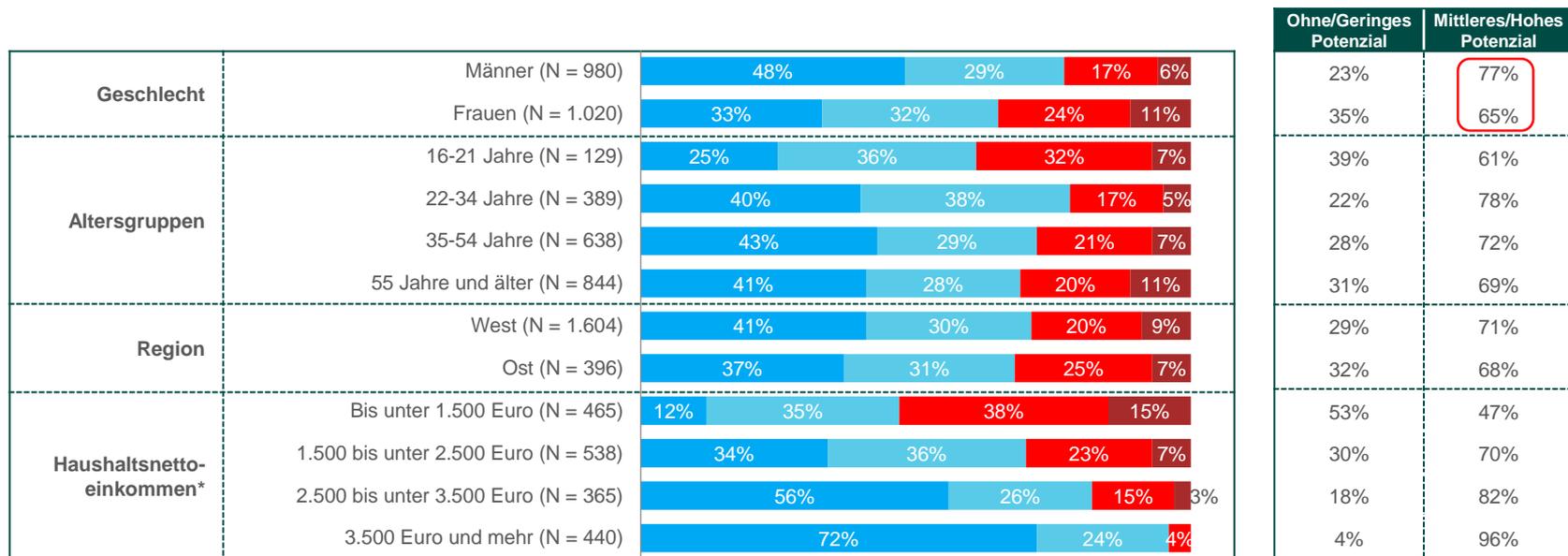


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 – Frühjahr 2019

**Anschaffungspotenzial: Männern steht mehr Geld zur Verfügung als Frauen.**



\*ohne „Keine Angabe“ (N = 192)

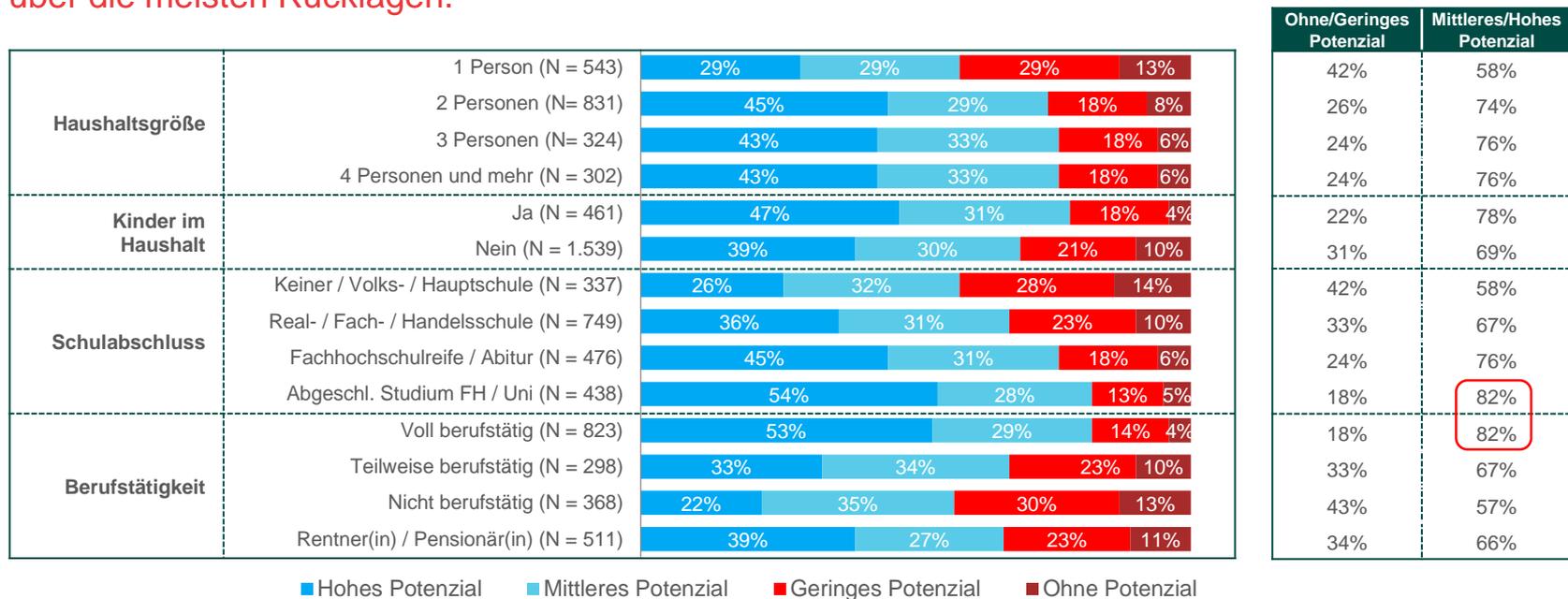
■ Hohes Potenzial   ■ Mittleres Potenzial   ■ Geringes Potenzial   ■ Ohne Potenzial

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 2019

**Anschaffungspotenzial: Akademiker und voll Berufstätige verfügen für unerwartete Ausgaben über die meisten Rücklagen.**

