



# CreditPlus Bank AG

Verbraucherindex – Frühjahr 2017

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zur Methode

- **Inhalt der Studie:** Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer repräsentativen Bevölkerungsbefragung von Personen ab 14 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.
- Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet. Abweichungen in den Endsummen lassen sich auf Rundungsdifferenzen zurückführen.
- **Befragungszeitraum:** 31. Januar bis 09. Februar 2017

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Inhalt

---

1. Management Summary	Seite 4
2. Der CreditPlus-Verbraucherindex	Seite 9
• Zukunftserwartung	Seite 13
• Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit	Seite 17
• Anschaffungspotenzial	Seite 22
3. Der CreditPlus-Branchenindex	Seite 27
• Kaufabsichten	Seite 31
• Ausgabepotenzial	Seite 34
• Kreditfinanzierung	Seite 35
4. Zusatzfragen	Seite 37
• Kauf eher im Internet als im Geschäft	Seite 38
• Produkte, für die auch mal mehr Geld ausgegeben wird	Seite 40
• Reaktion auf steigende Inflation	Seite 42
5. Statistik	Seite 46

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Management Summary

---

### Der CreditPlus-Verbraucherindex

Zukunftserwartungen in puncto Lebensstandard, Einkommen sowie die Lust und die Möglichkeit, Geld auszugeben, beeinflussen das Konsumverhalten der deutschen Verbraucher. Diese Faktoren und die Höhe der finanziellen Rücklagen für unerwartete Ausgaben bestimmen den CreditPlus-Verbraucherindex als Indikator für die Entwicklung des Konsumklimas in Deutschland.

### Konsumklima: Stabile Entwicklung

Mit einem aktuellen Wert von 99,3 Punkten bleibt der CreditPlus-Verbraucherindex seit der letzten Berechnung im Herbst 2016 im Prinzip auf einem hohen Niveau stabil (+0,4 Punkte; Seite 12).

### Zukunftserwartung: Deutsche sind nach wie vor optimistisch

Drei Viertel der Deutschen sehen weiterhin optimistisch in ihre finanzielle Zukunft (Seite 13). Erneut zeigt sich dieser Optimismus mit deutlich über 80 Prozent vor allem bei den Jüngeren. Die Generation 55plus ist dagegen etwas pessimistischer. Sie sorgt sich vergleichsweise häufig um ihre finanzielle Zukunft und die Entwicklung ihres Lebensstandards (Seite 14). Erkennbar ist zudem ein Ost-West-Gefälle, da Ostdeutsche seltener Optimismus zeigen (Seite 16).

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Management Summary

---

### **Lust auf Konsum – Nur wenige können es sich leisten**

Zwei Drittel der Deutschen und damit so wenige wie noch nie seit der ersten Erhebung vor zwei Jahren geben gerne Geld aus (Anschaffungsneigung). Aber nicht alle können es sich leisten (Anschaffungsmöglichkeit). Mit 48 Prozent bildet die Gruppe der „Eingeschränkten Konsumenten“ erneut den größten Anteil in der Bevölkerung (Seiten 17 / 18). Am stärksten ist die Konsumlust bei den jungen Erwachsenen ausgeprägt (Seite 19). Besonders gering sind hingegen die Konsummöglichkeiten in Einpersonenhaushalten: Nur ein Viertel verfügt hier über die notwendigen finanziellen Ressourcen (Seite 20). Wenig überraschend: Die Anschaffungsmöglichkeiten steigen mit dem Einkommen (Seite 19). Allerdings verfügen insgesamt lediglich 17 Prozent der Konsumenten über die finanziellen Möglichkeiten, mit denen sie ihrer Kauflust uneingeschränkt nachkommen können (Seite 17).

### **Der Notgroschen für unerwartete Ausgaben**

Rund ein Drittel der Deutschen würde sogar an finanzielle Grenzen stoßen, wenn eine unerwartete Ausgabe anfällt. Einem Viertel der deutschen Verbraucher stünden für solche ungeplante Belastungen derzeit weniger als 625 Euro zur Verfügung. Knapp jeder Zehnte verfügt über gar keine Rücklagen (Seite 22). Insbesondere Jugendlichen, Älteren und Menschen mit geringer Bildung fehlt oftmals ein finanzielles Polster (Seiten 24 / 25).

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Management Summary

---

### 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 (Seite 28).

### Die Neuanschaffungen der nächsten Monate

Durch den Anstieg des Ausgabepotenzials bei im Prinzip unverändertem Verbraucherindex steigt der CreditPlus-Branchenindex seit Herbst 2016 um 6,4 auf aktuell 93,8 Punkte. Er erreicht damit allerdings nicht die Frühjahrswerte der Vorjahre (Seite 30).

Fast 60 Prozent der Deutschen haben in den nächsten drei Monaten mindestens eine größere Anschaffung geplant. Das sind drei Prozent mehr als vor einem halben Jahr. Zum Jahresbeginn ist vor allem die Nachfrage nach Reisen, aber auch nach einem Auto angestiegen. Unverändert steht jedoch ein neues Möbelstück bei den Konsumenten an erster Stelle der geplanten Anschaffungen (Seite 32). Gut sechs von zehn Möbelkäufern planen dafür nicht mehr als 1.250 Euro ein. Deutlich größer ist das Budget beim Kauf eines Autos. Fast 60 Prozent der Autokäufer ist ihr neues Fahrzeug mehr als 12.500 Euro wert (Seite 34). Dabei wird – ebenso wie beim Motorradkauf – ein neues Modell eindeutig bevorzugt (Seite 33).

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Management Summary

---

Gelegentliche finanzielle Engpässe werden dabei nicht als unüberwindbare Hürde angesehen. So kann sich knapp jeder Zweite vorstellen, die geplanten Anschaffungen über einen Kredit zu finanzieren (Seite 35).

### Zusatzfragen

#### **Online-Filialen: Welche Produkte eher im Internet als im Geschäft gekauft werden**

Anstatt zum Shoppen in die City zu fahren, kaufen die Deutschen immer öfter in Online-Shops ein. Vor allem Bücher und Elektronikartikel wie Handys, Fernseher oder Tablets werden von mehr als der Hälfte der Konsumenten im Internet gekauft. Etwas seltener werden Modeartikel, Reisen oder Haushaltsgeräte eher online als im stationären Handel erworben. Lediglich bei Möbeln bevorzugt eine deutliche Mehrheit den Kauf „vor Ort“ (Seite 38).

#### **Das gönne ich mir: Bei welchen Produkten auch mal die Luxusvariante gewählt wird**

Bei den meisten Produkten haben Verbraucher die Wahl zwischen Ausführungen mit deutlichen Unterschieden in Ausstattung, Qualität und Preis. Vor allem bei Essen / Restaurantbesuchen (46%), Urlaub (41%) sowie Elektronik und Computern (37%) sind die Deutschen bereit, auch mal mehr Geld auszugeben und sich die Luxusvariante zu gönnen. Nur ein Fünftel kann oder will in keinem Fall zum Premiumprodukt greifen (Seite 40).

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Management Summary

---

### **Alles wird teurer – was tun? Wie die Deutschen auf die Inflation reagieren**

Die Inflation steigt wieder, die Preise ziehen an. Für sechs von zehn Deutschen ist dies kein Grund, den Konsum einzuschränken. Nur 40 Prozent werden sich zurückhalten (Seite 42). Überdurchschnittlich häufig planen Frauen sowie, wenig überraschend, Befragte mit geringem Einkommen, ihre Ausgaben zu reduzieren (Seite 43). Nichts am Konsumverhalten ändern wollen überdurchschnittlich häufig hingegen höher Gebildete, voll Berufstätige und Befragte in Mehrpersonenhaushalten (Seite 44).



# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Inhalt

---

1. Management Summary
2. Der CreditPlus-Verbraucherindex
  - Zukunftserwartung
  - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
  - Anschaffungspotenzial
3. Der CreditPlus-Branchenindex
  - Kaufabsichten
  - Ausgabepotenzial
  - Kreditfinanzierung
4. Zusatzfragen
  - Kauf eher im Internet als im Geschäft
  - Produkte, für die auch mal mehr Geld ausgegeben wird
  - Reaktion auf steigende Inflation
5. Statistik

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## 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 2017

## 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>1,84</b>	<b>Aktueller Mittelwert</b>	<b>1,71</b>	<b>Aktueller Mittelwert</b>	<b>1,91</b>

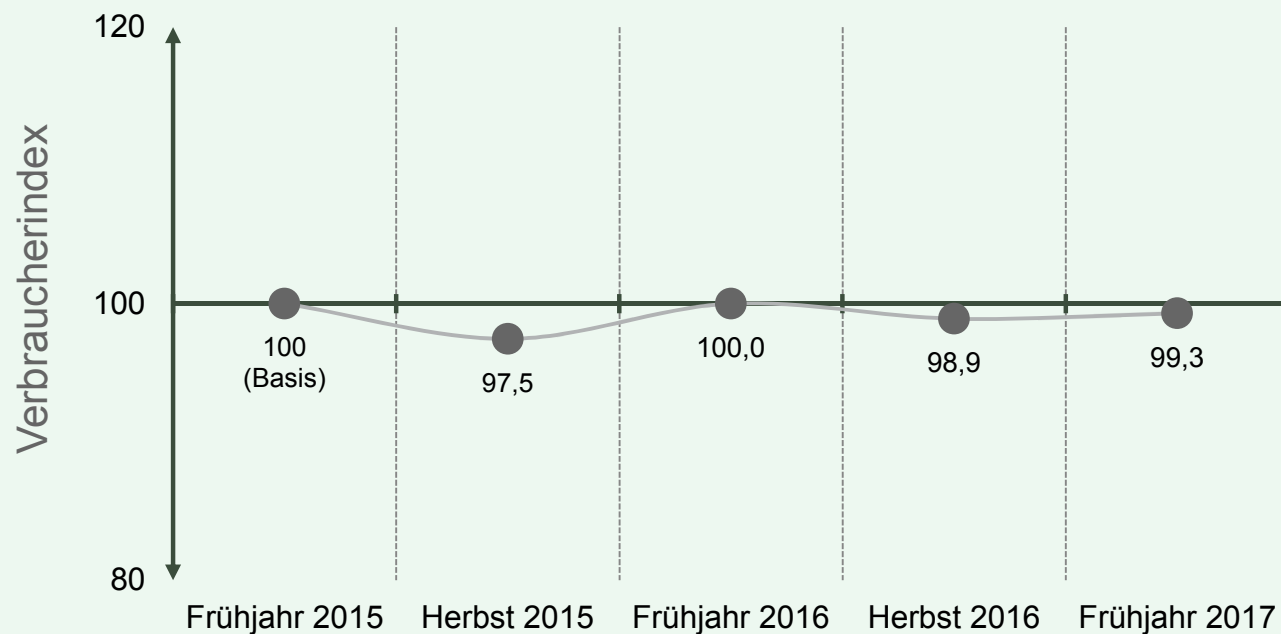
Das aktuelle Konsumklima errechnet sich über die Addition der aus den drei Variablen gebildeten Mittelwerten:  $1,84 + 1,71 + 1,91 = 5,46$ .

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex

Fast unverändertes Konsumklima: Der CreditPlus-Verbraucherindex bleibt im Prinzip stabil.



Um die Entwicklung des Verbraucherindex im Zeitverlauf darzustellen, werden die Werte auf den Basiswert 100 indiziert.

Der in der ersten Welle (Frühjahr 2015) ermittelte Wert von 5,50 wird gleich 100 gesetzt.

