

Die Finanzkrise – Auswirkungen auf das Kaufverhalten

Nürnberg, März 2009

- 1** **Betroffenheit durch die Finanzkrise**
- 2** **Honorar und Bezug**

1 Betroffenheit durch die Finanzkrise

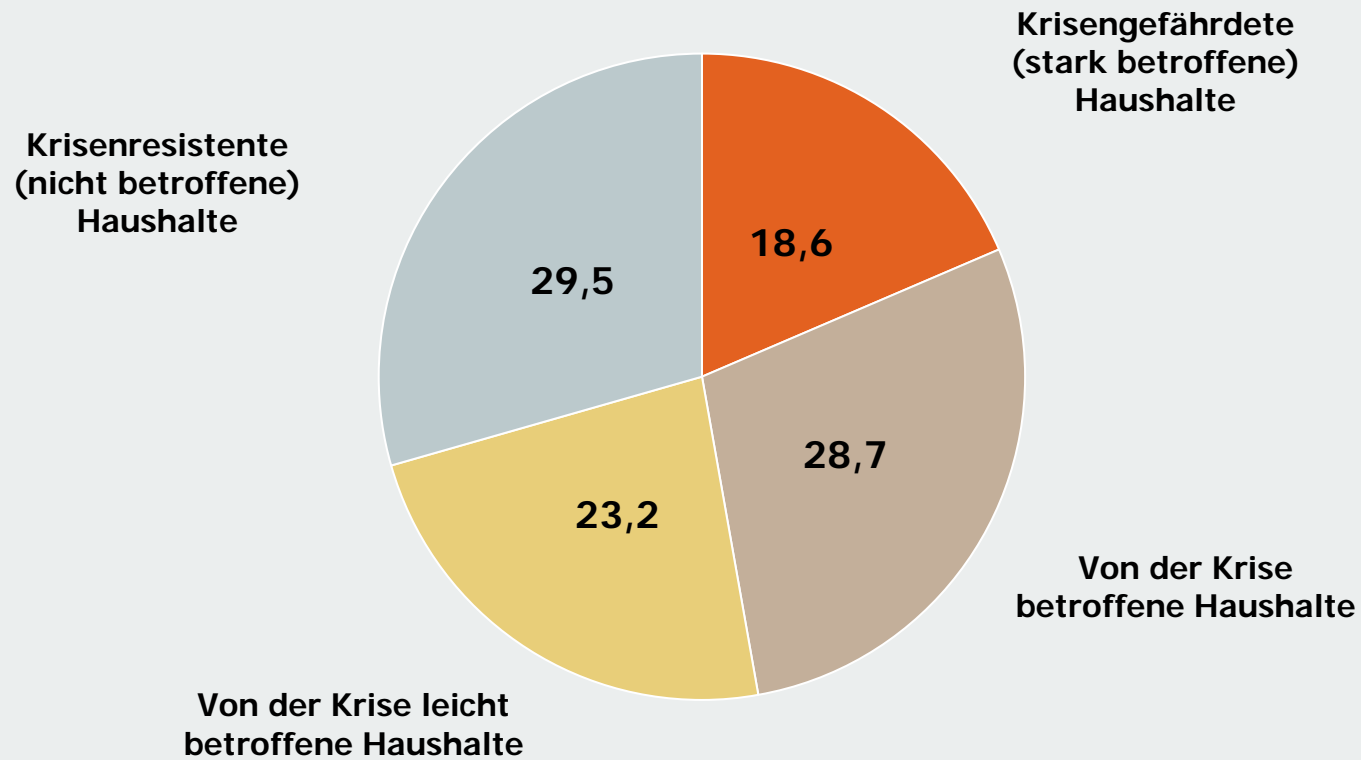
Zielsetzung der Studie

4

Dass nicht alle Haushalte und Unternehmen gleichermaßen von der aktuellen Finanzkrise betroffen sind ist sicherlich keine überraschende Erkenntnis. Jedoch ist die Frage zur persönlichen Einschätzung des Ausmaßes der Krise von großer Bedeutung, weil sich die persönliche Betroffenheit der Verbraucher unterschiedlich stark auf deren Konsum- und Kaufgewohnheiten auswirkt.