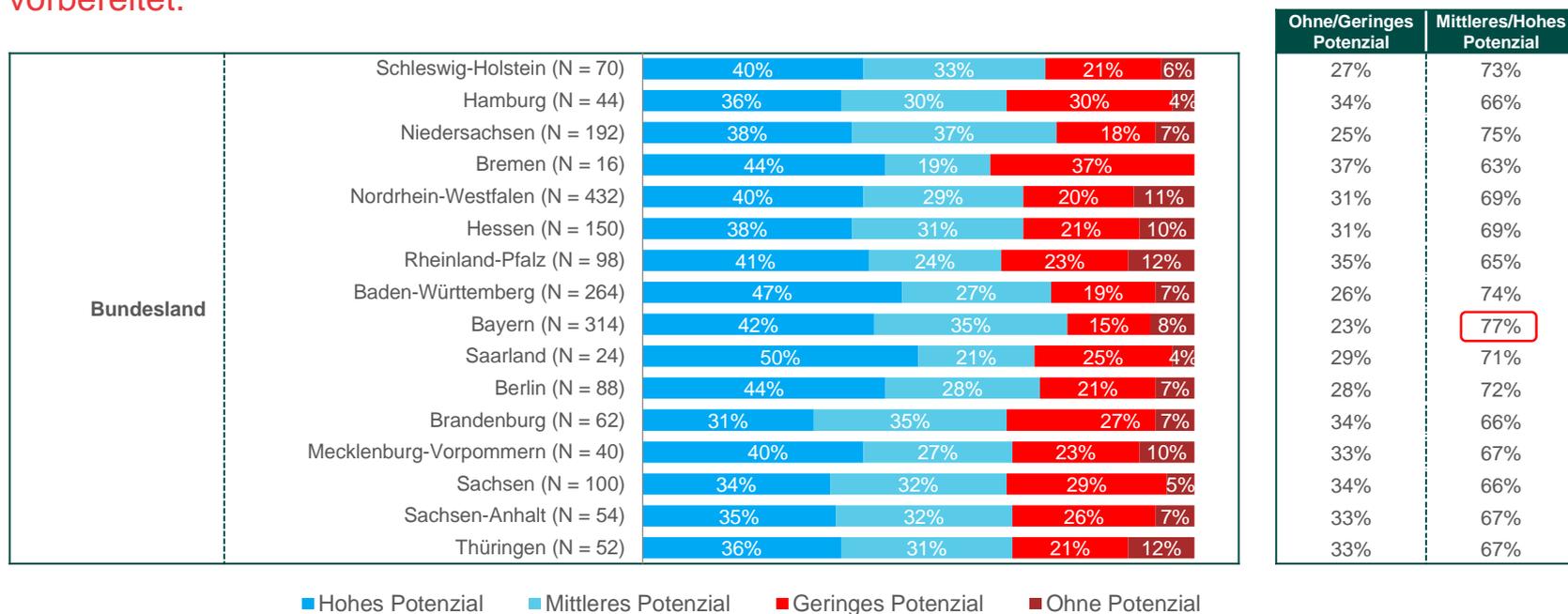


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2019

**Anschaffungspotenzial:** Befragte aus Bayern 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 – Frühjahr 2019

Der Creditplus-Branchenindex

- 
- Kaufabsichten
  - Ausgabepotenzial
  - Kreditfinanzierung

02

# Verbraucherindex – Frühjahr 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 – Frühjahr 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 (2,46) und Verbraucherindex (5,71).

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	0,44
Motorrad	0,06
Möbel	0,69
Elektrogerät	0,48
Reise	0,78
<b>Ausgabepotenzial gesamt</b>	<b>2,46</b>



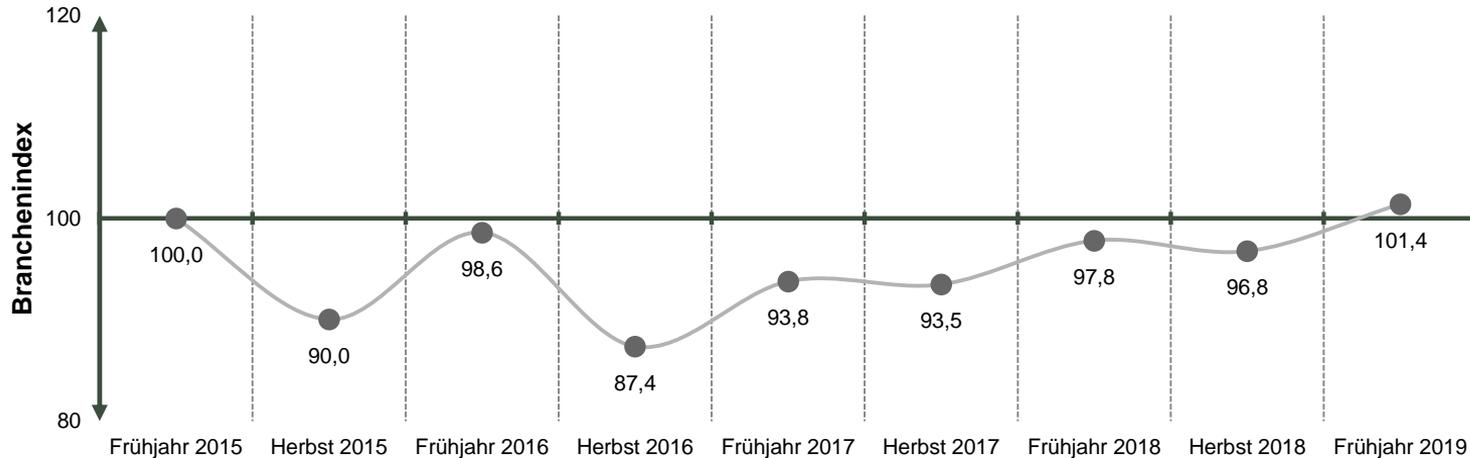
$$\text{Konsumneigung} = \sqrt{2,46 * 5,71} = 3,75$$

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## 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.