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

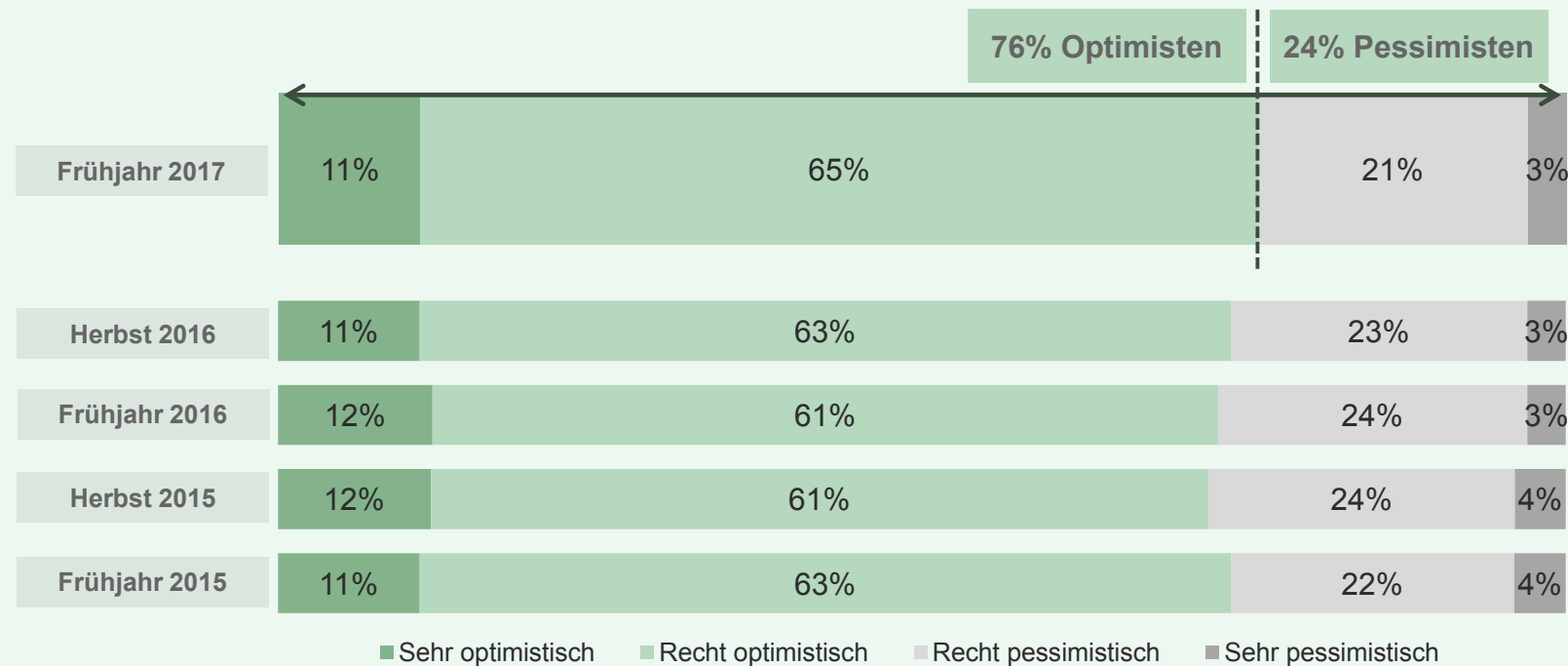
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Verbraucherindex: Zukunftserwartung (Frage 1), Anschaffungsneigung (Frage 2), Anschaffungspotenzial (Frage 3)

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Zukunftserwartung

Drei Viertel der deutschen Verbraucher sind optimistisch, was ihren eigenen Lebensstandard angeht.



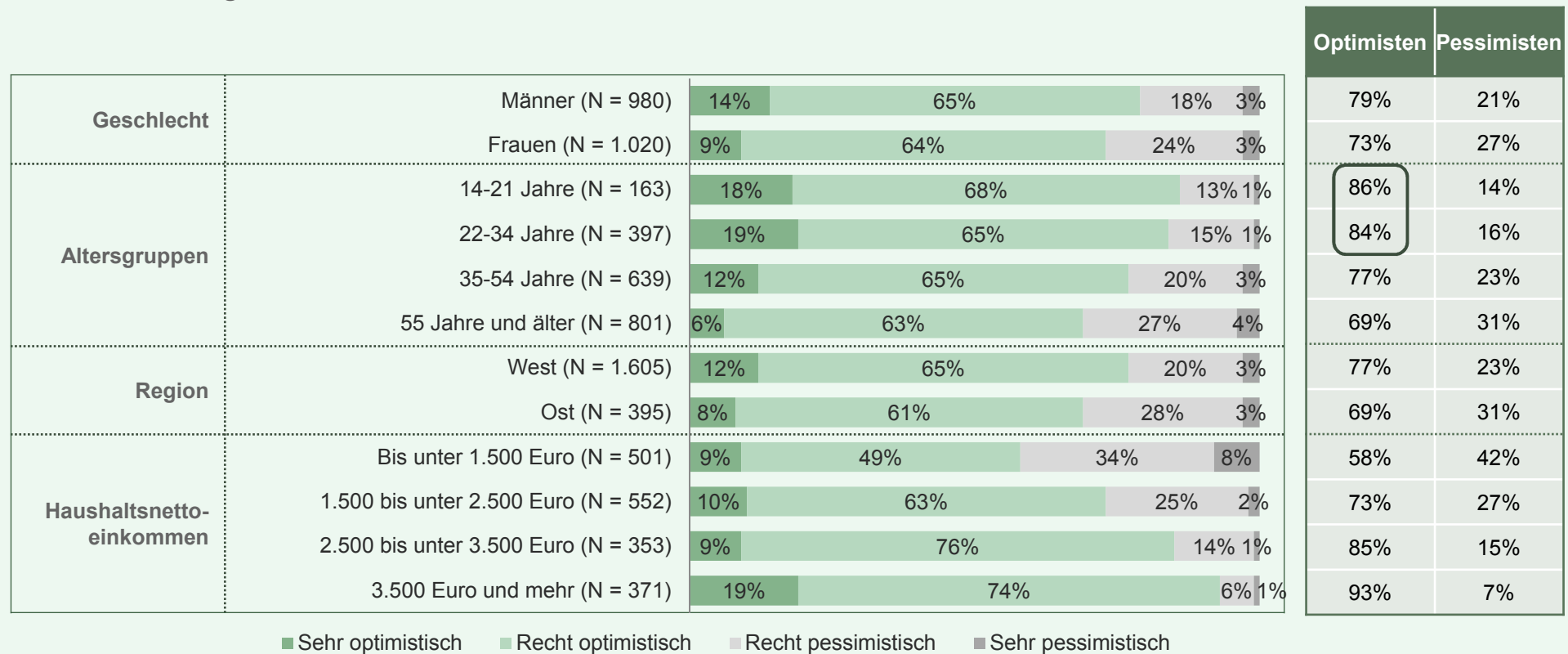
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Zukunftserwartung

Vor allem Jüngere blicken mit Zuversicht in die Zukunft.



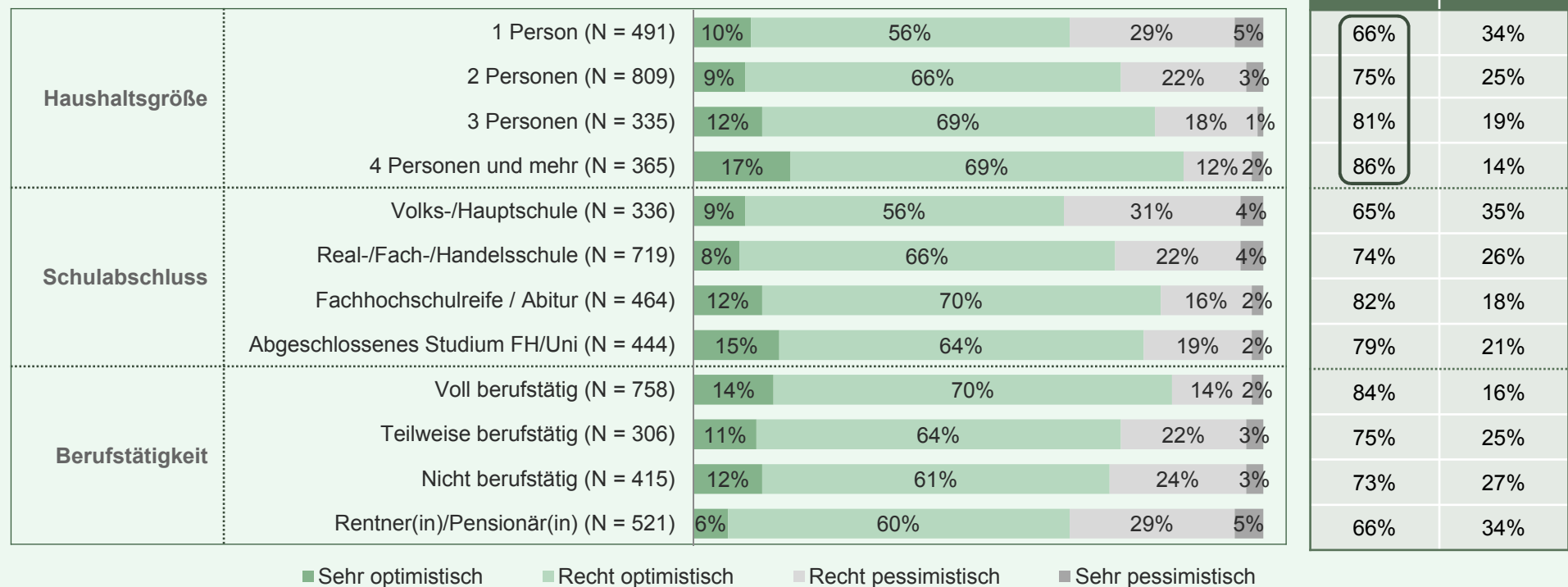
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Zukunftserwartung

Mit zunehmender Haushaltsgröße steigt auch der finanzielle Zukunftsoptimismus.



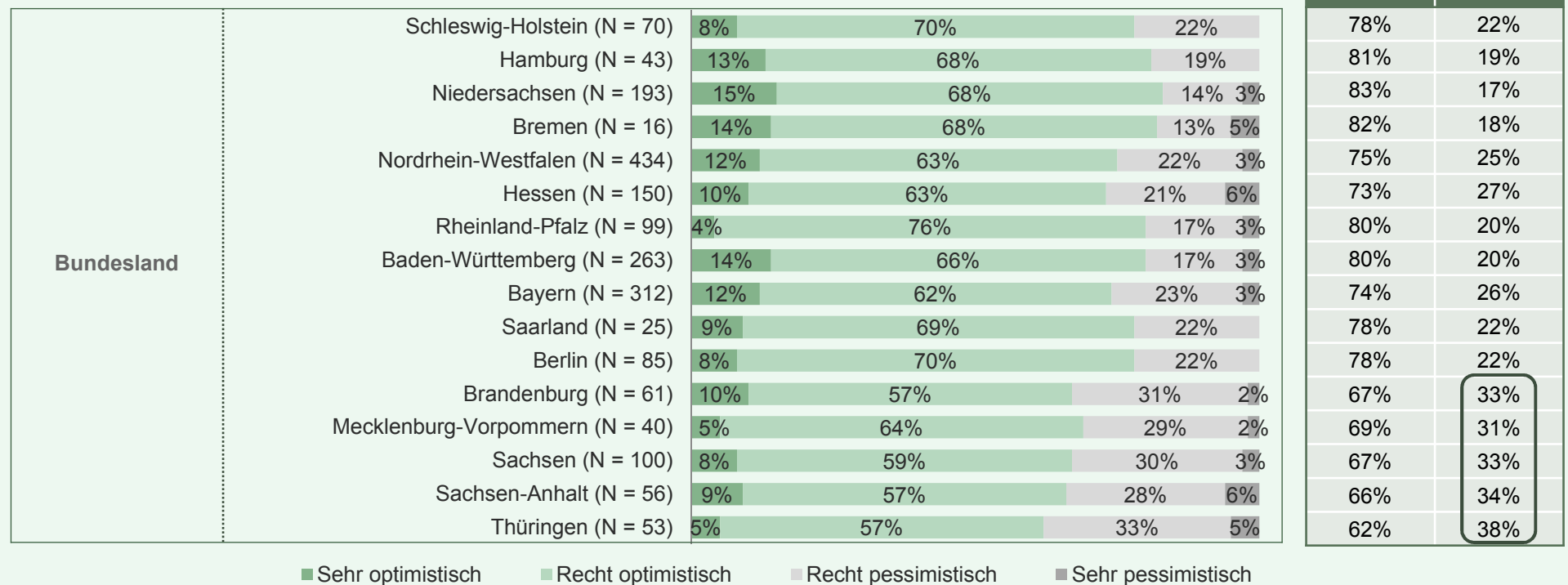
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Zukunftserwartung

Ost-West-Gefälle: Rund ein Drittel der Ostdeutschen rechnet mit einem schlechteren Lebensstandard, aber nur ein Viertel bis ein Fünftel der Westdeutschen.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

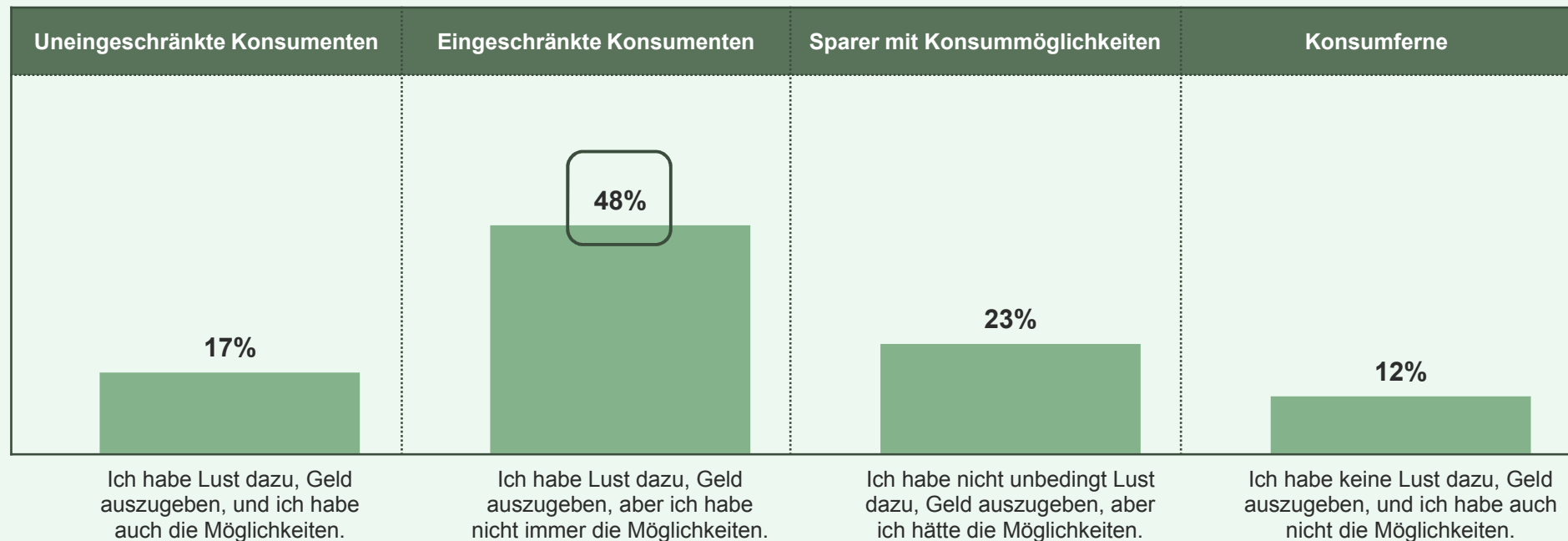
Frage 1. Wenn Sie einmal an Ihren eigenen Lebensstandard und Ihr Haushaltseinkommen in den nächsten Monaten denken, wie sehen Sie da die Entwicklung?



# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit

Etwa jeder zweite Deutsche hat nicht immer die Möglichkeit, Geld auszugeben, obwohl er es gerne würde.



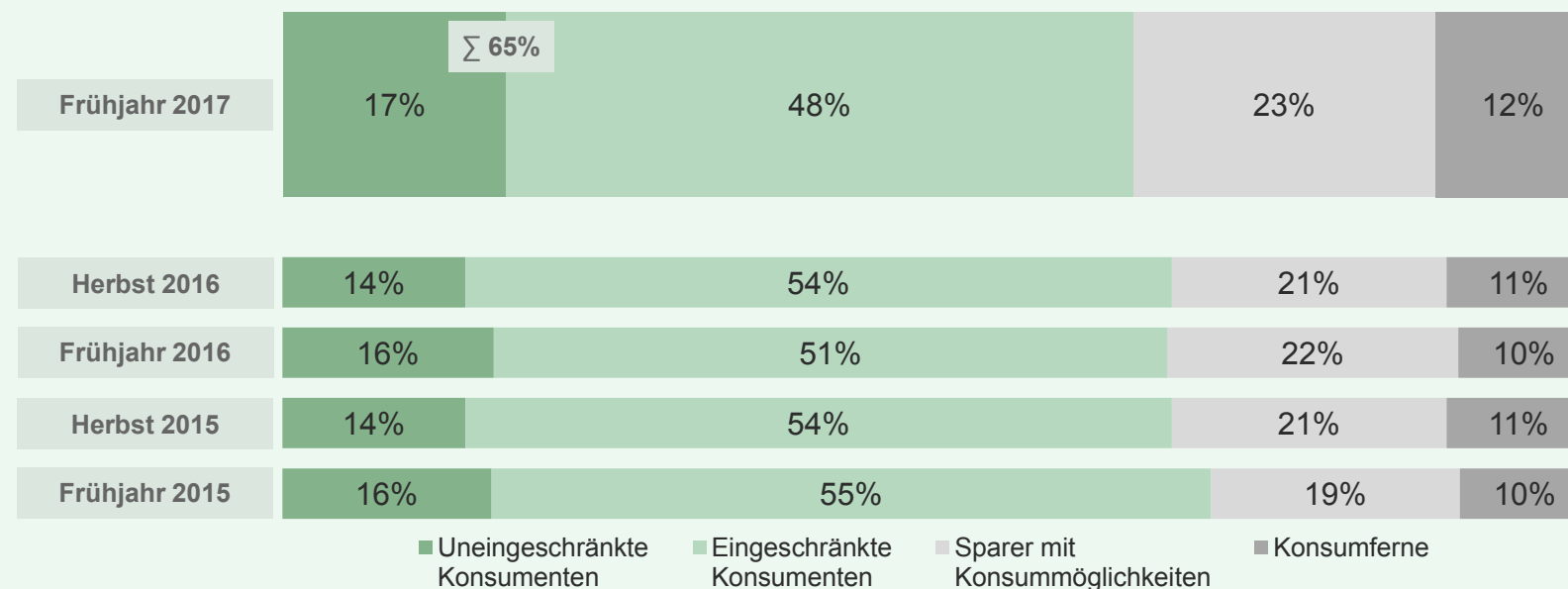
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit

Die Konsumneigung der Deutschen ist im Frühjahr 2017 nochmals leicht zurückgegangen und erreicht mit 65 Prozent den niedrigsten Wert seit Beginn der Messungen.



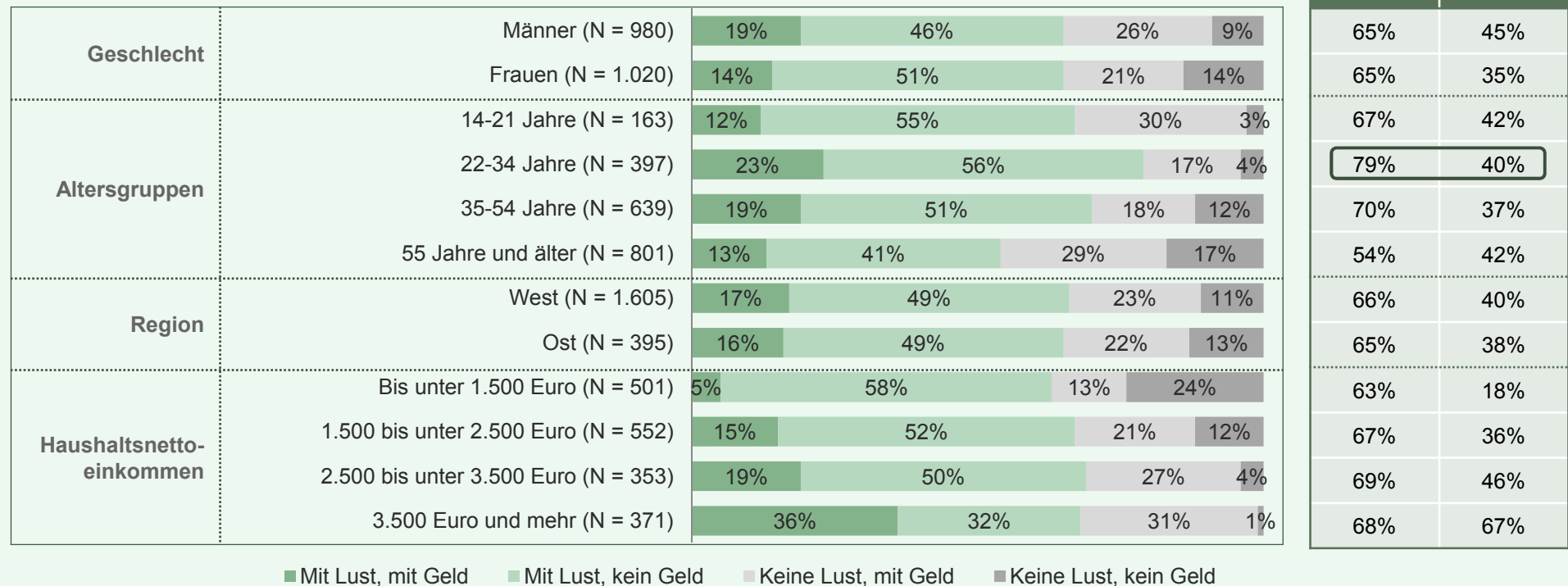
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit

Die Konsumneigung ist bei jungen Erwachsenen am höchsten, die Konsummöglichkeiten sind aber stark eingeschränkt.

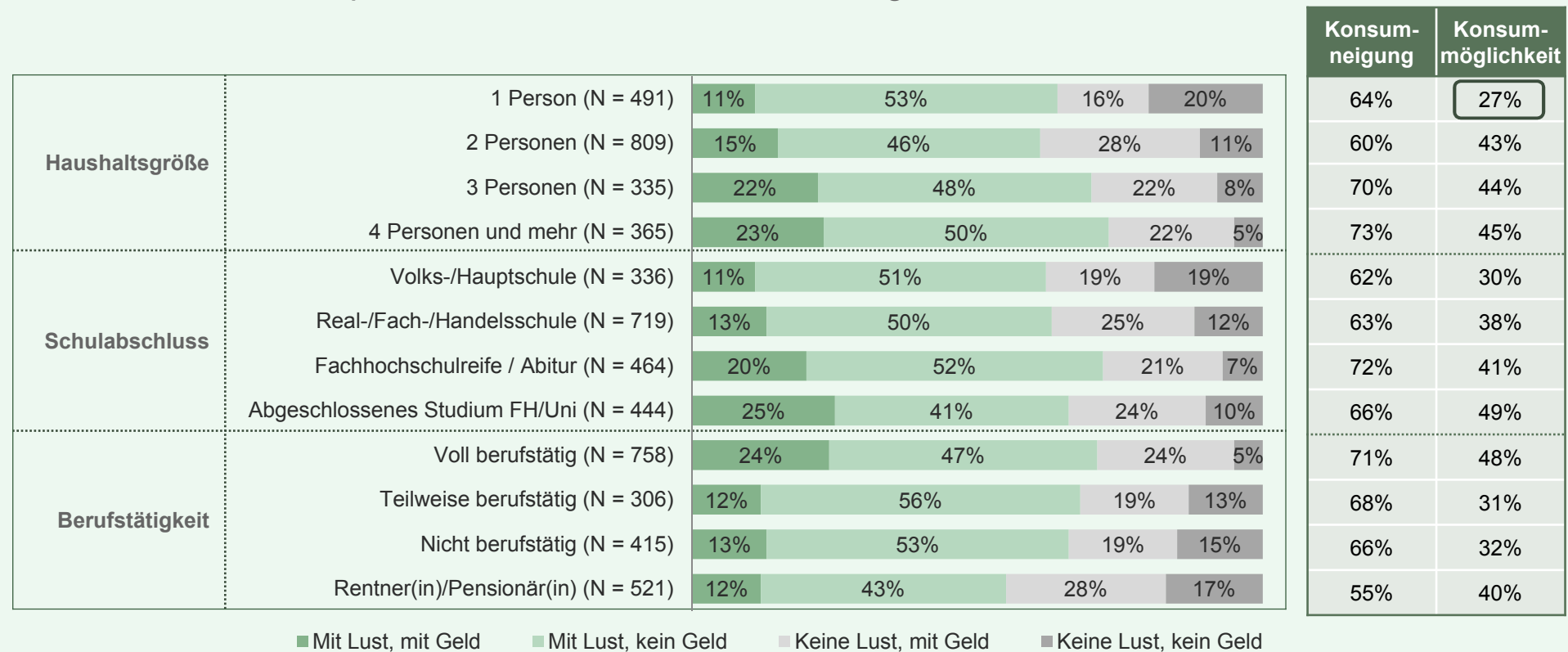


Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)  
 Frage 2. Welche der folgenden Aussagen beschreibt am ehesten Ihre derzeitige Situation?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit

Nur ein Viertel der Einpersonenhaushalte hat Konsummöglichkeiten.



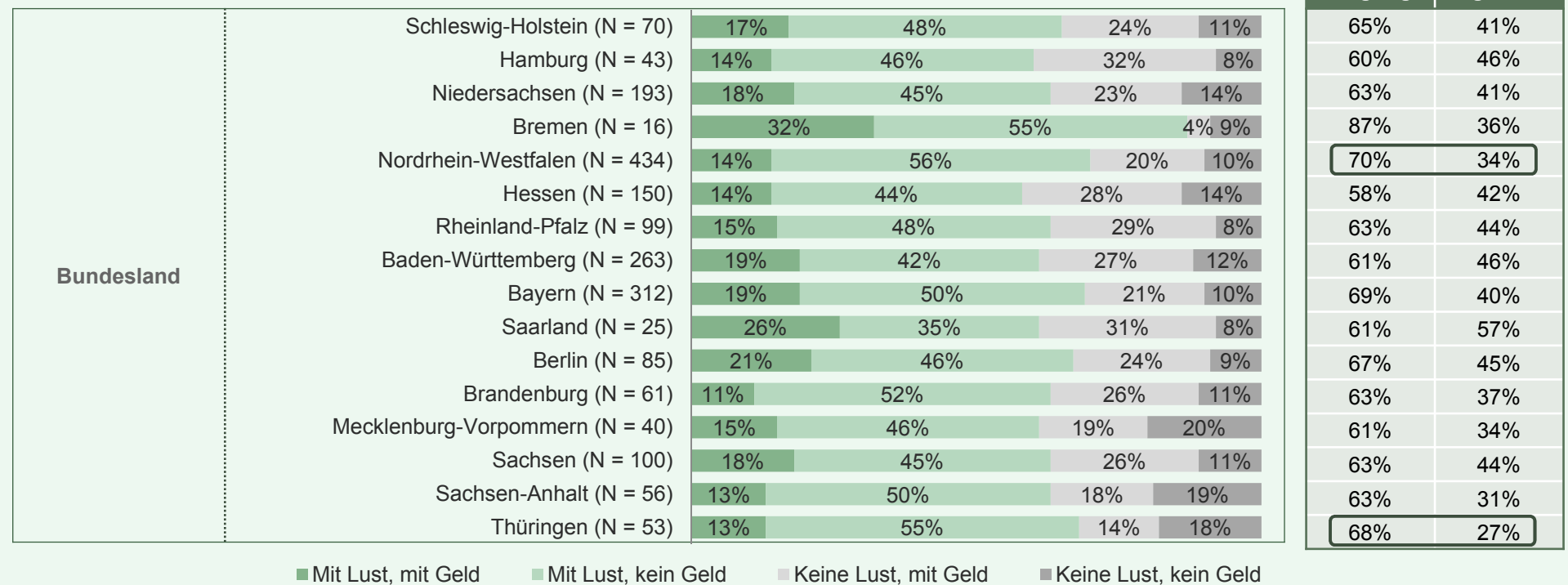
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit

In Nordrhein-Westfalen und Thüringen ist die Konsumneigung vergleichsweise hoch, die Konsummöglichkeiten sind aber besonders gering.



