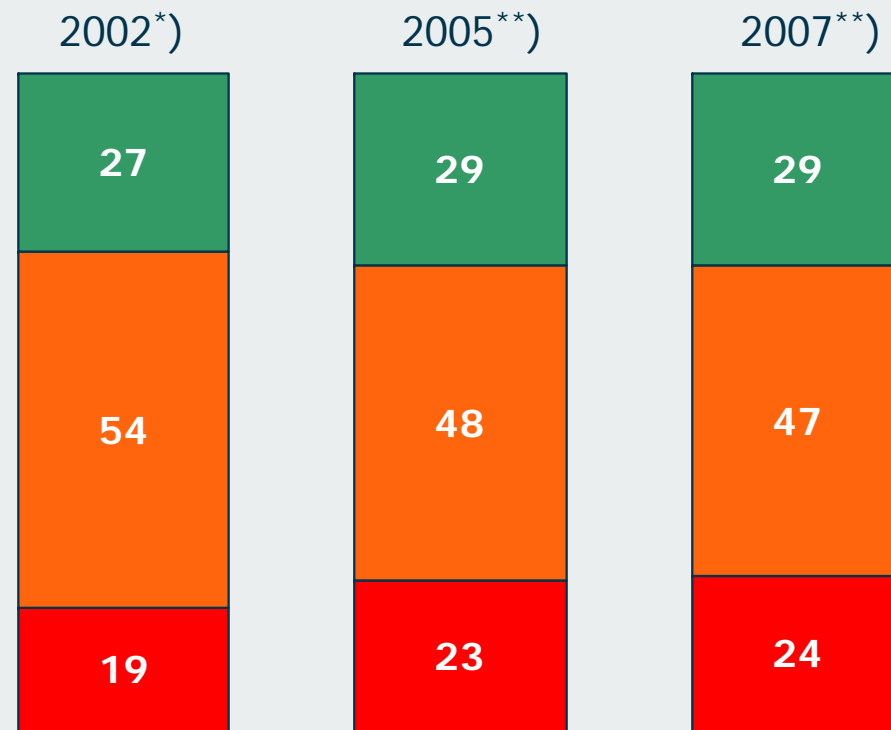


Polarisierung im Finanzspielraum der Privathaushalte

Finanzieller Spielraum ...

- ... **reichlich gegeben**
(muss mich in keiner Weise einschränken / bin gut versorgt und kann mir einiges leisten)
- ... **eingeschränkt**
(im Großen und Ganzen komme ich zurecht)
- ... **nicht vorhanden**
(komme gerade über die Runden, es reicht hinten und vorne nicht)

Haushaltsverteilung in %



^{*)} GfK-Trendsensoren Konsum

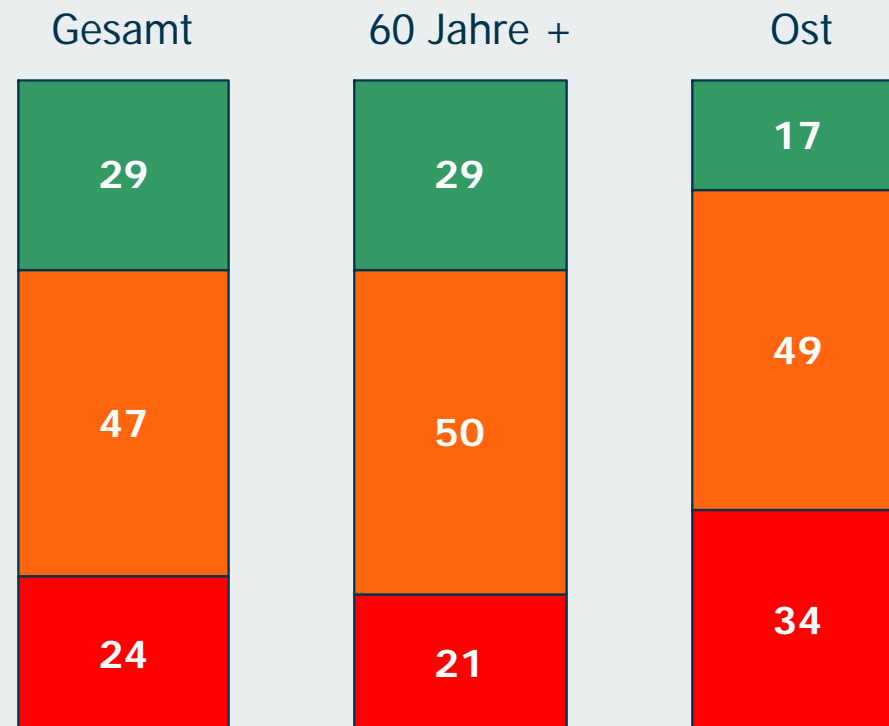
^{**)} 20.000 HH-Panel ConsumerScope, jew. Feb.

Finanzspielraum bei ostdeutschen Haushalten deutlich geringer vorhanden – ältere HH müssen sich weniger einschränken

Finanzieller Spielraum ...

- ... **reichlich gegeben**
(muss mich in keiner Weise einschränken / bin gut versorgt und kann mir einiges leisten)
- ... **eingeschränkt**
(im Großen und Ganzen komme ich zurecht)
- ... **nicht vorhanden**
(komme gerade über die Runden, es reicht hinten und vorne nicht)

Haushaltsverteilung in %



Basis: 20.000 HH-Panel ConsumerScope, Feb. 2007

Finanzieller Spielraum bei Privathaushalten

47% der Deutschen kommen mit ihren Finanzen „im großen und ganzen“ zurecht **GfK-Studie zum finanziellen Spielraum der deutschen Verbraucher**

Nur knapp 30 Prozent aller Deutschen können aus dem Vollen schöpfen. So hoch ist der Anteil derjenigen, die von sich selbst sagen, dass sie sich „in keiner Weise einschränken“ müssen bzw. „sich einiges leisten“ können. Gegenüber 2005 ist der Anteil gleich geblieben. 24 Prozent, etwas mehr als 2005, schreiben sich selbst keinerlei finanziellen Spielraum zu. Im Osten sind es jedoch immerhin 34 Prozent, die somit voraussichtlich nur gering zur Belebung der Nachfrage beitragen.

Obwohl die Rentner kaum an den steigenden Einkommen teilhaben werden, sehen bei den Personen über 60 Jahren nur 21% ihre finanzielle Lage pessimistisch. Sie kommen zum Teil aus Jahrgängen, in denen man gelernt hat „zurecht zu kommen“ – zum anderen rücken materielle Wünsche und Bedürfnisse möglicherweise etwas in den Hintergrund.

Insgesamt sagt die Mehrzahl aller Befragten (47%), dass sie „im Großen und Ganzen zurecht“ kommt. Dieser Anteil ist jedoch seit 2002 deutlich gesunken. Die Polarisierung setzt sich zunächst weiter fort.

Die Befragung wurde im April 2007 durchgeführt. Die Ergebnisse können mit den aktuellen GfK-Daten zu Verbrauchereinkäufen verknüpft werden.

Nähere Informationen bei:

Dr. Wolfgang Adlwarth
Tel.: 0911 / 395-3664
wolfgang.adlwarth@gfk.com