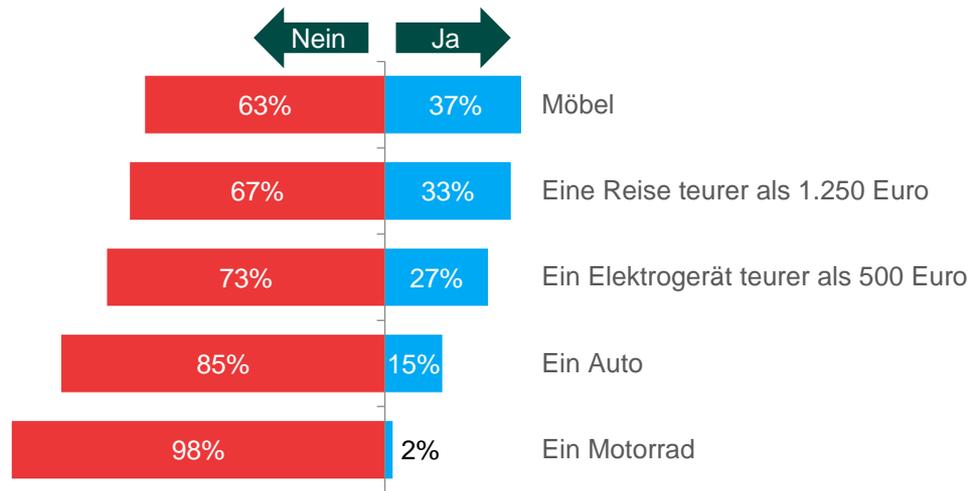
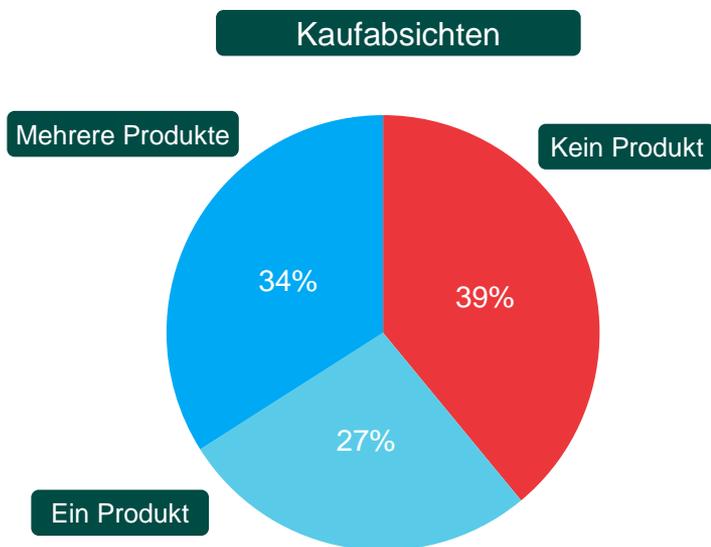
Im weiteren Verlauf bedeutet ein Wert  $> 100$  eine positive Entwicklung der Konsumneigung. Mit einem Wert  $< 100$  wird dagegen eine negative Entwicklung angezeigt.



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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Kaufabsichten:** Jeder dritte Deutsche hat in den nächsten drei Monaten mehrere größere Anschaffungen geplant.



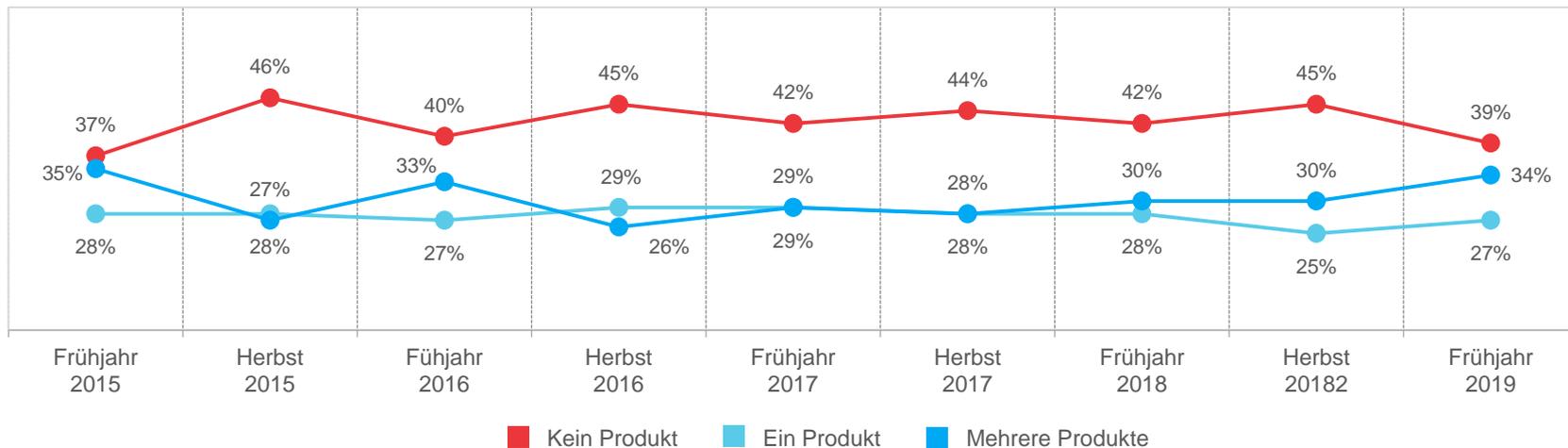
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Kaufabsichten:** In diesem Frühjahr sind die Deutschen mit ihren Anschaffungsplänen etwas offensiver als vor einem halben Jahr.

## Kaufabsichten



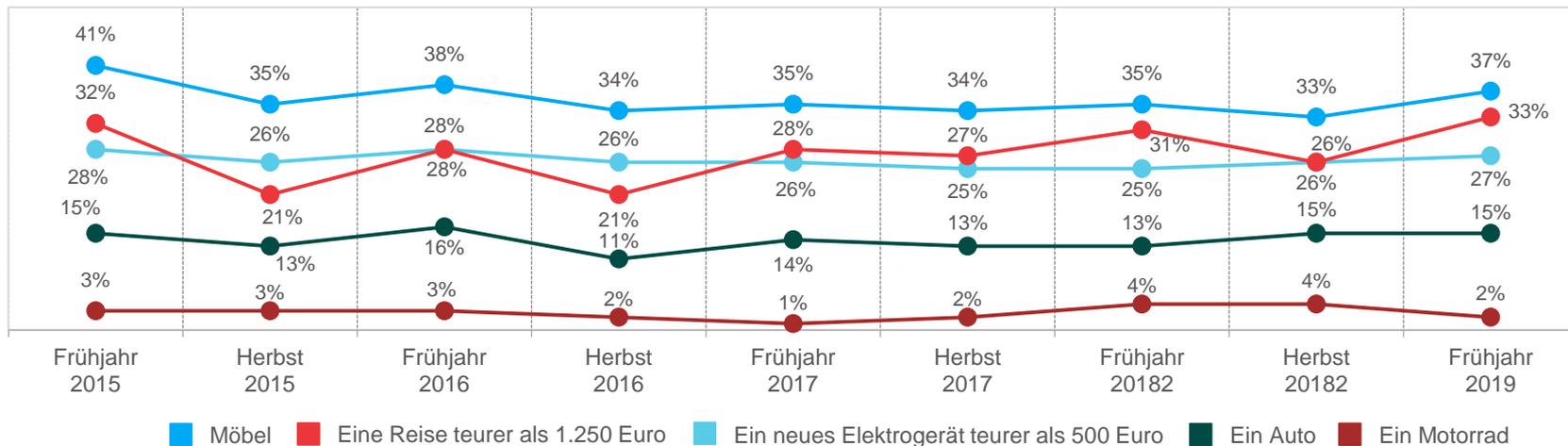
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Kaufabsichten:** Die Nachfrage nach Möbeln ist nach wie vor am höchsten. Das Vorhaben, Reisen teurer als 1.250 Euro zu buchen, ist am stärksten gestiegen.

