

01.09.2009 - 11:32 Uhr

Krisengeprägtes Kaufverhalten im Ländervergleich: webmiles befragt Deutsche und Schweizer zu ihren Shoppinggewohnheiten in der Wirtschaftskrise

München (ots) -

Wem die Wirtschaftskrise am meisten zu schaffen macht und wer mit welchen Einsparungen reagiert, hat das Bonusprogramm webmiles nun in einer eigens durchgeführten Umfrage ermittelt. webmiles befragte dazu in den vergangenen Wochen mehr als 6.000 Teilnehmer aus Deutschland und der Schweiz. Die Studie brachte vor allem eines ans Licht: Die Deutschen fühlen die Auswirkungen der Wirtschaftskrise um einiges stärker als ihre Nachbarn aus der Schweiz. Während die Schweizer sich bei Einkäufen weniger zurückhalten und Ängste vor Entlassungen vergleichsweise keine so große Rolle spielen, sehen die Deutschen pessimistischer in die Zukunft.

Hier die wichtigsten Ergebnisse der Studie:

1. Auswirkungen der Wirtschaftskrise auf die eigene Person

- In Deutschland merken 24 Prozent der Befragten die Auswirkungen der Krise deutlich, 45 Prozent ein wenig. In der Schweiz hingegen merken nur zwölf Prozent eine deutliche Beeinflussung, 42 Prozent fühlen diese ein wenig. Damit sehen sich 69 Prozent der deutschen Befragten von der Krise betroffen, während es in der Schweiz nur 53 Prozent sind.
- Nichts von der Krise bemerkt haben in Deutschland 30 Prozent der Befragten, in der Schweiz 45 Prozent.

2. Art der Auswirkung im eigenen Haushalt

- In Deutschland geben 40 Prozent der Befragten weniger Geld aus, in der Schweiz 27 Prozent.
- Die Reiselust hat bei 13 Prozent der Schweizer abgenommen, bei den deutschen Befragten gaben 26 Prozent an, weniger zu verreisen.
- Auch bei der Angst vor Arbeitslosigkeit sind die Schweizer mit 16 Prozent optimistischer als 28 Prozent der deutschen Befragten.

3. Erwartungen für die Zukunft

- 24 Prozent der deutschen Befragten gehen im Vergleich zu 15 Prozent der Schweizer davon aus, dass sich die Lage weiter verschlechtern wird.
- Optimistisch sind unter den Schweizer Teilnehmern 40 Prozent. Sie glauben, dass die Krise bald vorbei sein wird. Bei den deutschen Befragten sind das nur 25 Prozent.

4. Veränderung des grundsätzlichen Kaufverhaltens

- 40 Prozent der deutschen Umfrageteilnehmer achten verstärkt auf Preise und vergleichen vor dem Kauf. In der Schweiz sind es 28 Prozent, die die Preise genauer unter die Lupe nehmen.
- Die deutschen Befragten liegen mit 53 Prozent in Punkto Schnäppchenjagd vor den Nachbarn aus der Schweiz, wo nur 34 Prozent auf Billigangebote achten.

- Während in Deutschland 26 Prozent verstärkt Bonusprogramme wie webmiles nutzen, sind es in der Schweiz 16 Prozent.

"Die Studie spiegelt den Trend der Zeit klar wider: Sparen ist in! Bonusprogramme wie webmiles helfen dabei: Neben der Incentivierung jedes Einkaufs bieten wir Gutscheine, Coupons und Rabattaktionen, die den Geldbeutel zusätzlich schonen", so Stephan Wolfram, Geschäftsführer arvato online services GmbH, Betreiber von webmiles.

Pressekontakt:

arvato online services GmbH
Telefon +49 89 4136-7101
Email: presse@webmiles.biz

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/fr/pm/100016658/100589106> abgerufen werden.