



Die Wirtschaftsforscher/innen prognostizieren düstere Aussichten für das Jahr 2009. Aber wie beurteilen die Konsument/innen die wirtschaftliche Lage? Bereits zum 3. Mal hat MediaCom im Mai 2009 die Österreicher/innen nach den Auswirkungen des Wirtschaftstiefs auf ihr persönliches Leben befragt. Das wichtigste Ergebnis: 80% der Befragten haben ihr Konsumverhalten geändert. Trotzdem darf kein düsteres Bild gezeichnet werden, denn es blicken ebenso viele in eine positive und stabile Zukunft.

WAS WURDE GEÄNDERT?

Bei 20% der Österreicher/innen kann diese Frage schnell mit „gar nichts“ beantwortet werden. Diese Personen müssen entweder den Gürtel nicht enger schnallen oder sie haben bereits vor der „Krise“ sparsam gelebt.

Die anderen 80% arrangieren sich mit der neuen Situation: Es wird bewusster und überlegter eingekauft. Auch wenn der Besuch beim Discounter für viele unumgänglich ist, strukturieren doch eher die Aktionen und Angebote diverser Supermarktketten den alltäglichen Konsum. So kocht etwa eine Frau „entsprechend den Flugblättern (z.B. Pizza wenn's grad im Angebot ist.)“.

Aber nicht nur im Lebensmittelbereich werden Einsparungen getätigt. Würde der oftmals signifikante Rückgang bei den abgefragten geschlossenen Aussagen (siehe nebenstehende Tabelle) darauf schließen lassen, dass die Österreicher/innen rezessionsmüde sind, so zeigen die Antworten auf die offene Frage nach bisherigen Veränderungen eine Vielzahl von genutzten Einsparungsmöglichkeiten: durch strukturiertes Wirtschaften (Haushaltsbuch; sparsamerer Umgang mit Ressourcen wie Strom, Treibstoff; etc.) und geänderte Lebensgewohnheiten (günstigere Urlaube; weniger kostenintensive Auswärtsaktivitäten wie Restaurant, Theater; etc.) haben sich die Befragten damit ein neues Lebensumfeld geschaffen.

Auffallend ist, dass im Mai 2009 deutlich mehr Befragte angeben, verstärkt österreichische Produkte zu konsumieren. Dies zeigt sich beim signifikanten Anstieg auf 58% bei „Ich kaufe verstärkt österreichische Produkte und weniger Importwaren.“

Top-Werte erzielt mit 75% Zustimmung „Ich informiere mich vor größeren Geldausgaben genauer als bisher“. Dies zeigt deutlich, dass für die Österreicher/innen Information immer wichtiger wird.

Die Anschaffung eines neuen Autos oder neuer Möbel wird nicht mehr so stark verschoben wie im Dezember 2008. Die signifikanten Veränderungen beim Autokauf (48%, -11%-Punkte) lassen sich vor allem auf die 30- bis 49-Jährigen in den höchsten Einkommensschichten zurückführen. Beim Möbelkauf sind im Mai 2009 schwerpunktmäßig Frauen, Menschen bis 49 Jahre und höhere Bildungsschichten stärker dazu bereit, sofort neue Möbel zu kaufen.

Bewerten Sie, ob sich Ihr persönliches Verhalten bei diesen Themen durch die geschwächte Wirtschaftslage ändert.	Sep.08	Dez.08	Mai.09
Ich informiere mich vor größeren Geldausgaben genauer als bisher.	*	*	75%
Ich achte vermehrt darauf, wo das Benzin günstig ist, und tanke dort.	84%	77%	72%
Ich suche online nach besseren Angeboten.	*	*	72%
Ich verzichte auf manche Fertigprodukte und koche wieder vermehrt selbst mit einfachen Grundnahrungsmitteln.	66%	67%	62%
Ich kaufe weniger in Tankstellenshops.	77%	74%	61%
Ich gebe weniger Geld für Glücksspiele, Wetten, ... aus.	60%	67%	60%
Ich gehe häufiger in den Discount-Supermarkt.	75%	73%	59%
Ich kaufe verstärkt österreichische Produkte und weniger Importwaren.	*	48%	58%
Ich verzichte auf den Einsatz von Fachkräften und mache kleine Reparaturen selber.	67%	62%	56%
Ich werde bei manchen Wegen weniger mit dem Auto fahren.	66%	62%	56%
Ich überprüfe den Vertrag für meine Energiekosten.	61%	66%	49%
Ich hole mir Kundenkarten, um Jahresgutschriften, spezielle Angebote, ... zu bekommen	69%	64%	49%
Den Kauf eines Autos würde ich verschieben, bis sich die Wirtschaftslage verbessert.	*	59%	48%
Ich werde meine Versicherungsverträge überprüfen.	*	55%	48%
Ich kaufe weniger oder billigere Geschenke.	60%	60%	40%
Ich kaufe streng nach Einkaufszettel.	39%	40%	39%
Ich kann mir vorstellen, zu einem anderen Mobilfunkanbieter zu wechseln, um günstiger zu telefonieren.	*	58%	38%
Umw/Neubauten und größere Reparaturen verschiebe ich aufgrund der schlechten Wirtschaftslage.	*	51%	37%
Mit der Anschaffung neuer Möbel warte ich, bis sich das wirtschaftliche Klima verbessert.	*	49%	37%
Ich werde weniger lang/oft telefonieren.	37%	34%	28%

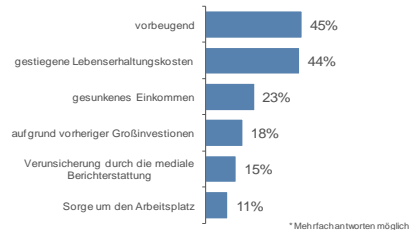
* Diese Items wurden nicht erhoben.