Die aktuelle Studie „Die Finanzkrise – Auswirkungen auf das Kaufverhalten“ geht der Frage auf den Grund, welche Auswirkungen die Finanzkrise auf Ihre Kunden hat und ob Ihre Kunden daher ihre Kauf- und Verhaltensmuster verändern werden.

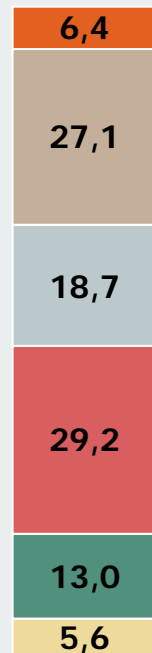
Krisenbetroffenheit



Basis: 23760 Haushalte; Februar 2009

Nicht alle Verbraucher sind gleich stark von der Finanzmarktkrise betroffen

Gesamt



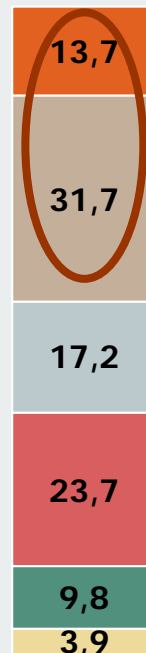
100

mtl. HH-Nettoeinkommen

- unter 750 Euro
- 750 - 1.499 Euro
- 1.500 - 1.999 Euro
- 2.000 - 2.999 Euro
- 3.000 - 3.999 Euro
- 4.000 Euro +

Anteil (%)