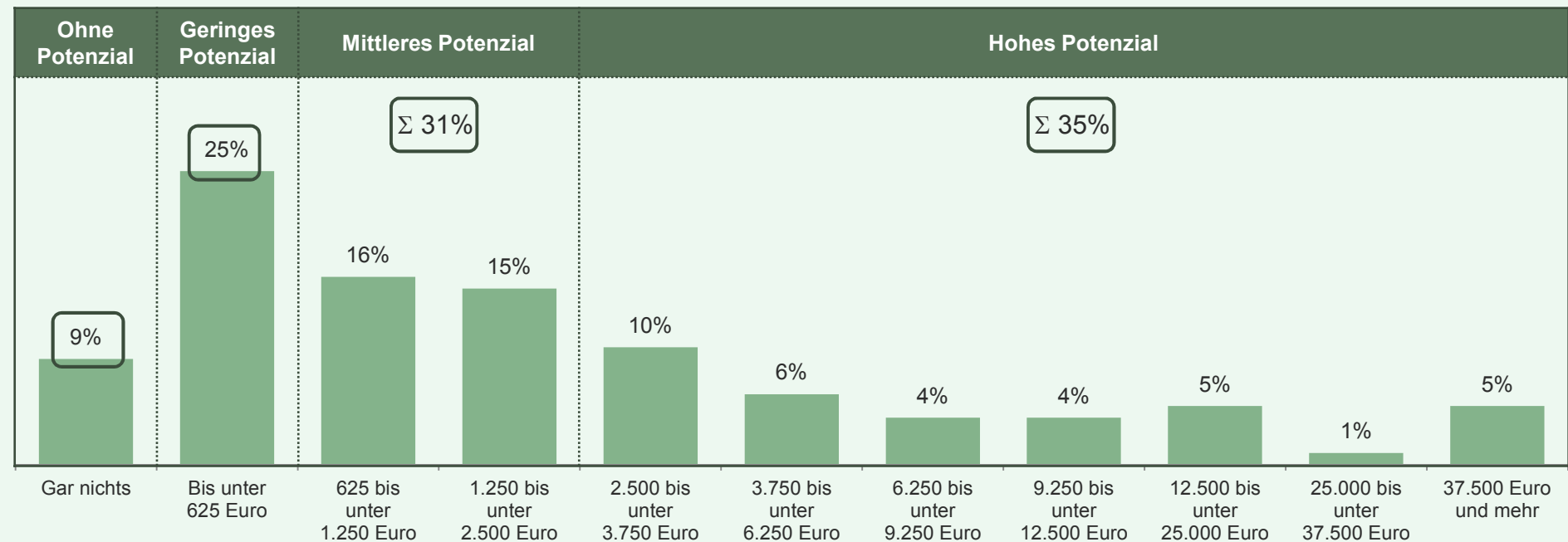
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungspotenzial

Jeder zehnte Deutsche verfügt über keine Rücklagen für eine unerwartete Ausgabe, jedem Vierten stehen weniger als 625 Euro zur Verfügung.



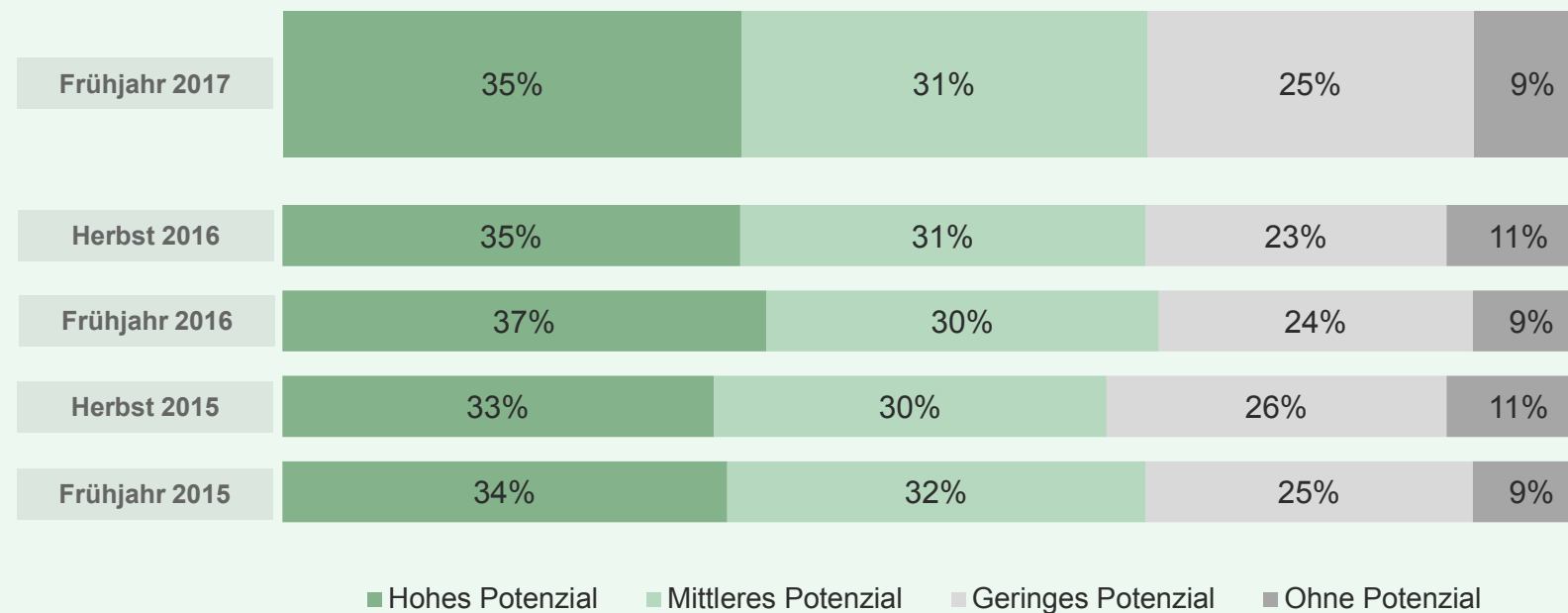
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungspotenzial

Nahezu unverändertes Anschaffungspotenzial: Im Vergleich zum Herbst 2016 ist der Anteil der Deutschen ohne Potenzial jedoch geringfügig zurückgegangen.



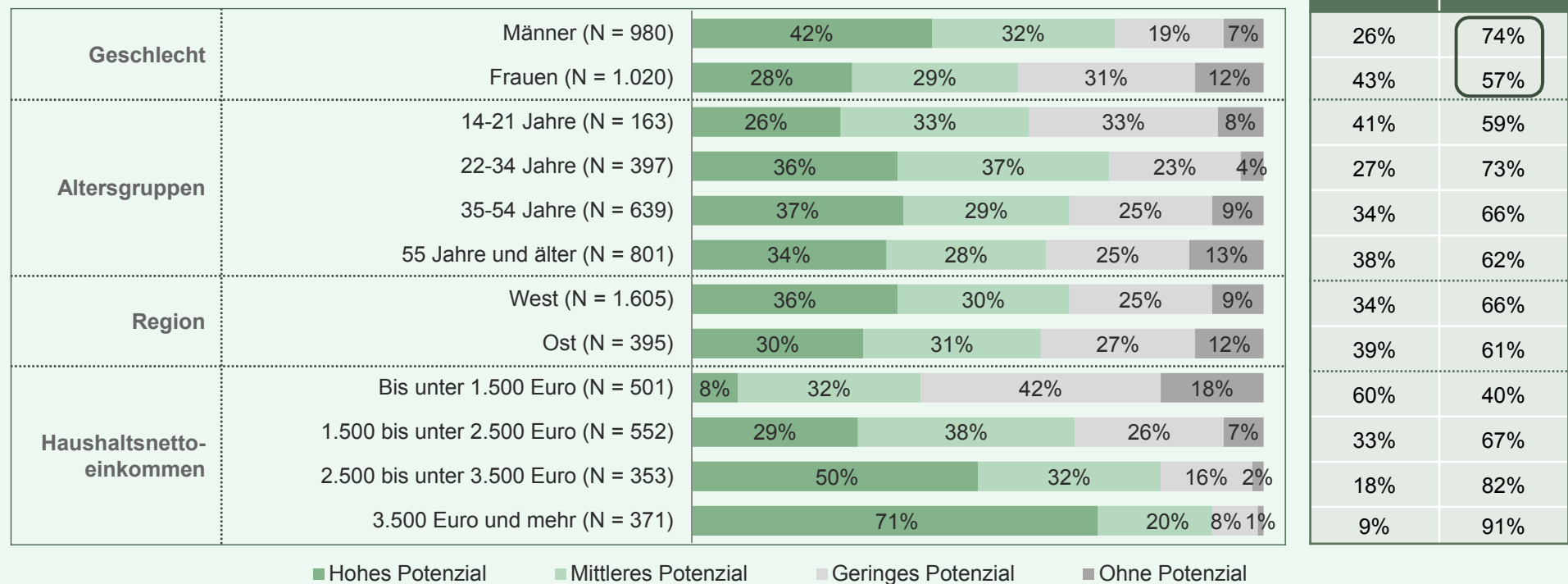
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungspotenzial

Männer sind finanziell flexibler als Frauen.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

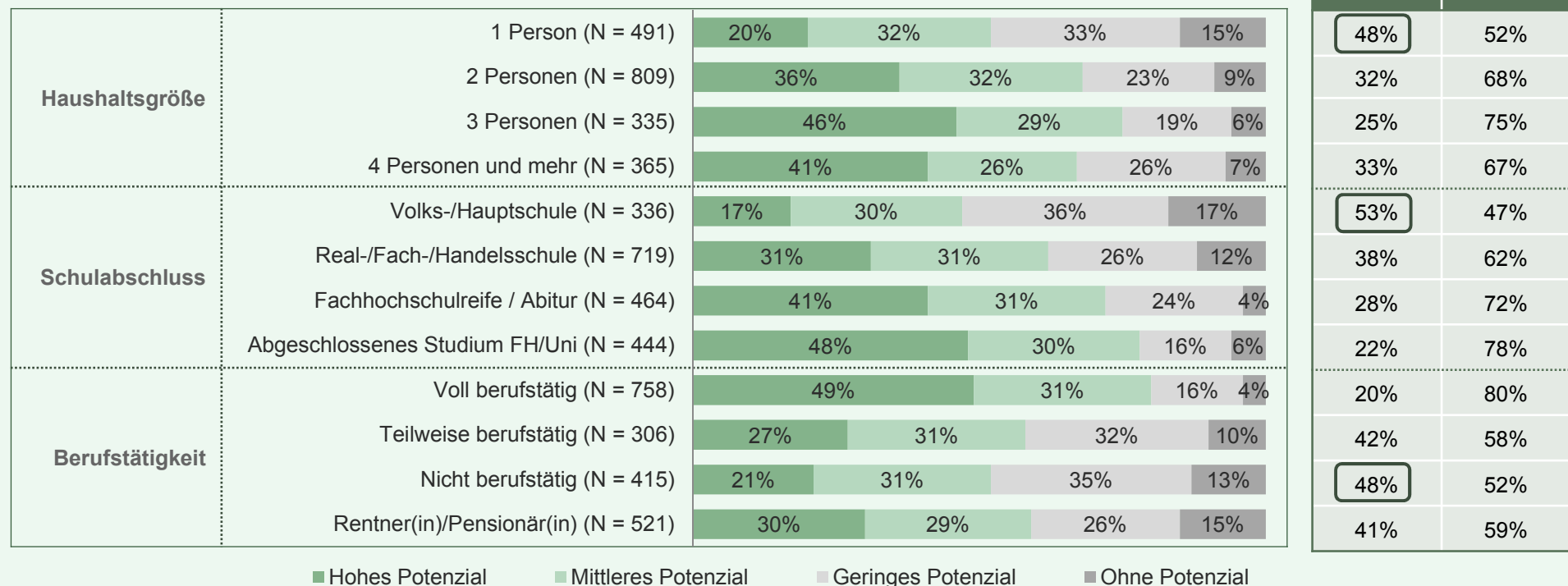
Frage 3. Nehmen Sie einmal an, dass Sie morgen eine wichtige unerwartete Ausgabe tätigen müssten. Welcher Betrag stünde dafür mindestens oder durchschnittlich in Ihrem Haushalt zur Verfügung?



# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungspotenzial

Vor allem geringer Gebildeten, aber auch Einpersonenhaushalten und nicht Berufstätigen fehlt oft ein finanzielles Polster für unerwartete Ausgaben.



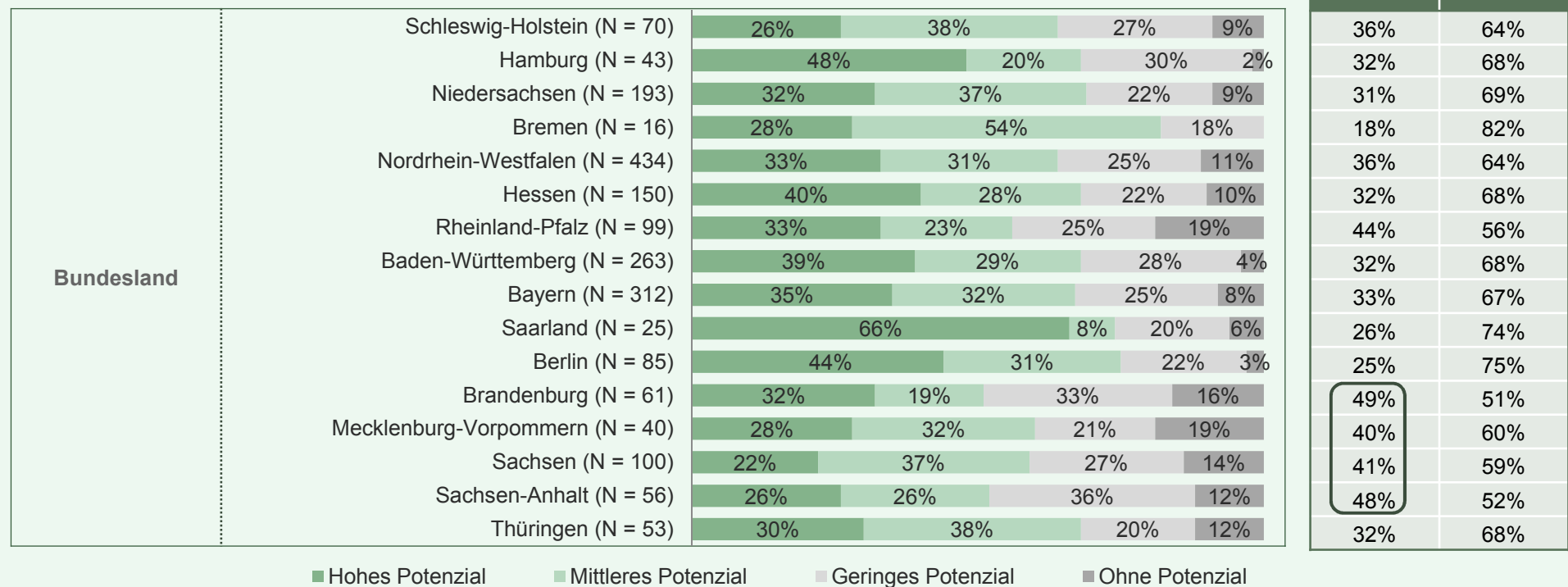
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Verbraucherindex – Anschaffungspotenzial

Ostdeutsche außer Thüringer sind am wenigsten 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 2017

## Inhalt

---

1. Management Summary
2. Der CreditPlus-Verbraucherindex
  - Zukunftserwartung
  - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
  - Anschaffungspotenzial
3. Der CreditPlus-Branchenindex
  - Kaufabsichten
  - Ausgabepotenzial
  - Kreditfinanzierung
4. Zusatzfragen
  - Kauf eher im Internet als im Geschäft
  - Produkte, für die auch mal mehr Geld ausgegeben wird
  - Reaktion auf steigende Inflation
5. Statistik

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## 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 22):

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 2017

## 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 (2,20) und Verbraucherindex (5,46).

Gesamtes Ausgabepotenzial	
Auto	0,38
Motorrad	0,04
Möbel	0,66
Elektrogerät	0,45
Reise	0,67
<b>Ausgabepotenzial gesamt</b>	<b>2,20</b>



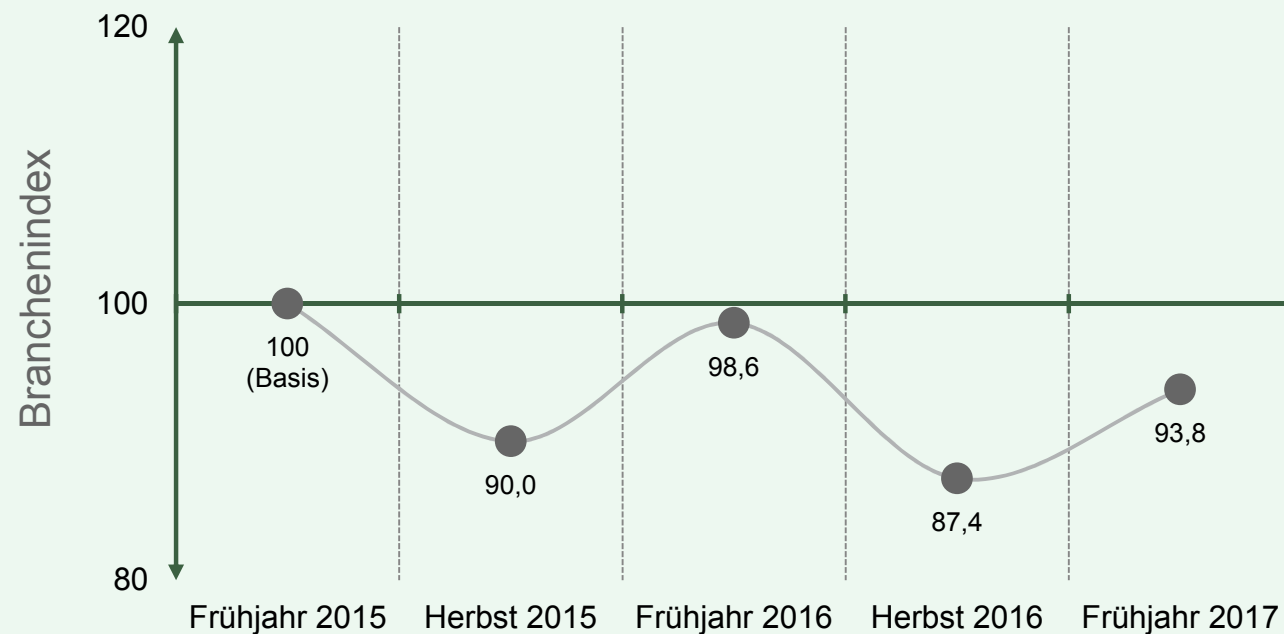
$$\text{Konsumneigung} = \sqrt{2,20 * 5,46} = 3,47$$

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).

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Branchenindex

Das Ausgabepotenzial nimmt zu: Der CreditPlus-Branchenindex erholt sich und steigt um 6,4 Punkte, ohne damit aber die Frühjahrswerte der Vorjahre zu erreichen.



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.

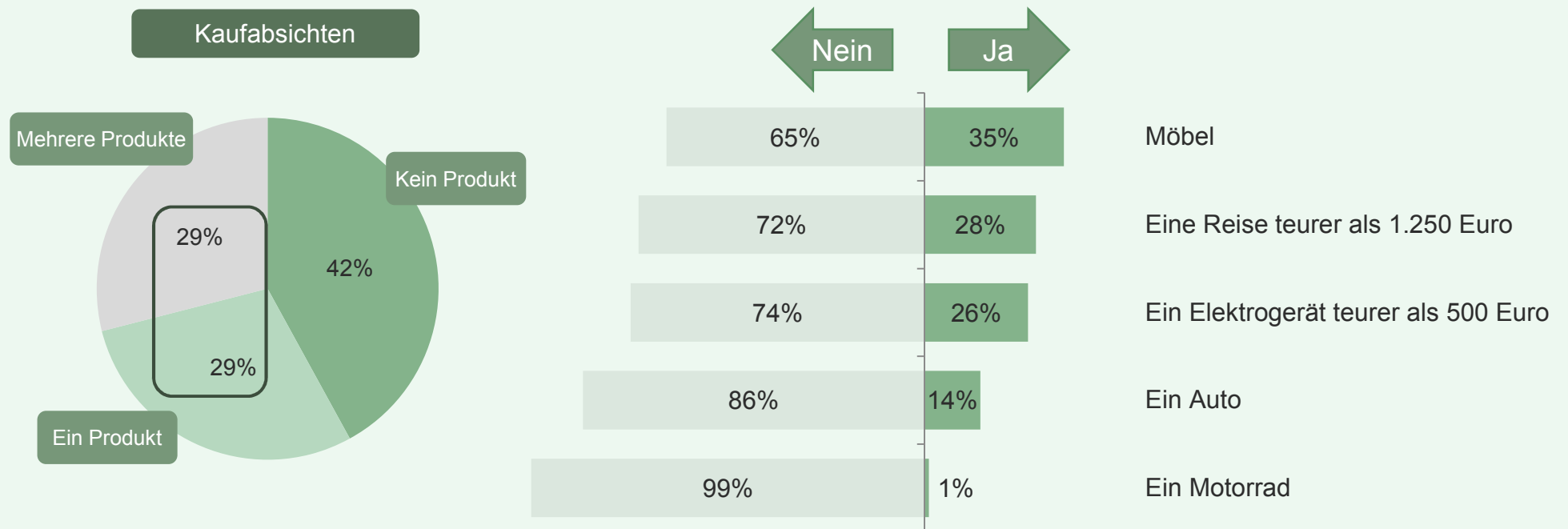
Im weiteren Verlauf bedeutet ein Wert > 100 eine positive Entwicklung der Konsumneigung. Mit einem Wert < 100 wird dagegen eine negative Entwicklung angezeigt.

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Branchenindex – Kaufabsichten

Fast sechs von zehn Deutschen planen in den nächsten drei Monaten mindestens eine größere Anschaffung.



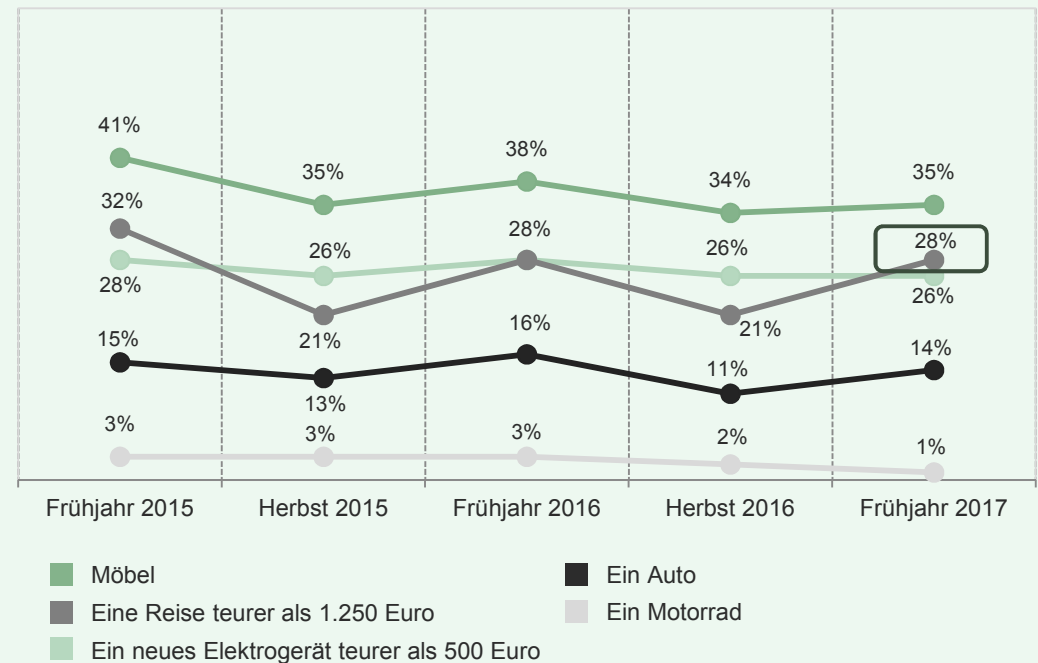
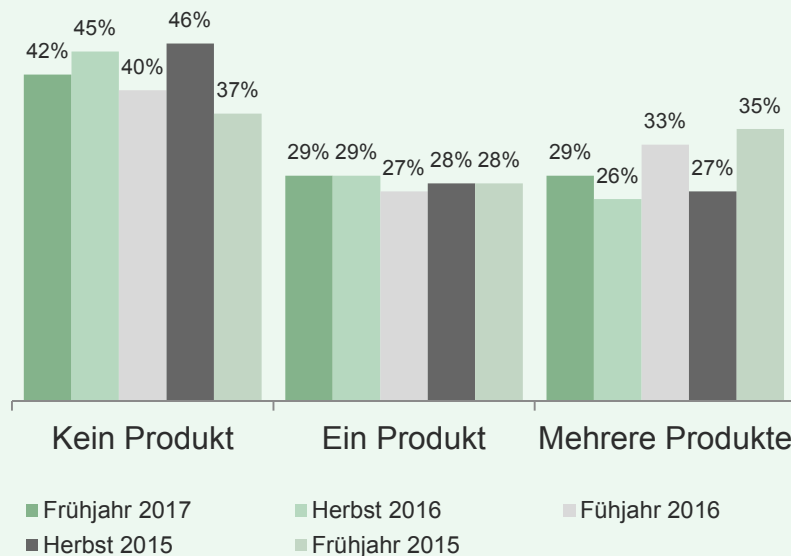
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

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

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Branchenindex – Kaufabsichten

Die Nachfrage nach Reisen ist auf das Vorjahresniveau angestiegen und zeigt am deutlichsten saisonale Schwankungen.