## Geplante Anschaffungen



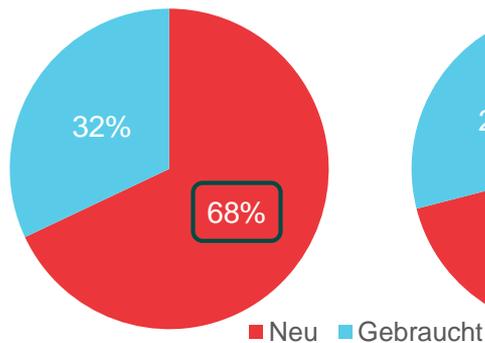
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

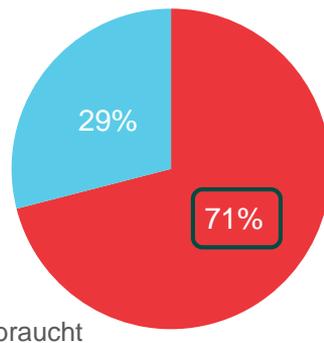
# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Kaufabsichten:** Rund sieben von zehn deutschen Verbrauchern bevorzugen beim Kauf eines Autos oder Motorrades ein neues Modell. Wohnzimmermöbel sind am stärksten gefragt.

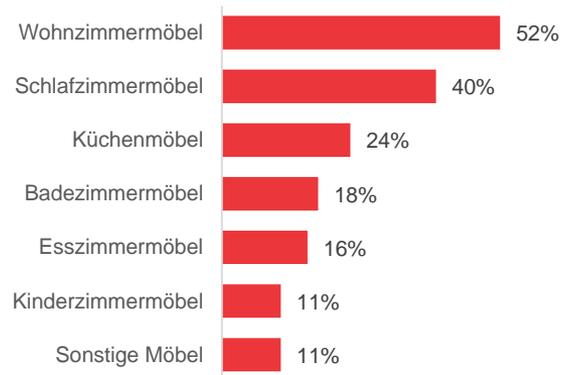
Autokauf geplant



Motorradkauf geplant



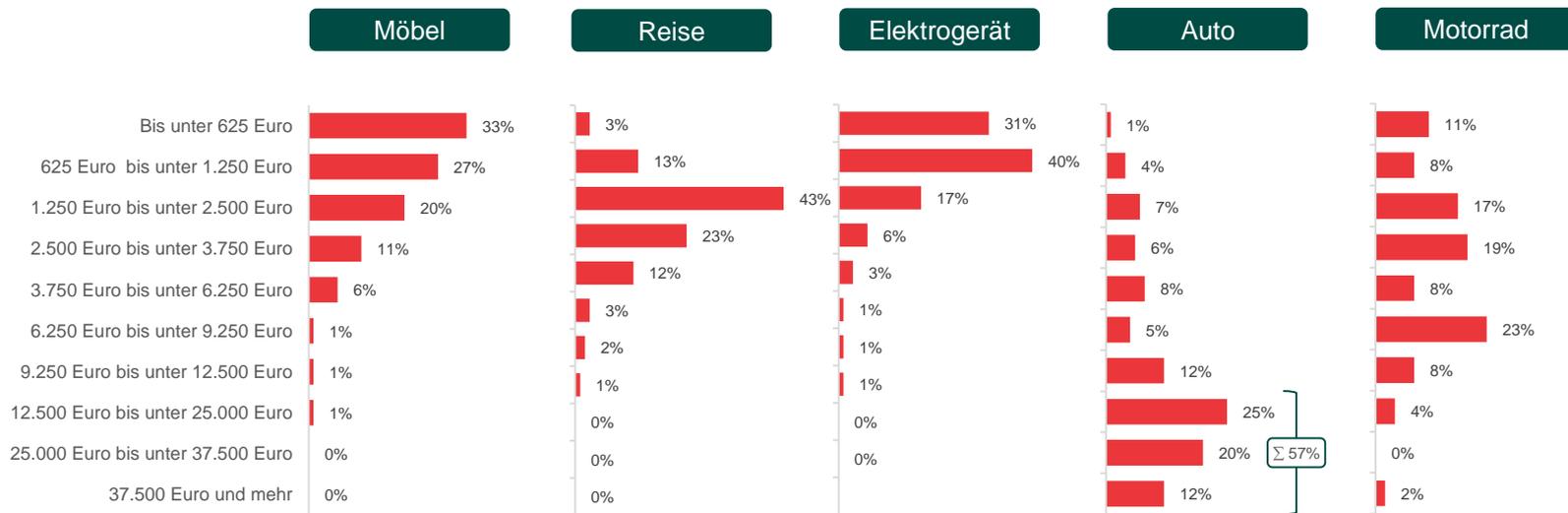
Möbelkauf geplant



Basis: Autokauf / Motorradkauf / Möbelkauf geplant, N = 309 / N = 48 / N = 739 (Auto-, Motorradkauf: Einfachnennung, Möbelkauf: Mehrfachnennung)  
Frage 5. Möchten Sie ein neues oder ein gebrauchtes Auto / Motorrad kaufen? / Welche Möbel möchten Sie kaufen?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Ausgabepotenzial:** Etwa sechs von zehn Autokäufern rechnen mit einem Anschaffungsbetrag von mehr als 12.500 Euro.



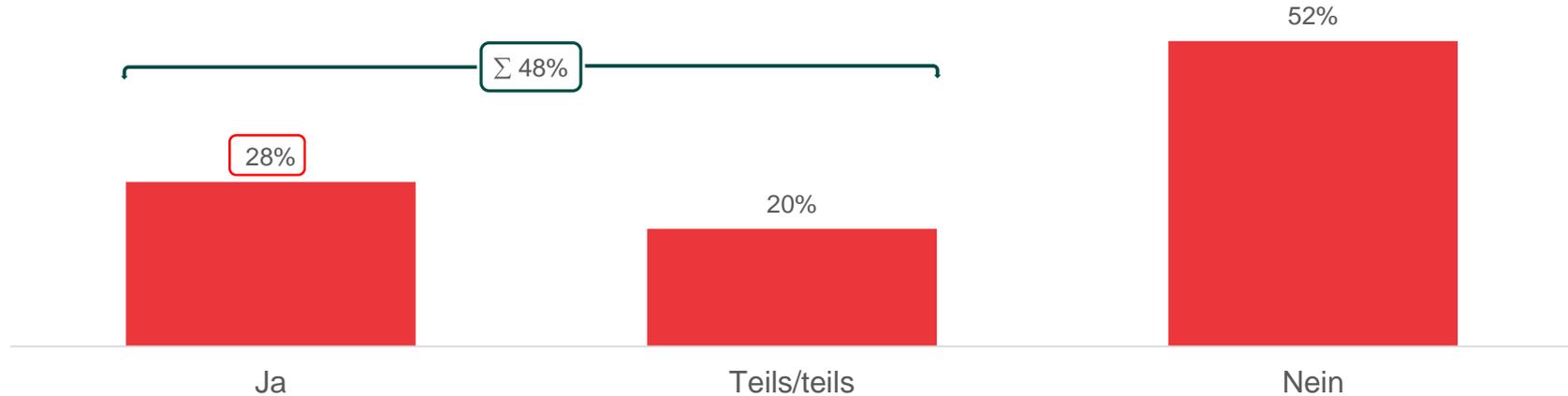
Basis: Möbelkauf / Reise / Elektrogerätekauf / Autokauf / Motorradkauf geplant, N = 739 / N = 654 / N = 531 / N = 309 / N = 48 (Einfachnennung)