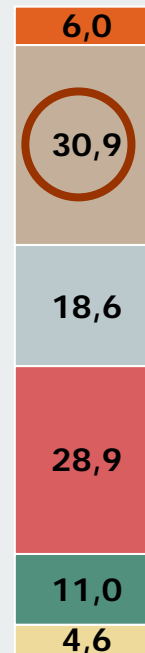
Krisengefährdete Haushalte



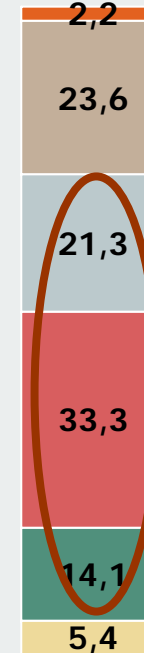
18,6



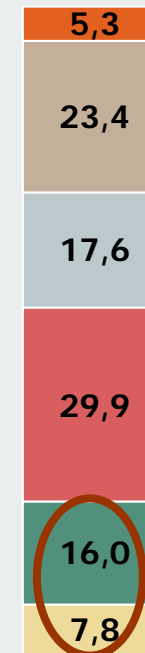
Krisenresistente Haushalte



28,7



23,2



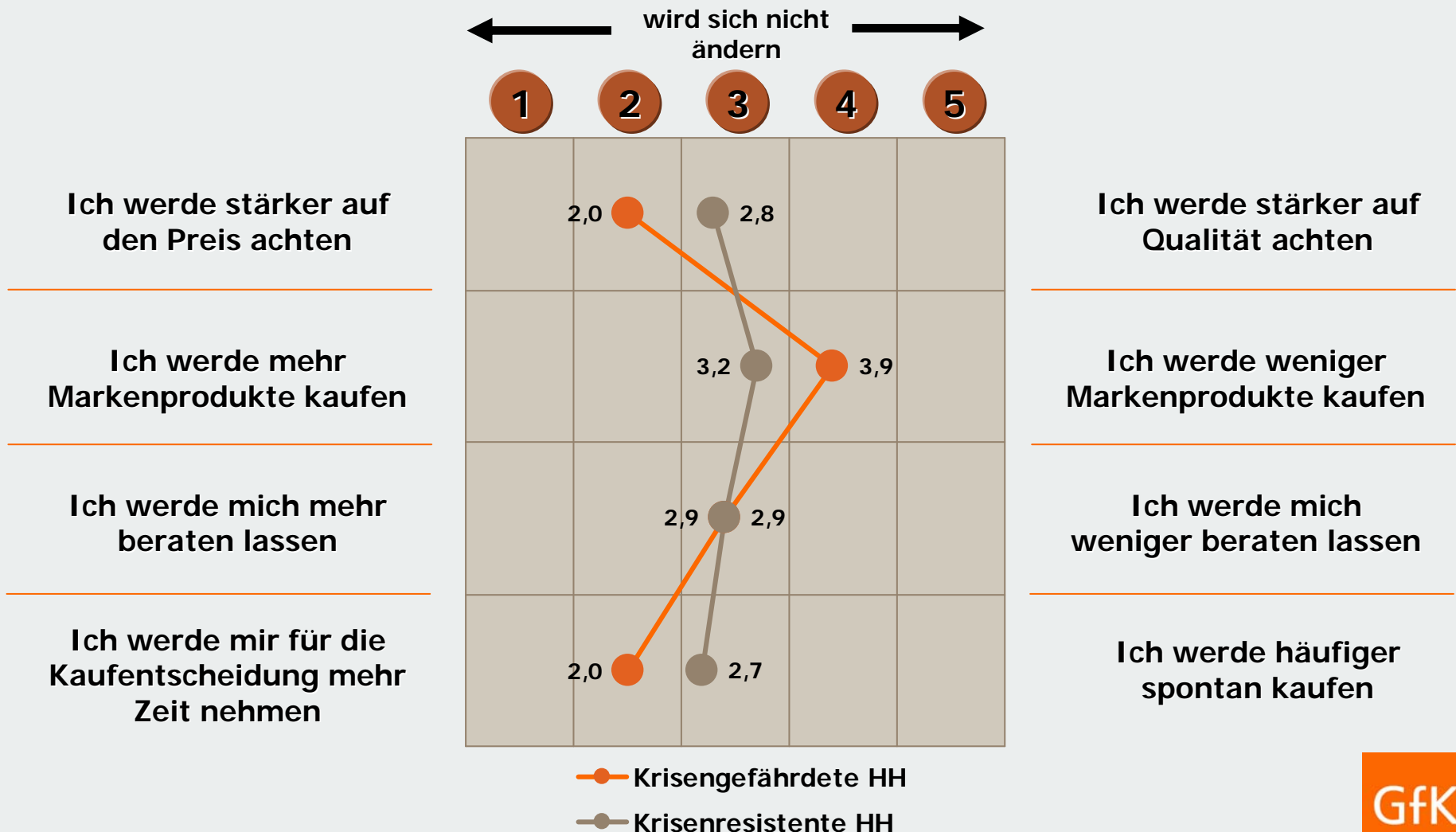
29,5



Krisengefährdete Haushalte werden das Kaufverhalten ändern und zukünftig stärker auf den Preis achten, weniger Markenprodukte kaufen und sich mehr Zeit für die Kaufentscheidung nehmen.

7

Was glauben Sie, wird sich Ihr Kaufverhalten durch die Finanzmarktkrise ändern?