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.

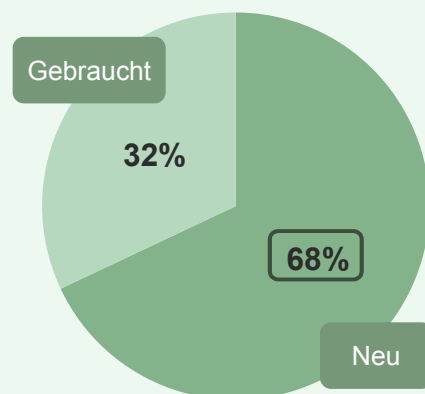


# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

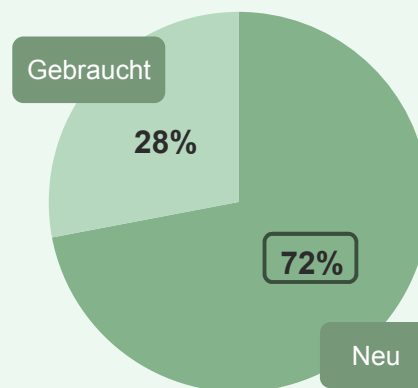
## Der CreditPlus-Branchenindex – Kaufabsichten

Beim Auto- und Motorradkauf wird vor allem die Anschaffung eines neuen Modells geplant.

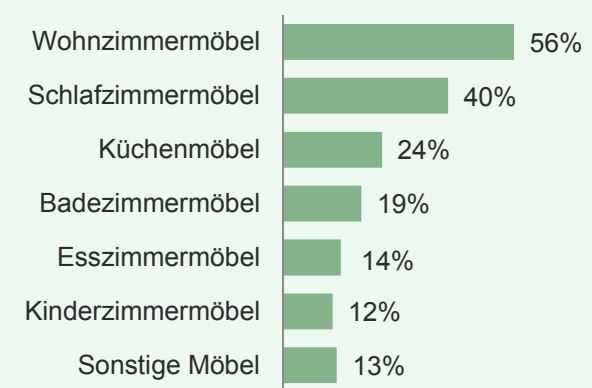
Autokauf geplant



Motorradkauf geplant



Möbelkauf geplant

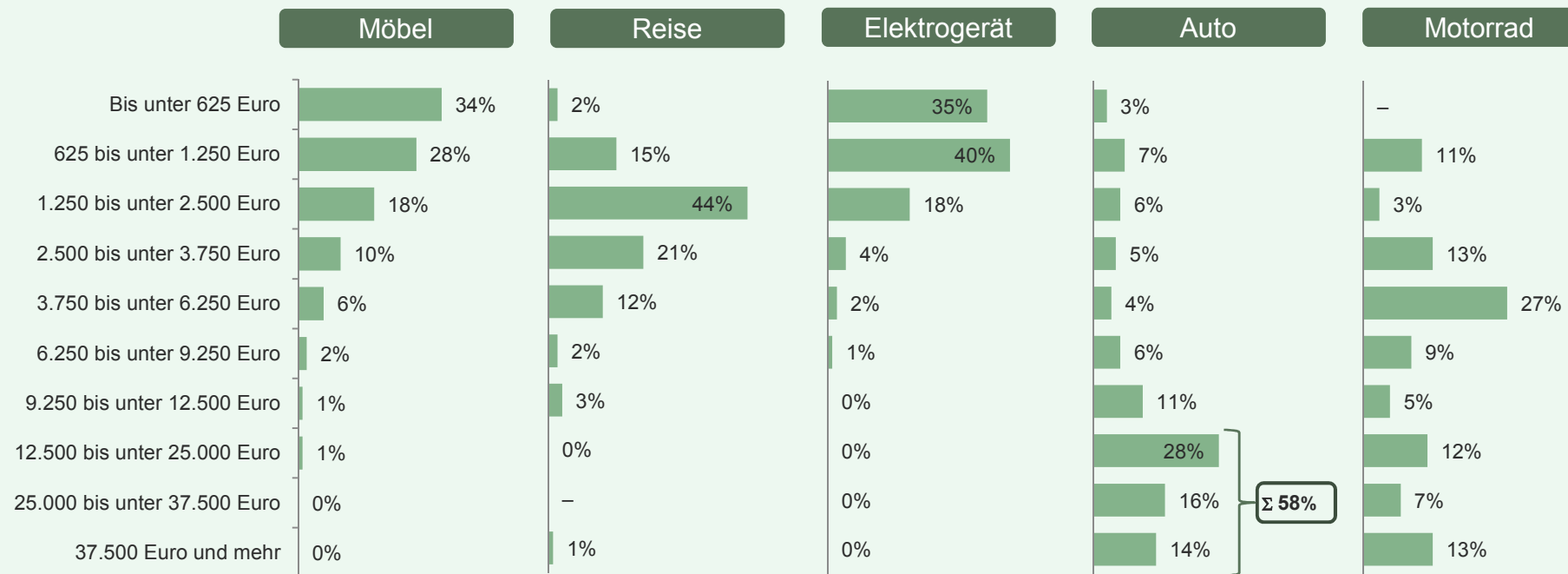


Basis: Autokauf / Motorradkauf / Möbelkauf geplant, N = 270 / N = 26 / N = 706 (Auto-, Motorradkauf: Einfachnennung, Möbelkauf: Mehrfachnennung)  
Frage 5. Möchten Sie ein neues oder ein gebrauchtes Auto / Motorrad kaufen? / Welche Möbel möchten Sie kaufen?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Der CreditPlus-Branchenindex – Ausgabepotenzial

Fast sechs von zehn Autokäufern erwarten einen Anschaffungspreis von mindestens 12.500 Euro.



Basis: Möbelkauf / Reise / Elektrogerätekauf / Autokauf / Motorradkauf geplant, N = 706 / N = 564 / N = 521 / N = 270 / N = 26 (Einfachnennung)

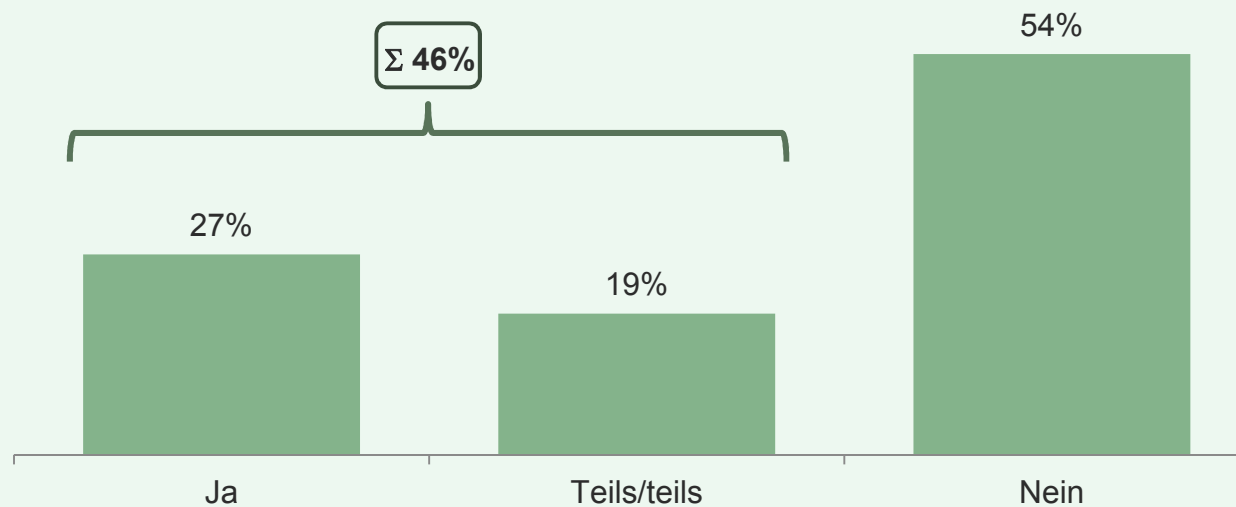
Frage 6. Und wie hoch ist der Betrag, den Sie für die einzelnen Anschaffungen jeweils ausgeben werden? Wenn Sie es noch nicht so genau wissen, schätzen Sie bitte.

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Kreditfinanzierung

Anschaffung(en) geplant: Knapp die Hälfte kann sich vorstellen, diese über einen Kredit zu finanzieren.

### Bereitschaft zur Kreditfinanzierung

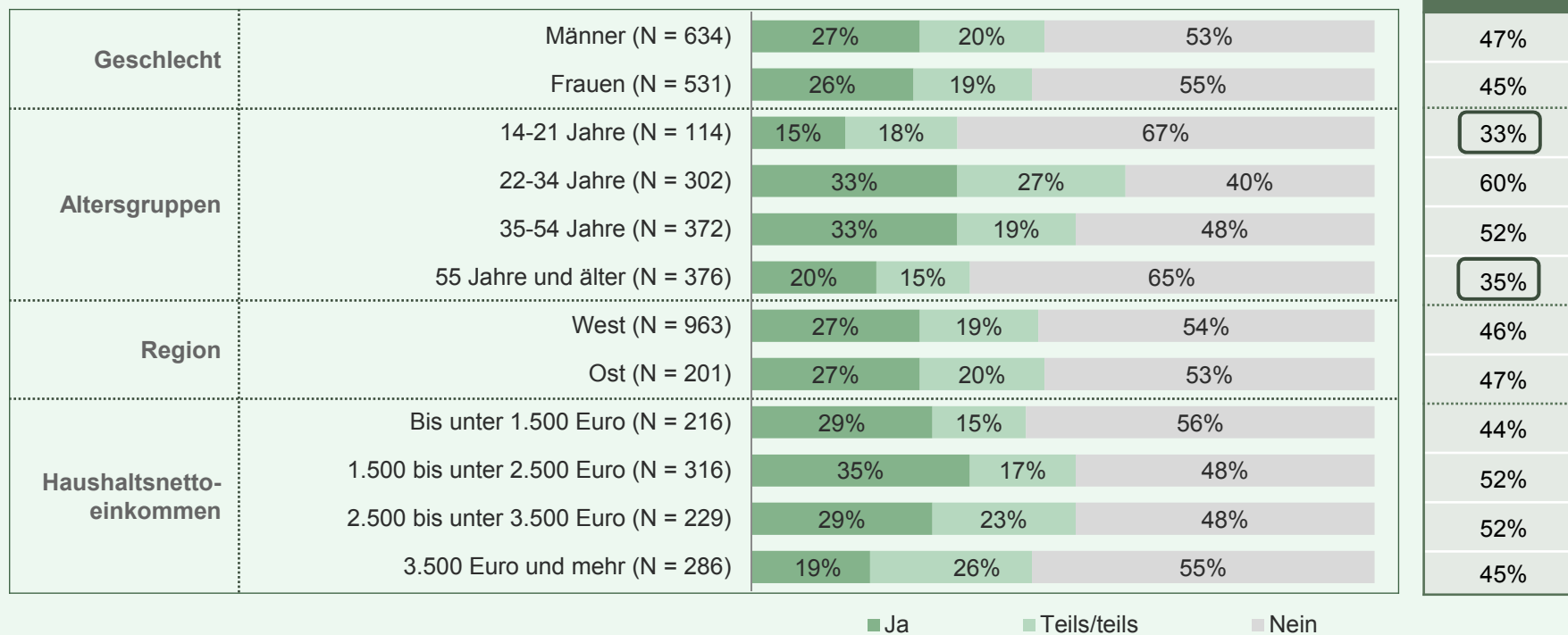


Basis: Anschaffung(en) geplant, N = 1.165 (Einfachnennung)  
Frage 7. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Kreditfinanzierung

Für jugendliche und ältere Konsumenten mit geplanter größerer Anschaffung kommt eine Kreditfinanzierung seltener in Frage.



