

Pressemitteilung

Datum

8. Februar 2010

Ronald Frank
GfK Verein Studien
Tel. +49 911 395 3004
ronald.frank@gfk-verein.org

Sandra Lades
GfK Verein Presse
Tel. +49 911 395 3606
presse@gfk-verein.org

GfK-Nürnberg e.V.
Nordwestring 101
D-90419 Nürnberg

Tel +49 (0)911/395-2368
Fax +49 (0)911/395-2715
www.gfk-verein.org
info@gfk-verein.org

Geschäftsführung:
Dr. Raimund Wildner

Präsidium:
Peter Zuhlsdorff (Präsident)
Ralf Klein-Bölting
Prof. Dr. Nicole Koschate
Prof. Hubert Weiler
Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg

Europäische Konsumenten sparen in der Krise ganz unterschiedlich

Ergebnisse der GfK-Studie „Sparen im Alltag in Europa“

Nürnberg, 8. Februar 2010 – Der GfK Verein hat in neun Ländern Europas das Sparverhalten der Verbraucher vor dem Hintergrund der gegenwärtigen Wirtschaftskrise untersucht. Während besonders die Konsumenten in Deutschland, Großbritannien, Frankreich und in Österreich in zahlreichen Bereichen versuchen, ihre Ausgaben zu reduzieren, ist für die Befragten in Spanien und in Polen Sparen im Alltag derzeit kein so dringendes Thema. Knapp jeder Dritte in diesen beiden Ländern antwortet, gar nichts zu machen, um seine Haushaltskasse zu schonen.

Verschiedene Nationen, verschiedene Sparmaßnahmen

Mehr als vier von zehn Konsumenten in Deutschland, den Niederlanden und in Österreich, versuchen, Lebensmittel und Getränke so günstig wie möglich einzukaufen. Bei den Ausgaben für Bekleidung und Schuhe zu sparen, das geben dagegen häufiger die befragten Russen und Italiener (49 bzw. 43 Prozent) an. Seltener eine Gaststätte oder ein Restaurant zu besuchen, stellt eine weitere Möglichkeit dar, um seine alltäglichen Ausgaben einzuschränken: Vor allem die Deutschen, die Franzosen (48 bzw. 45 Prozent) sowie die Österreicher und die Italiener (41 bzw. 42 Prozent) sparen beim Essen gehen.

Größere Anschaffungen für zum Beispiel ein Auto oder eine Waschmaschine verschieben, das versuchen gegenwärtig hauptsächlich die russischen und deutschen Konsumenten (45 bzw. 42 Prozent). Auch der Verzicht auf den Besuch einer Kneipe oder eines Cafés spart Geld: vier von zehn befragten Franzosen und Deutschen geben an, so ihre alltäglichen Ausgaben zu reduzieren. Ebenso bietet der Verzicht auf einen Kino-, Konzert- oder Theaterbesuch für die französischen und die deutschen Befragten Sparpotenzial für die Haushaltskasse. Und knapp mehr als jeder dritte Konsument in Deutschland, Österreich, Frankreich, den Niederlanden und Großbritannien versucht, preiswerter Urlaub zu machen.

Durch weniger Energiekosten für die Heizung bzw. die Klimaanlage Geld zu sparen, das antworten knapp 40 Prozent der Briten und 27 Prozent der Niederländer. Der Kauf möglichst günstiger Bahn- und Flugtickets schließlich stellt nur in Großbritannien, Deutschland und Österreich für mehr als jeden Vierten eine Möglichkeit dar, seine Ausgaben zu verringern.

Fragt man die Verbraucher dann noch genauer, was sie von den genannten Möglichkeiten als erstes tun, um Geld zu sparen, so erhält man die europäischen **Top-3 des Sparens**:

1. Lebensmittel und Getränke so preisgünstig wie möglich einzukaufen
2. größere Anschaffungen für zum Beispiel ein Auto oder eine Waschmaschine verschieben
3. seltener in ein Café, eine Kneipe oder eine Bar gehen.

Frauen sind häufig sparsamer

Insgesamt müssen die Frauen in Europa mehr sparen als die Männer: So werden besonders Lebensmittel und Getränke möglichst preisgünstig eingekauft (42 versus 34 Prozent), für Bekleidung und Schuhe wird weniger ausgegeben (43 versus 36 Prozent) und auch Zeitungen und Zeitschriften kommen seltener in den Einkaufskorb (24 versus 18 Prozent).

Dabei sind es vor allem die europäischen Hausfrauen Mitte, die bei Lebensmitteln und Getränken sparen (48 Prozent), ihre Einkäufe für Bekleidung und Schuhe reduzieren (47 Prozent) und seltener in ein Café (43 Prozent), ein Restaurant (46 Prozent) oder ins Kino gehen (45 Prozent). Deutlich weniger sparen müssen in Europa dagegen die älteren Konsumentinnen der Mittelschicht: Nur bei Lebensmitteln und Getränken (37 Prozent) und bei Schuhen und Bekleidung (40 Prozent) versucht diese Verbrauchergruppe, ihre Ausgaben nennenswert einzuschränken.