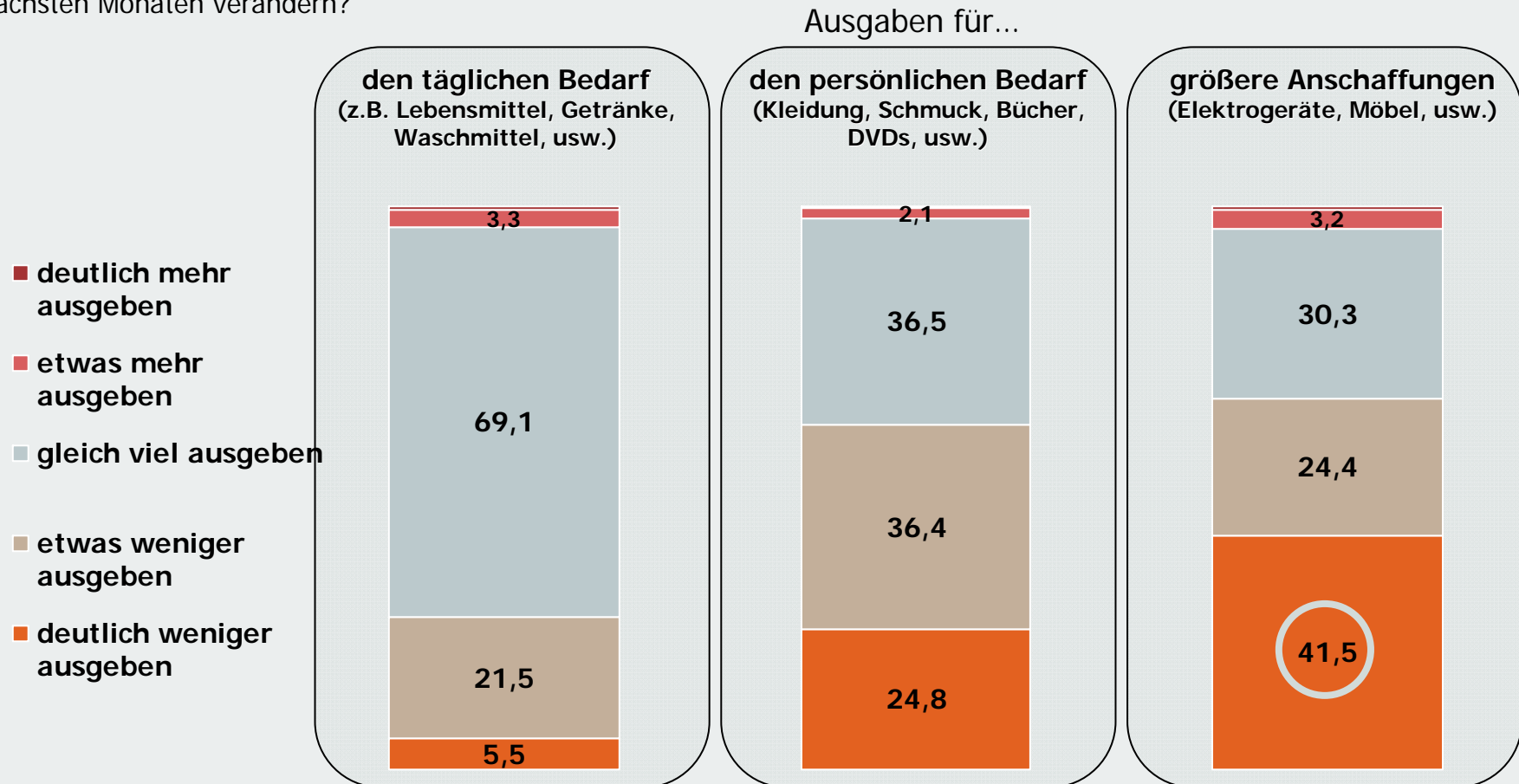


Basis: 23760 Haushalte, Februar 2009

Vor allem Ausgaben für größere Anschaffungen werden sich deutlich reduzieren

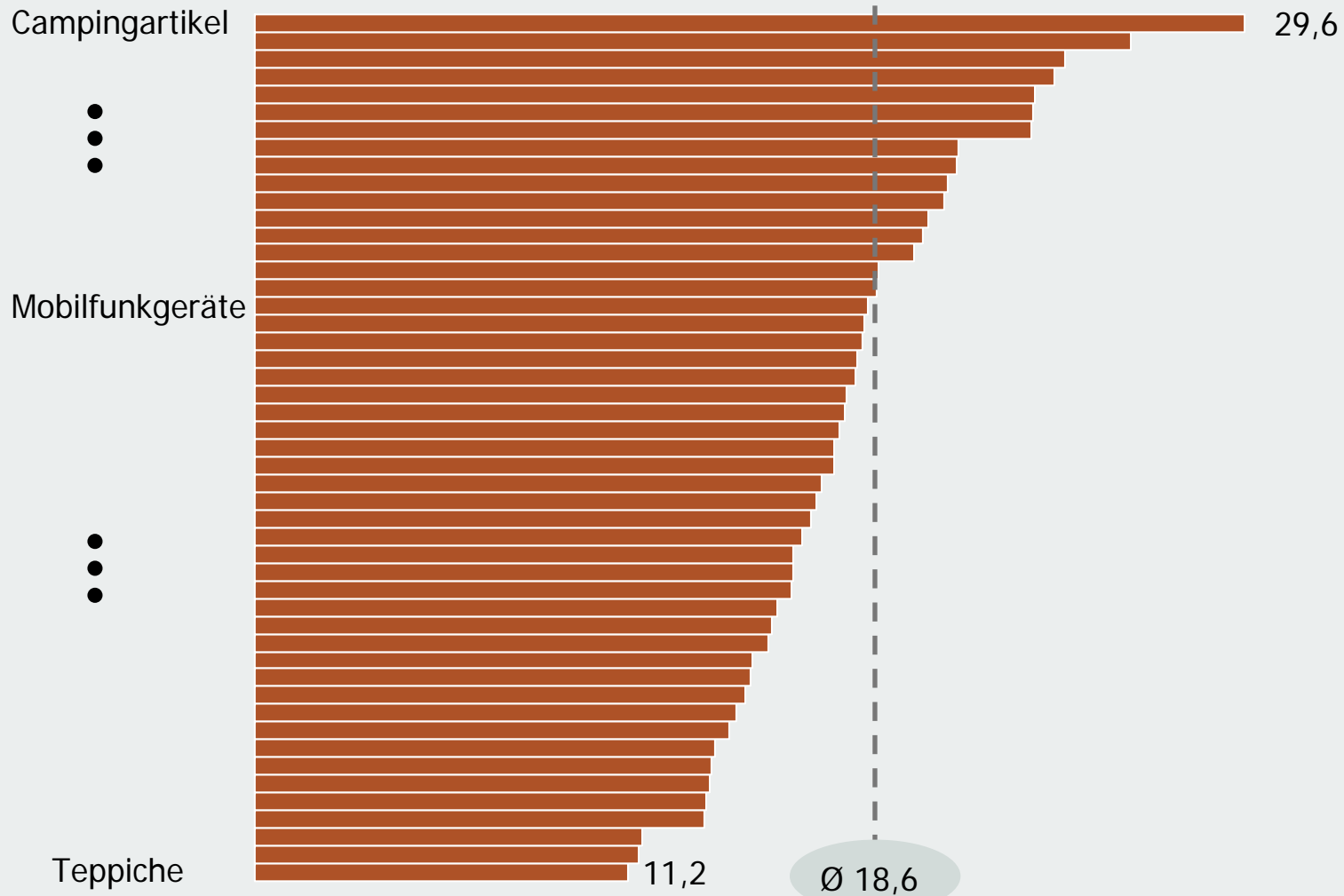
8

Wie werden sich aus heutiger Sicht Ihre Ausgaben für die unten genannten unterschiedlichen Bereiche in den nächsten Monaten verändern?



Nicht alle Branchen sind gleichermaßen betroffen

% - Anteil der Ausgaben krisengefährdeter Haushalte an den Ausgaben aller Haushalte im Jahr 2008