Basis: Anschaffung geplant, N = 1.165 (Einfachnennung)  
 Frage 7. Können Sie sich vorstellen, für die Anschaffung auch eine Finanzierung in Anspruch zu nehmen?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Inhalt

---

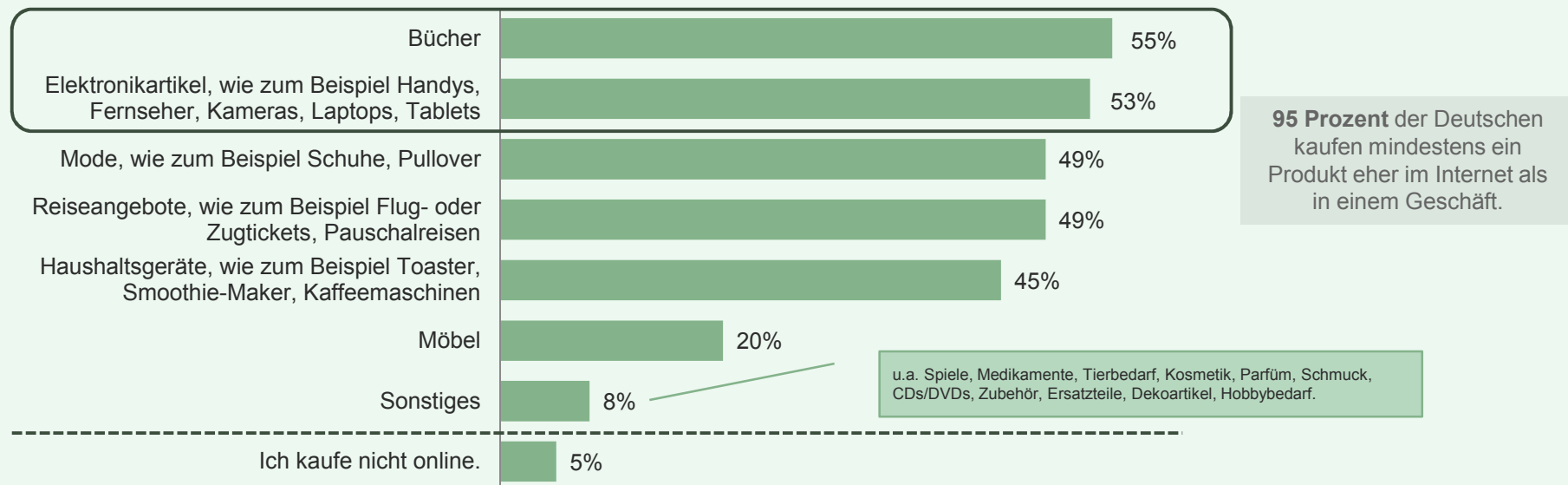
1. Management Summary
2. Der CreditPlus-Verbraucherindex
  - Zukunftserwartung
  - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
  - Anschaffungspotenzial
3. Der CreditPlus-Branchenindex
  - Kaufabsichten
  - Ausgabepotenzial
  - Kreditfinanzierung
4. Zusatzfragen
  - Kauf eher im Internet als im Geschäft
  - Produkte, für die auch mal mehr Geld ausgegeben wird
  - Reaktion auf steigende Inflation
5. Statistik

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Kauf eher im Internet als im Geschäft

Bücher und Elektronikartikel werden mehrheitlich eher im Internet als im Geschäft gekauft.

### Kauf eher im Internet als im Geschäft



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 8. Das Bestellen über Online-Shops ist eine Alternative zum Shoppen in der City. Welche Produkte kaufen Sie eher im Internet als in einem Geschäft?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Kauf eher im Internet als im Geschäft

Junge Erwachsene und mittlere Altersgruppen kaufen überdurchschnittlich viele Produkte eher im Internet als in Geschäften.

Kauf eher im Internet als im Geschäft	Total	Geschlecht		Alter			
		Männer	Frauen	14-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	980	1.020	163	397	639	801
Bücher	<b>55%</b>	53%	58%	38%	60%	60%	54%
Elektronikartikel, wie zum Beispiel Handys, Fernseher, Kameras, Laptops, Tablets	<b>53%</b>	62%	45%	56%	56%	58%	47%
Mode, wie zum Beispiel Schuhe, Pullover	<b>49%</b>	39%	59%	49%	50%	50%	48%
Reiseangebote, wie zum Beispiel Flug- oder Zugtickets, Pauschalreisen	<b>49%</b>	51%	47%	48%	56%	53%	42%
Haushaltsgeräte, wie zum Beispiel Toaster, Smoothie-Maker, Kaffeemaschinen	<b>45%</b>	47%	44%	27%	45%	50%	46%
Möbel	<b>20%</b>	19%	21%	14%	31%	20%	16%
Sonstiges	<b>8%</b>	8%	9%	7%	5%	9%	10%
Ich kaufe nicht online.	<b>5%</b>	6%	4%	8%	2%	4%	7%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt
 ■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

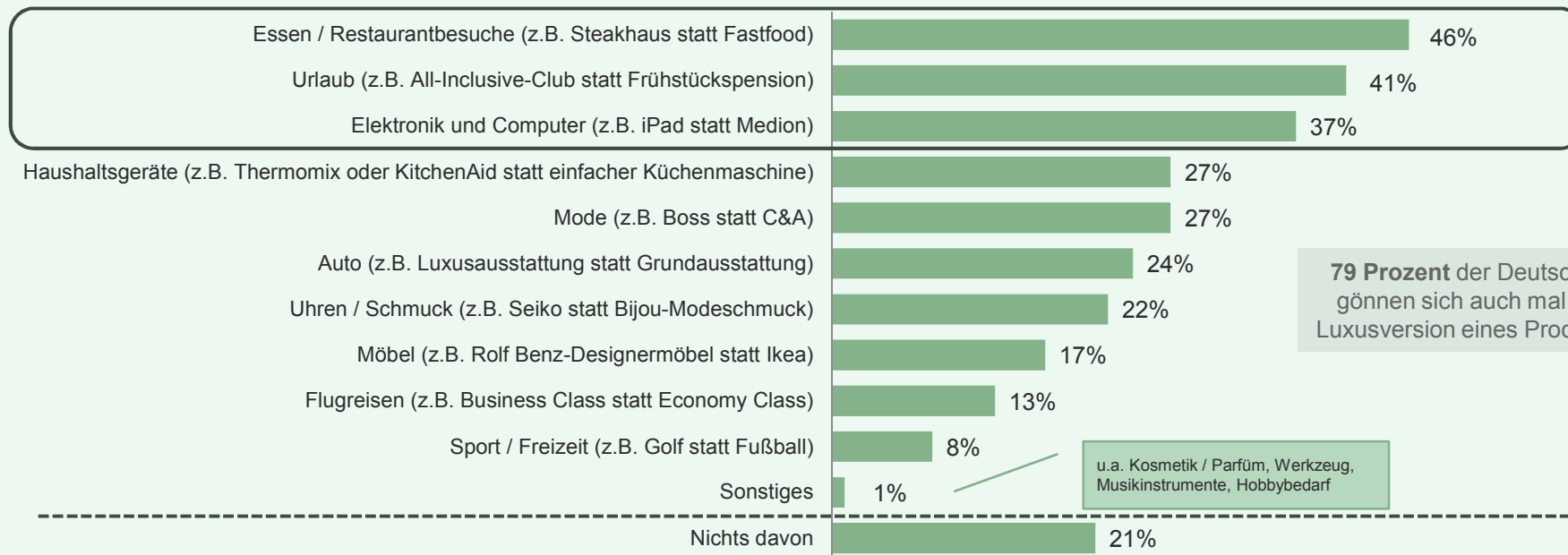
Frage 8. Das Bestellen über Online-Shops ist eine Alternative zum Shoppen in der City. Welche Produkte kaufen Sie eher im Internet als in einem Geschäft?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Produkte, für die auch mal mehr Geld ausgegeben wird

Hauptbereiche für Luxusprodukte: Essen / Restaurantbesuche, Urlaub und Elektronik / Computer.

### Bereitschaft zur Wahl einer teureren Variante



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

Frage 9. Bei den meisten Produkten haben Sie die Wahl zwischen verschiedenen Ausführungen. Oftmals unterscheiden sie sich deutlich in Ausstattung, Qualität und auch im Preis. Welche der folgenden Produkte sind es Ihnen wert, auch mal mehr Geld dafür auszugeben und eher die Luxusvariante zu wählen?



# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Produkte, für die auch mal mehr Geld ausgegeben wird

Junge Erwachsene sind bei vielen Produkten eher bereit, mehr auszugeben.

Bereitschaft zur Wahl einer teureren Variante	Total	Geschlecht		Alter			
		Männer	Frauen	14-21 Jahre	22-34 Jahre	35-54 Jahre	55 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	2.000	980	1.020	163	397	639	801
Essen / Restaurantbesuche (z.B. Steakhaus statt Fastfood)	<b>46%</b>	45%	47%	33%	45%	50%	47%
Urlaub (z.B. All-Inclusive-Club statt Frühstückspension)	<b>41%</b>	41%	40%	37%	48%	44%	35%
Elektronik und Computer (z.B. iPad statt Medion)	<b>37%</b>	43%	31%	58%	45%	40%	25%
Haushaltsgeräte (z.B. Thermomix oder KitchenAid statt einfacher Küchenmaschine)	<b>27%</b>	29%	26%	33%	34%	32%	20%
Mode (z.B. Boss statt C&A)	<b>27%</b>	27%	27%	37%	30%	32%	20%
Auto (z.B. Luxusausstattung statt Grundausstattung)	<b>24%</b>	29%	19%	26%	30%	26%	18%
Uhren / Schmuck (z.B. Seiko statt Bijou-Modeschmuck)	<b>22%</b>	21%	23%	28%	29%	24%	16%
Möbel (z.B. Rolf Benz-Designermöbel statt Ikea)	<b>17%</b>	17%	17%	12%	26%	19%	12%
Flugreisen (z.B. Business Class statt Economy Class)	<b>13%</b>	15%	11%	14%	15%	15%	10%
Sport / Freizeit (z.B. Golf statt Fußball)	<b>8%</b>	9%	6%	10%	13%	9%	4%
Sonstiges	<b>1%</b>	2%	1%	2%	1%	1%	1%
Nichts davon	<b>21%</b>	17%	24%	10%	11%	18%	30%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Mehrfachnennung)

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt
 ■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

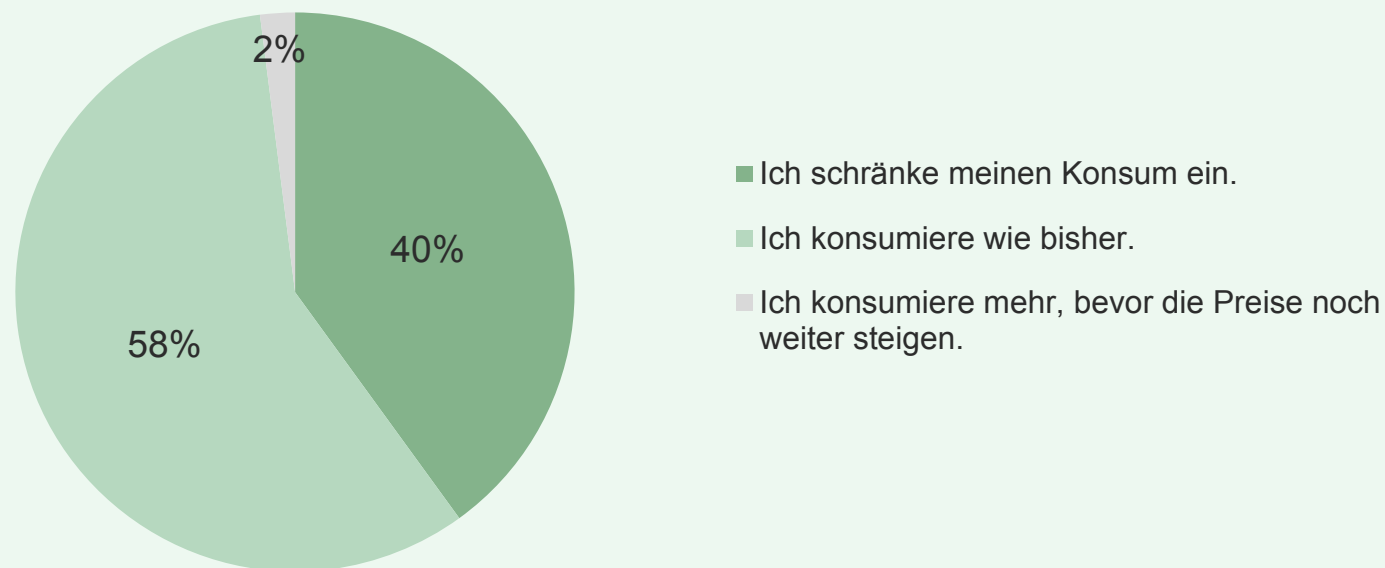
Frage 9. Bei den meisten Produkten haben Sie die Wahl zwischen verschiedenen Ausführungen. Oftmals unterscheiden sie sich deutlich in Ausstattung, Qualität und auch im Preis. Welche der folgenden Produkte sind es Ihnen Wert, auch mal mehr Geld dafür auszugeben und eher die Luxusvariante zu wählen?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Reaktion auf steigende Inflation

Sechs von zehn Deutschen schränken ihren Konsum aufgrund der Inflation zukünftig nicht ein.