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 – Frühjahr 2019

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

## Bereitschaft zur Kreditfinanzierung

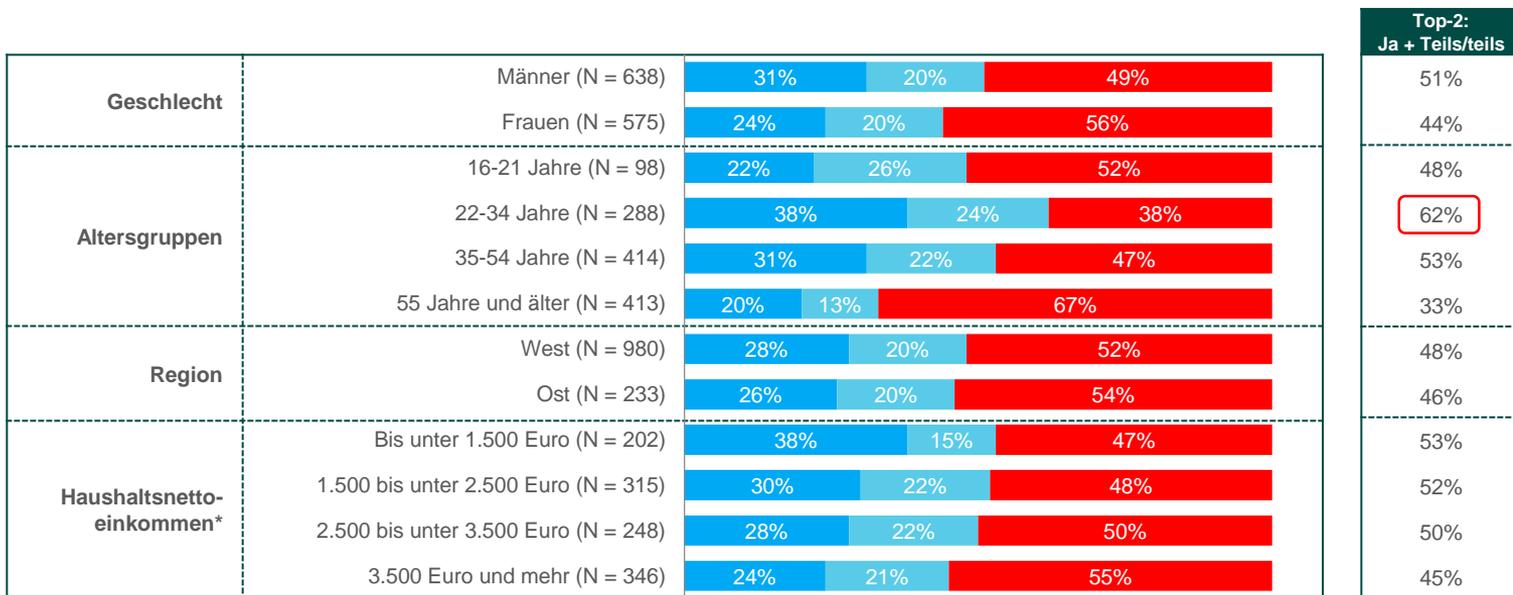


Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.213 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

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



\*ohne „Keine Angabe“ (N = 102)

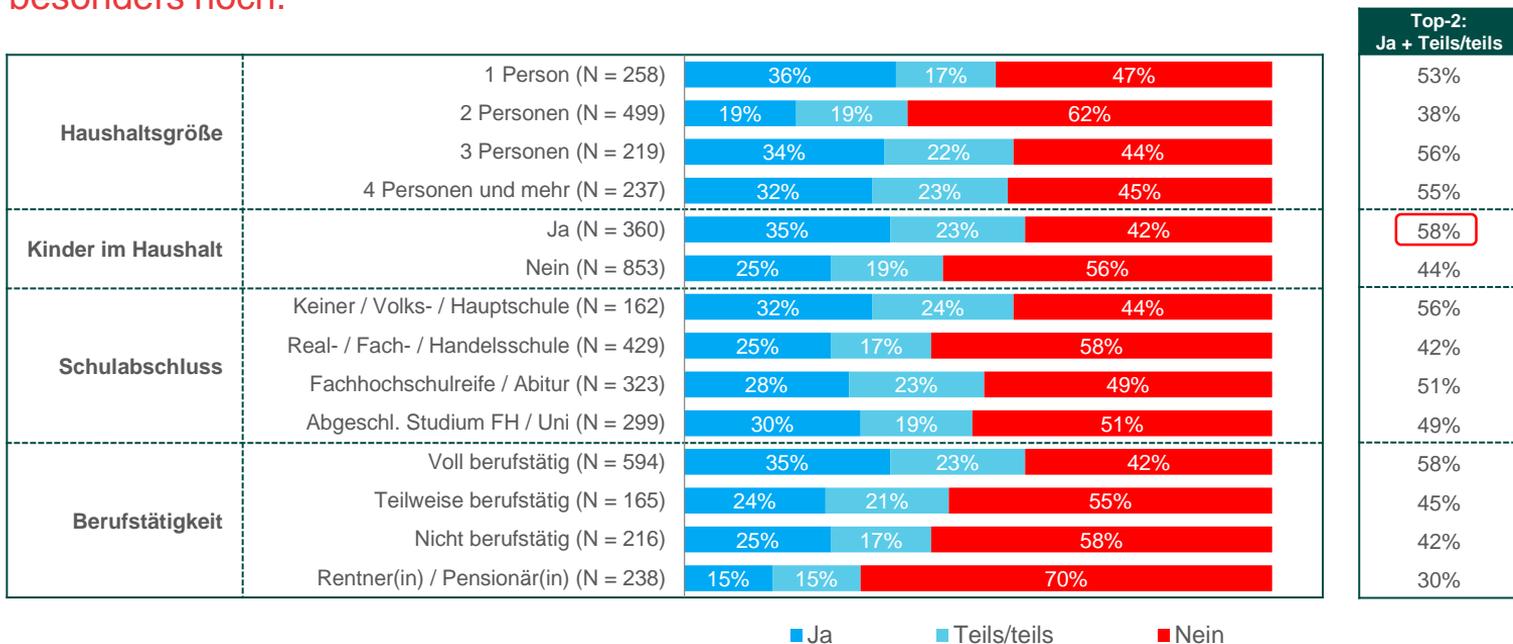
■ Ja      ■ Teils/teils      ■ Nein

Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.213 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