Basis: GfK Universalpanel; Ausgaben für Non-Food-Sortimente Jahr 2008



2 Honorar und Bezug

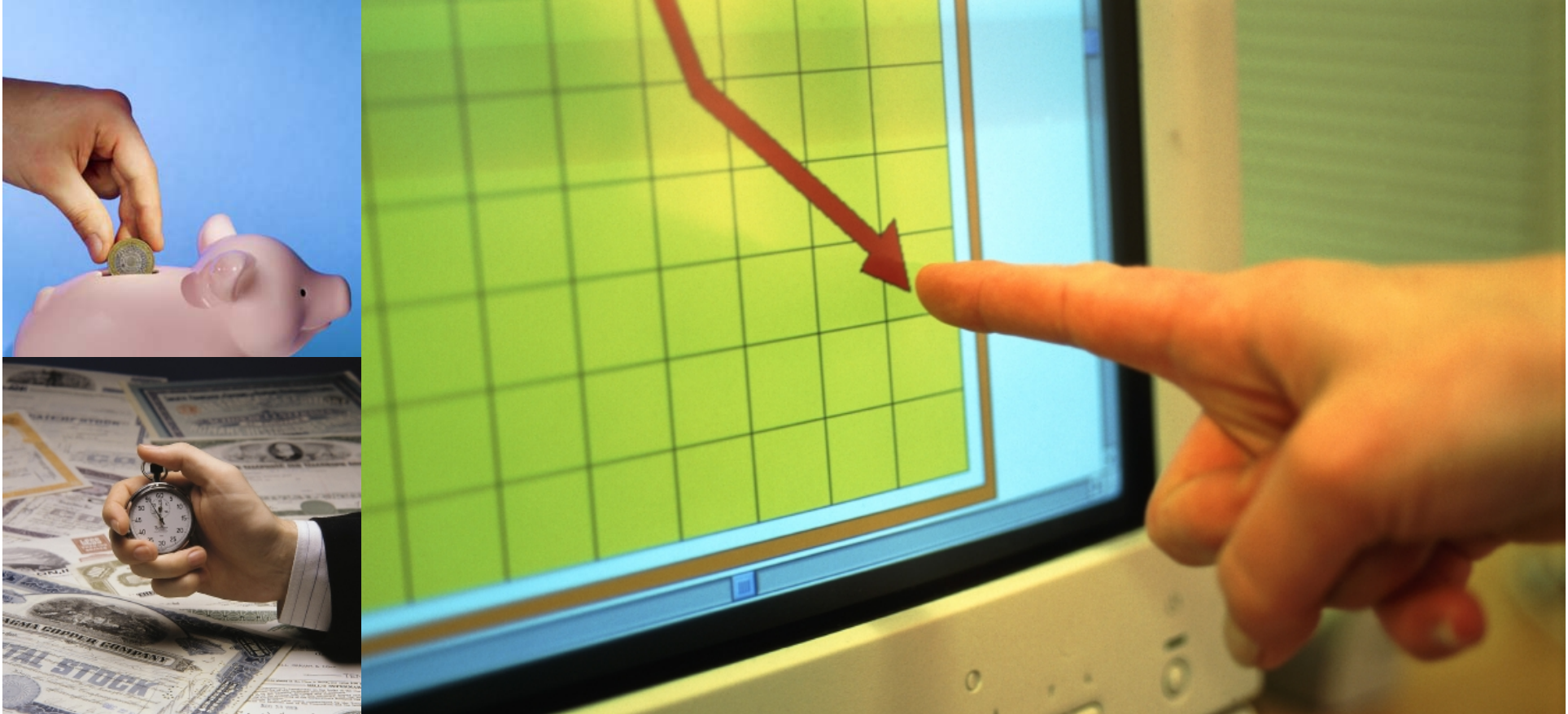
Die Studie

11

**Basiserhebung „ Die Finanzkrise – Auswirkungen auf das Kaufverhalten“
(Chartsatz & Tabellenbericht) 750,- Euro**

Korrelation der Ergebnisse mit Marken, Sortimenten oder Branchen
- Je Bericht (Tabellenbericht) **Auf Anfrage**

Auswertung der Ergebnisse nach weiteren Merkmalen
- Mediennutzungsverhalten
- Kaufdaten **Auf Anfrage**



Bestellung der Studie bei:

Erik Lämmerzahl

Tel: +49 (0) 911 – 395 3290

Fax: +49 (0) 911 – 395 4053

E-Mail: erik.laemmerzahl@gfk.com