### Konsumverhalten infolge der Inflation



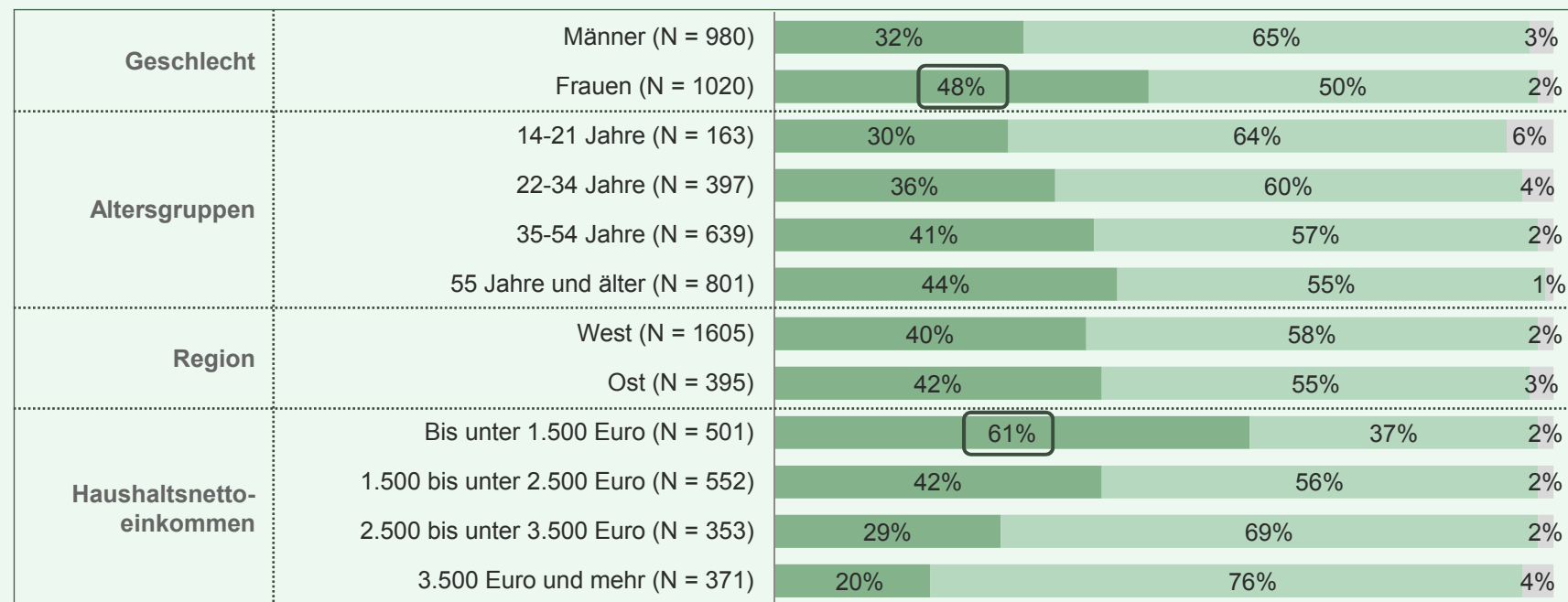
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 10. Die Inflation steigt wieder. Experten rechnen für die nächsten Monate mit weiter steigenden Preisen. Wie reagieren Sie darauf?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Reaktion auf steigende Inflation

Vor allem Frauen und Geringverdiener schränken ihren Konsum inflationsbedingt ein.



■ Ich schränke meinen Konsum ein. ■ Ich konsumiere wie bisher. ■ Ich konsumiere mehr, bevor die Preise noch weiter steigen.

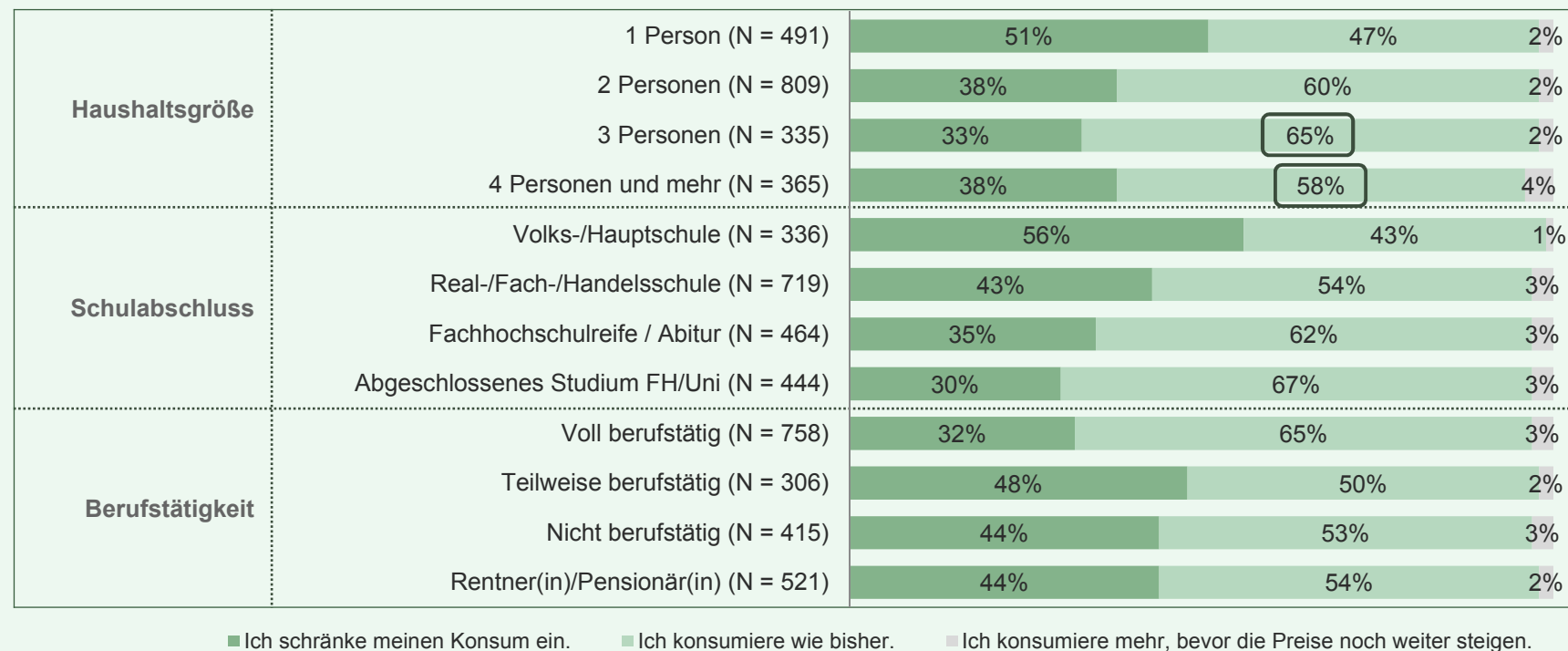
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 10. Die Inflation steigt wieder. Experten rechnen für die nächsten Monate mit weiter steigenden Preisen. Wie reagieren Sie darauf?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Reaktion auf steigende Inflation

Rund sechs von zehn Befragten aus Mehrpersonenhaushalten konsumieren trotz Inflation weiter wie bisher.



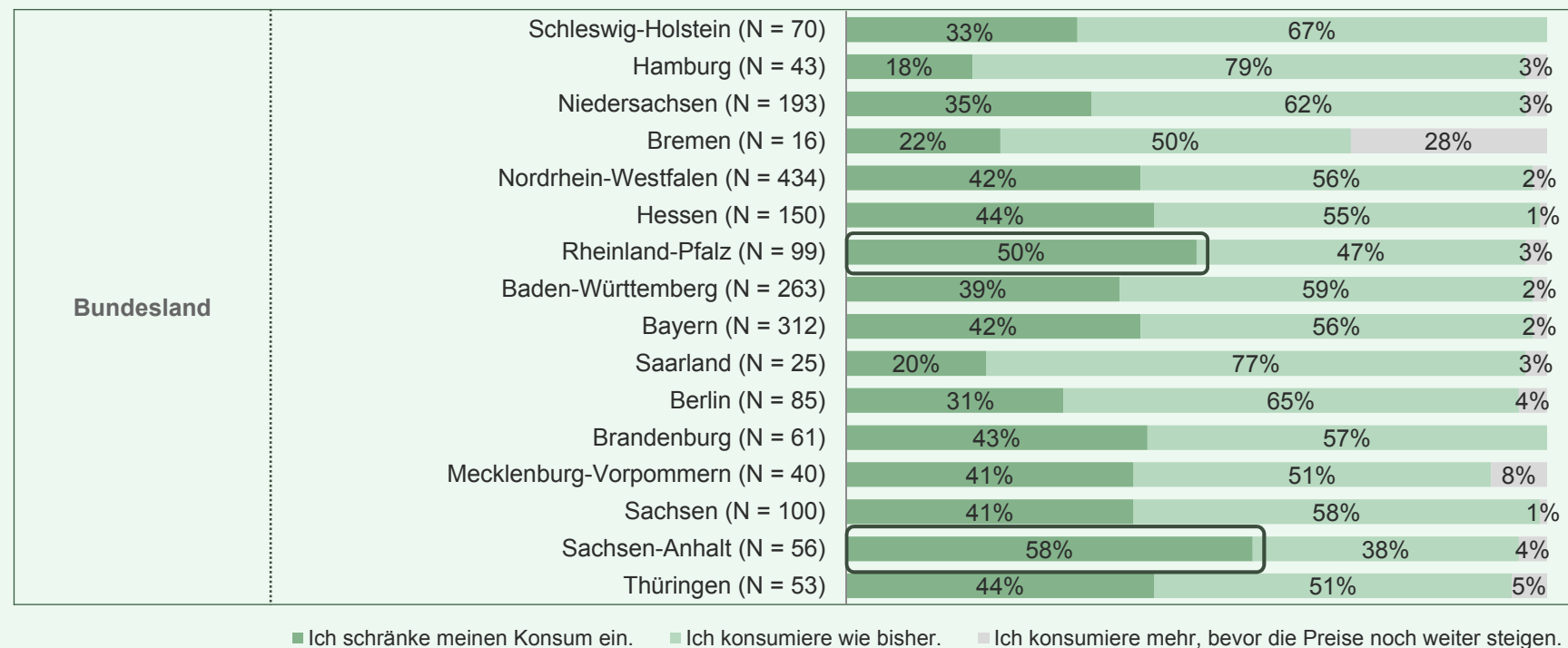
Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 10. Die Inflation steigt wieder. Experten rechnen für die nächsten Monate mit weiter steigenden Preisen. Wie reagieren Sie darauf?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Zusatzfragen – Reaktion auf steigende Inflation

Besonders viele Einwohner aus Sachsen-Anhalt und Rheinland-Pfalz schränken ihren Konsum ein.



Basis: Alle Befragten, N = 2.000 (Einfachnennung)

Frage 10. Die Inflation steigt wieder. Experten rechnen für die nächsten Monate mit weiter steigenden Preisen. Wie reagieren Sie darauf?

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Inhalt

---

1. Management Summary
2. Der CreditPlus-Verbraucherindex
  - Zukunftserwartung
  - Anschaffungsneigung und Anschaffungsmöglichkeit
  - Anschaffungspotenzial
3. Der CreditPlus-Branchenindex
  - Kaufabsichten
  - Ausgabepotenzial
  - Kreditfinanzierung
4. Zusatzfragen
  - Kauf eher im Internet als im Geschäft
  - Produkte, für die auch mal mehr Geld ausgegeben wird
  - Reaktion auf steigende Inflation
5. Statistik

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Statistik

### Geschlecht

Männlich	49%
Weiblich	51%

### Alter

14-21Jahre	8%
22-34 Jahre	20%
35-54 Jahre	32%
55 Jahre und älter	40%

### Kinder unter 14 Jahre im Haushalt

Ja	21%
Nein	79%

### Schulabschluss

Kein allgemeiner Schulabschluss	2%
Volks-/Hauptschule	17%
Real-/Fach-/Handelsschule	36%
Fachhochschulreife / Abitur	23%
Abgeschlossenes Studium FH/Uni	22%

### 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  
Statistik

# Verbraucherindex – Frühjahr 2017

## Statistik

### Berufstätigkeit

Ja, voll berufstätig	38%
Ja, teilweise berufstätig	15%
Nein, vorübergehend arbeitslos	4%
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)	9%

### Haushaltsgröße

1 Person	25%
2 Personen	40%
3 Personen	17%
4 Personen und mehr	18%

### Haushaltsnettoeinkommen

Bis unter 500 Euro	2%
500 bis unter 750 Euro	4%
750 bis unter 1.000 Euro	6%
1.000 bis unter 1.250 Euro	7%
1.250 bis unter 1.500 Euro	7%
1.500 bis unter 1.750 Euro	6%
1.750 bis unter 2.000 Euro	8%
2.000 bis unter 2.250 Euro	6%
2.250 bis unter 2.500 Euro	7%
2.500 bis unter 3.500 Euro	18%
3.500 bis unter 5.000 Euro	13%
5.000 Euro und mehr	5%
Keine Angabe	11%

Basis: Alle Befragten, N = 2.000  
 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](mailto:Sandra.Hilpert@creditplus.de)

[www.creditplus.de](http://www.creditplus.de)