Tabelle

	Gesamt: 9 Länder	Deutschland	Frankreich	Spanien	Österreich	Polen	Italien	Niederlande	Großbritannien	Russland
Lebensmittel und Getränke so preisgünstig wie möglich einkaufen	38.1	47.4	38.6	21.5	43.5	24.6	42.7	49.9	35.7	38.2
für Bekleidung und Schuhe weniger ausgeben	37.7	33.9	37.0	33.8	30.1	25.3	43.3	31.7	40.5	49.3
seltener auswärts essen gehen	37.3	47.9	45.1	35.7	41.1	19.3	41.6	37.8	39.6	28.1
größere Anschaffungen, wie z.B. Haushalts-	34.0	42.4	34.0	17.7	36.0	23.9	26.7	32.3	29.8	44.9

	Gesamt: 9 Länder	Deutschland	Frankreich	Spanien	Österreich	Polen	Italien	Niederlande	Großbritannien	Russland
geräte, Möbel oder ein neues Auto, verschieben										
seltener eine Kneipe, Bar oder ein Café besuchen	33.5	40.0	41.0	30.3	35.3	21.7	27.6	23.7	35.6	34.9
seltener abends ausgehen (Kino, Konzert, Theater etc.)	31.6	37.6	41.1	28.4	33.9	15.2	28.6	26.0	33.6	32.2
preiswerter Urlaub machen	29.3	34.5	34.8	22.4	34.5	17.3	27.2	33.3	31.5	28.3
weniger Zeitungen und Zeitschriften kaufen	21.0	24.8	24.8	11.8	20.3	15.1	17.4	22.7	22.0	24.1
beim Telefonieren den Anbieter wechseln oder weniger telefonieren	17.3	22.7	13.9	18.6	25.0	7.8	14.9	23.6	21.6	13.2
weniger heizen / weniger die Klimaanlage einschalten	17.0	15.3	17.2	15.1	10.6	8.9	20.5	27.4	38.6	9.3
bei Bahn- und Flugtickets auf besonders günstige Angebote achten	17.0	27.5	19.8	10.6	25.3	4.3	13.8	14.0	30.7	8.2
weniger mit dem Auto fahren	16.1	21.9	25.1	12.0	22.8	6.3	18.5	17.3	19.6	7.9
Versicherungen wechseln bzw. kündigen	12.4	19.5	9.0	6.4	16.3	2.5	8.0	8.2	17.9	14.3
nichts davon	17.7	15.0	9.7	30.8	15.5	30.5	14.5	18.3	18.3	13.0
<i>Anzahl genannter Bereiche</i>	<i>3.6</i>	<i>4.3</i>	<i>3.9</i>	<i>3.0</i>	<i>3.9</i>	<i>2.2</i>	<i>3.5</i>	<i>3.7</i>	<i>4.2</i>	<i>3.5</i>

Quelle: Studie „Sparen im Alltag in Europa“ (European Consumer Study), GfK Verein, Winter 2009

* Basis: Personen ab 14 bzw. 15 Jahre. Antworten der Befragten in Prozent auf folgende Frage: „Jeder hat ja so seine Bereiche, wo er zuerst spart, wenn das Geld knapper wird. Ich nenne Ihnen eine Reihe von Möglichkeiten und Sie sagen mir bitte, was Sie in Ihrem Haushalt gegenwärtig machen, um zu sparen?“ - Quelle: GfK Verein, Februar 2010

Zur Studie

Die dargestellten Ergebnisse stammen aus der Untersuchung „European Consumer Study 2010“. Im Rahmen dieser Studie wurden im Auftrag des GfK Vereins im Winter 2009 insgesamt rund 10.200 Verbraucher in neun europäischen Ländern, und zwar in Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, den Niederlanden, Österreich, Spanien, Polen und in Russland befragt. Die Studie ist repräsentativ für 439 Mio. private Verbraucher ab 14 bzw. 15 Jahren in Europa. Diese Untersuchung beleuchtet grundlegende Trends des privaten Konsums in diesen neun europäischen Ländern.

Weitere Informationen zu dieser Studie erhalten Sie bei: Ronald Frank, GfK Verein, Tel. +49 911 395-3004, E-Mail: ronald.frank@gfk-verein.org

Zum GfK Verein

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Er setzt sich aus rund 600 Unternehmen und Einzelpersonen zusammen. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins zur Verfügung gestellt. Der GfK Verein ist Gesellschafter der GfK SE.

Weitere Informationen unter www.gfk-verein.org.

V.i.S.d.P.
GfK Verein, Presse
Sandra Lades
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-3606
presse@gfk-verein.org
sandra.lades@gfk-verein.org