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



Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.213 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## Zusatzfragen

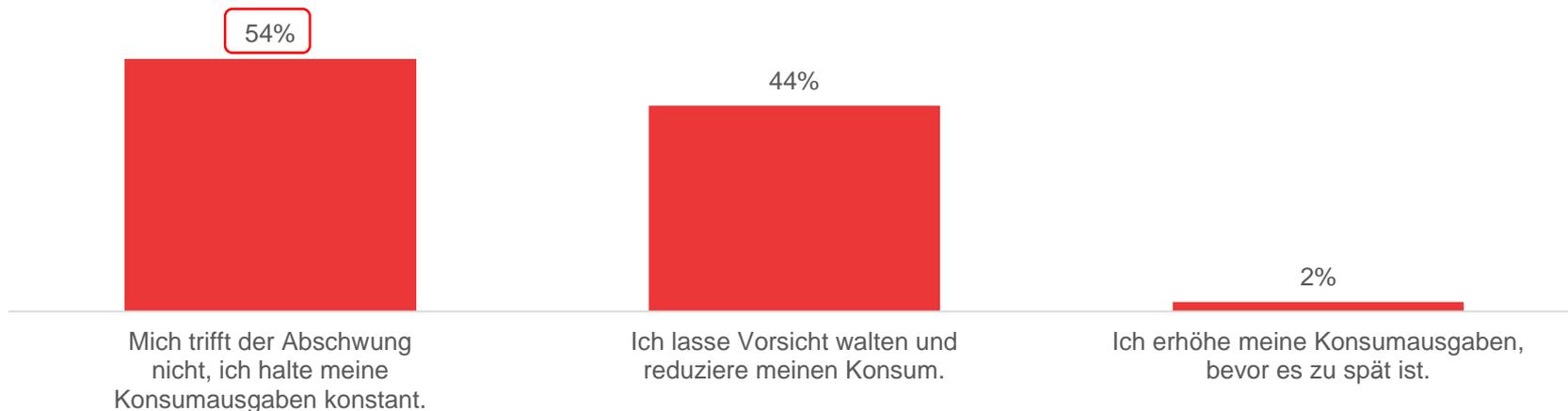
- 
- Konsumverhalten bei abkühlender Konjunktur
  - Konsum von Elektrogeräten
  - Smartphone im Urlaub
  - Roboter als Haustiere

03

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Konsumverhalten bei abkühlender Konjunktur:** Mehr als jeder zweite Deutsche fühlt sich davon nicht betroffen und will seine Konsumausgaben nicht verändern.

## Änderung des Kaufverhaltens

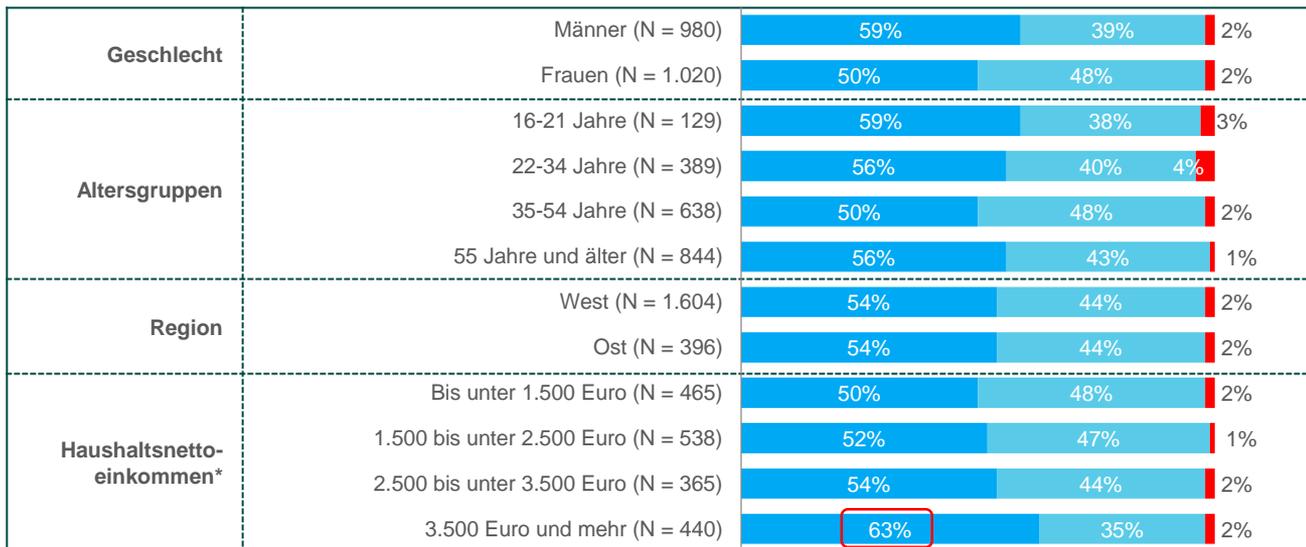


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 1. Die deutsche Konjunktur kühlt sich ab, die Wirtschaftsdaten verschlechtern sich. Wie reagieren Sie persönlich darauf?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Konsumverhalten bei abkühlender Konjunktur:** Vor allem Bundesbürger mit höherem Haushaltsnettoeinkommen zeigen sich unbeeindruckt und ändern ihr Konsumverhalten nicht.



- 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.

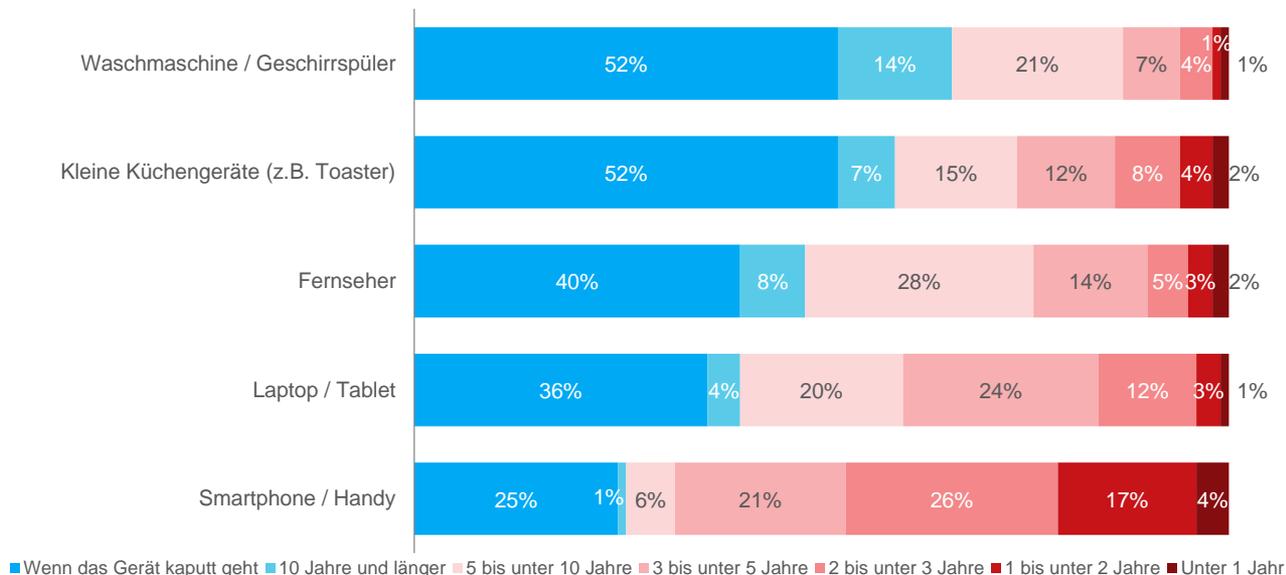
\*ohne „Keine Angabe“ (N = 192)

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Zusatzfrage 1. Die deutsche Konjunktur kühlt sich ab, die Wirtschaftsdaten verschlechtern sich. Wie reagieren Sie persönlich darauf?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Konsum von Elektrogeräten:** Vor allem Smartphones und Laptops bzw. Tablets werden neu gekauft, obwohl das bisherige Gerät noch funktioniert.



Wenn das Gerät kaputt geht	Bevor das Gerät kaputt geht
52%	48%
52%	48%
40%	60%
36%	64%
25%	75%

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

Zusatzfrage 2. Wie lange verwenden Sie Ihre Elektrogeräte im Durchschnitt? Nach wie vielen Monaten oder Jahren ersetzen Sie diese für gewöhnlich?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Konsum von Elektrogeräten:** Ältere Bundesbürger ab 55 Jahren kaufen deutlich häufiger erst dann neue Elektrogeräte, wenn die bisherigen kaputt gegangen sind.

Wenn das Gerät kaputt geht	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	129	389	638	844
Kleine Küchengeräte (z.B. Toaster)	<b>52%</b>	49%	56%	48%	41%	46%	63%
Waschmaschine / Geschirrspüler	<b>52%</b>	47%	57%	47%	39%	47%	63%
Fernseher	<b>40%</b>	33%	47%	34%	27%	36%	50%
Laptop / Tablet	<b>36%</b>	29%	43%	28%	24%	32%	47%
Smartphone / Handy	<b>25%</b>	21%	29%	21%	14%	22%	33%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

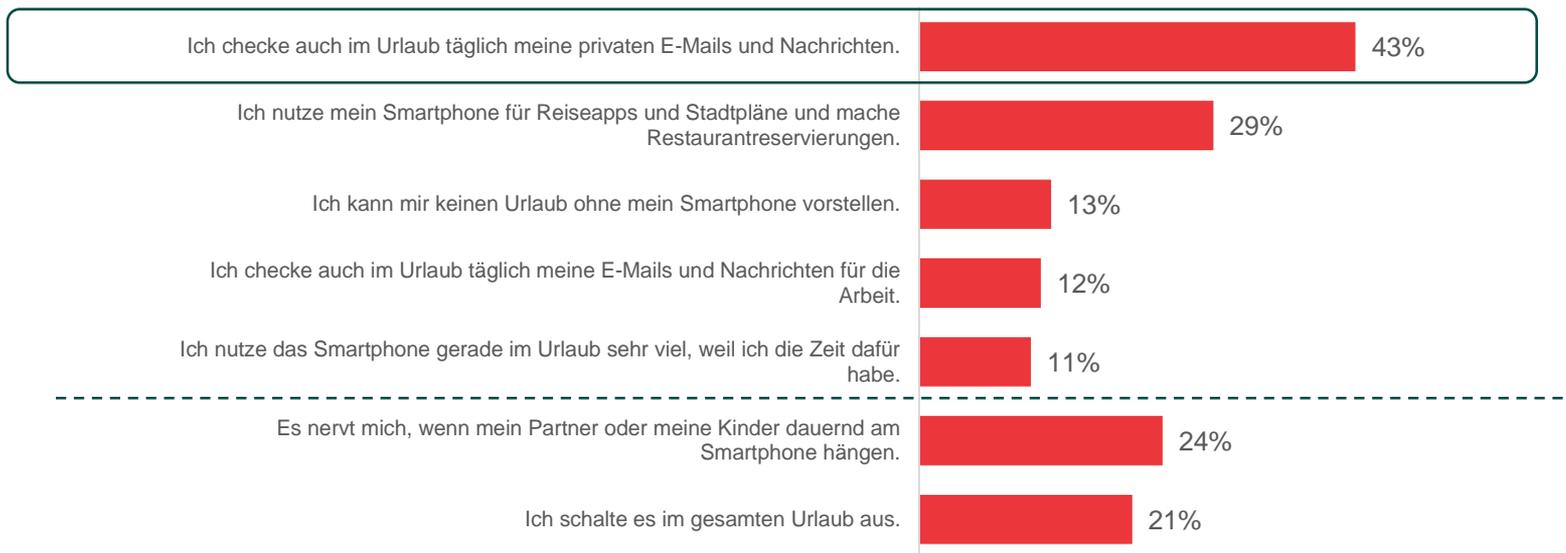
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

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

Zusatzfrage 2. Wie lange verwenden Sie Ihre Elektrogeräte im Durchschnitt? Nach wie vielen Monaten oder Jahren ersetzen Sie diese für gewöhnlich?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Smartphone im Urlaub:** Vier von zehn Deutschen prüfen auch im Urlaub täglich ihre privaten E-Mails und Nachrichten.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 3. Wie stehen Sie zum Thema Smartphone im Urlaub? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Smartphone im Urlaub:** Unter 35-Jährige schalten ihr Smartphone im Urlaub seltener aus, sind aber deutlich häufiger davon genervt, wenn Partner oder Kinder es nutzen.

Smartphone im Urlaub	Total	Alter			
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	129	389	638	844
Ich checke auch im Urlaub täglich meine privaten E-Mails und Nachrichten.	<b>43%</b>	47%	45%	45%	41%
Ich nutze mein Smartphone für Reiseapps und Stadtpläne und mache Restaurantreservierungen.	<b>29%</b>	43%	38%	28%	23%
Ich kann mir keinen Urlaub ohne mein Smartphone vorstellen.	<b>13%</b>	21%	19%	13%	9%
Ich checke auch im Urlaub täglich meine E-Mails und Nachrichten für die Arbeit.	<b>12%</b>	19%	16%	15%	6%
Ich nutze das Smartphone gerade im Urlaub sehr viel, weil ich die Zeit dafür habe.	<b>11%</b>	17%	17%	10%	7%
Es nervt mich, wenn mein Partner oder meine Kinder dauernd am Smartphone hängen.	<b>24%</b>	29%	31%	22%	22%
Ich schalte es im gesamten Urlaub aus.	<b>21%</b>	9%	11%	21%	28%

5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

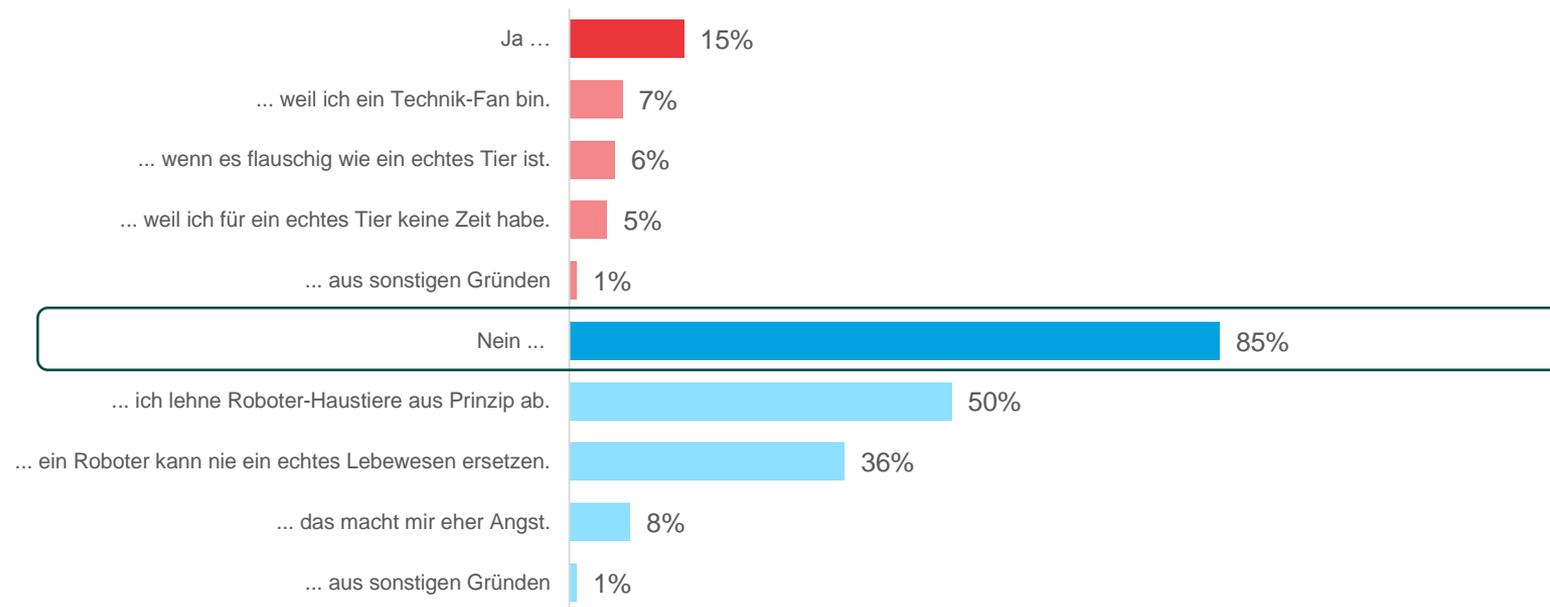
5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 3. Wie stehen Sie zum Thema Smartphone im Urlaub? Welche der folgenden Aussagen treffen auf Sie zu?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Roboter als Haustiere:** Einen Roboter als Haustier kann sich die Mehrheit der Deutschen für ihr Zuhause nicht vorstellen.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 4. Haustiere müssen Gassi geführt, gefüttert oder zum Tierarzt gebracht werden. Roboter benötigen das alles nicht. Können Sie sich ein Roboter-Haustier für Ihr Zuhause vorstellen?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

**Roboter als Haustiere:** Je älter die Bundesbürger sind, desto seltener können sie sich ein Roboter-Haustier für ihr Zuhause vorstellen.

Roboter als Haustiere	Total	Alter			
		16-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	129	389	638	844
Ja ... (netto)	<b>15%</b>	16%	30%	17%	6%
... weil ich ein Technik-Fan bin.	<b>7%</b>	7%	12%	9%	3%
... wenn es flauschig wie ein echtes Tier ist.	<b>6%</b>	7%	13%	7%	2%
... weil ich für ein echtes Tier keine Zeit habe.	<b>5%</b>	8%	12%	7%	1%
... aus sonstigen Gründen	<b>1%</b>	1%	1%	0%	1%
Nein ... (netto)	<b>85%</b>	84%	70%	83%	94%
... ich lehne Roboter-Haustiere aus Prinzip ab.	<b>50%</b>	37%	32%	46%	65%
... ein Roboter kann nie ein echtes Lebewesen ersetzen.	<b>36%</b>	48%	38%	37%	33%
... das macht mir eher Angst.	<b>8%</b>	19%	12%	8%	5%
... aus sonstigen Gründen	<b>1%</b>	2%	1%	1%	1%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Zusatzfrage 4. Haustiere müssen Gassi geführt, gefüttert oder zum Tierarzt gebracht werden. Roboter benötigen das alles nicht. Können Sie sich ein Roboter-Haustier für Ihr Zuhause vorstellen?

5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

Statistik

---

04

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## 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	16%
Real-/Fach-/Handelsschule	37%
Fachhochschulreife / Abitur	24%
Abgeschlossenes Studium FH/Uni	22%

Haushaltsnettoeinkommen	
Bis unter 500 Euro	2%
500 bis unter 750 Euro	3%
750 bis unter 1.000 Euro	5%
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	6%
2.000 bis unter 2.250 Euro	8%
2.250 bis unter 2.500 Euro	7%
2.500 bis unter 3.500 Euro	18%
3.500 bis unter 5.000 Euro	16%
5.000 Euro und mehr	6%
Keine Angabe	10%

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2019

## Statistik

Haushaltsgröße	
1 Person	27%
2 Personen	42%
3 Personen	16%
4 Personen und mehr	15%
Kinder unter 18 Jahren im Haushalt	
Ja	23%
Nein	77%
Berufstätigkeit	
Ja, voll berufstätig	41%
Ja, teilweise berufstätig	15%
Nein, vorübergehend arbeitslos	3%
Nein, Rentner(in) oder Pensionär(in)	26%
Nein, zur Zeit in Elternzeit	1%
Nein, Hausfrau/-mann	6%
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