WARUM WURDE ETWAS GEÄNDERT?

Es drängt sich nun die Frage auf, warum die Ausgaben reduziert wurden. Und die Antwort ist durchaus erfreulich: 45% der Österreicher/innen geben an, ihre Ausgaben „vorbeugend“ reduziert zu haben, und sind somit nicht unmittelbar von der Wirtschaftskrise betroffen. Betrachtet man diese Antwort nach Geschlecht und nach Einkommen, so zeigt sich, dass niedrige Einkommensschichten (bis € 1.500,-) sowie Männer leicht überdurchschnittlich „vorbeugend“ reduzieren. Frauen hingegen reduzieren aufgrund „gestiegener Lebenserhaltungskosten“ leicht überdurchschnittlich. Es zeigt sich also, dass die Rezession nicht gleichverteilt ist.



Aus welchen Gründen haben Sie Ihre Ausgaben reduziert? *



WAS IST BESONDERS WICHTIG?

Auch wenn hier zum Teil hohe Prozentpunktschwankungen gegenüber der Dezemberwelle zu sehen sind, ist nur die Veränderung beim „niedrigen Preis“ (23%, -21%-Punkte) signifikant. Besonders hervorzuheben sind nichtsdestotrotz die Zuwächse bei „österreichischer Herkunft“ (31%), die die Erkenntnisse aus den vorangegangenen Fragen nochmals bestätigen.

Welche Eigenschaften muss ein Produkt aufweisen, damit Sie ihm auch in wirtschaftlich schlechten Zeiten treu bleiben? *	Dez.08	Mai.09
gutes Preis-/Leistungsverhältnis	81%	79%
hohe Qualität	58%	54%
österreichische Herkunft	23%	31%
Herstellung ohne Ausbeutung / Kinderarbeit	23%	24%
niedriger Preis	44%	23%
lange Garantiezeit	*	22%
Rohstoffe aus biologischen Quellen	14%	21%
unverkennbarer Geschmack	18%	11%
bekannte Marke	9%	9%
leichte Zugänglichkeit	11%	7%

* Die Befragten konnten maximal 3 Antworten ankreuzen.

WERDEN MEHR NO-NAMES GEKAUFT?

Bei der ersten Antwort nach den Veränderungen durch das Wirtschaftstief gibt knapp die Hälfte der Befragten an, dass sie nun mehr auf Eigenmarken und Billigprodukte achtet. MediaCom wollte es genauer wissen und stellte in weiterer Folge die Frage, bei welchen Produktgruppen die Österreicher/innen eher umsteigen würden. Am wechselbereitesten sind sie weiterhin bei Haushaltspapierwaren (71%) und Haushaltsreiniger (67%). Besonders rezessionsresistent erweisen sich Make Up (20%) und Babyprodukte (11%).

In welchen der folgenden Bereiche würden Sie durch die Teuerung von der bisherigen Markenverwendung auf günstigere Produkte bzw. 'no-names' (z.B. Handelsmarken) umsteigen?	Sep.08	Dez.08	Mai.09
Haushaltspapierwaren (Taschentücher, Toilettenpapier)	79%	76%	71%
Haushaltsreiniger	78%	70%	67%
Waschmittel	59%	60%	53%
Duschgels und Seifen	61%	57%	52%
Nudeln und Reis	62%	53%	40%
Limonen und Säfte	55%	49%	36%
Schuhe	*	37%	34%
Tierfutter	45%	40%	32%
Haarpflege-Produkte	43%	34%	30%
Milchprodukte	54%	38%	28%
Schokolade/Schokolade-Produkte	45%	33%	26%
Tee	46%	30%	23%
Zahnpflegeprodukte	36%	30%	22%
Make Up	35%	29%	20%
Bier	*	19%	16%
Babyprodukte	*	12%	11%

* Diese Produktgruppen wurden in der 1. Welle nicht erhoben.

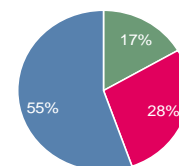
Im Zeitverlauf verhalten sich alle abgefragten Produktgruppen – wenn auch teilweise nur leicht – rückläufig. Dies zeigt, dass die Konsumveränderungen nicht nur auf Handelsmarken zurückzuführen sind, wie dies oftmals durch die Medien kommuniziert wurde.

WIE WAR DAS FRÜHER?

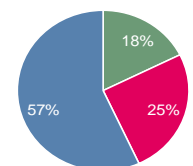
Konnten sich die Österreicher/innen vor einem Jahr mehr leisten? 28% - und hier leicht überdurchschnittlich niedrige Einkommenschichten (bis € 1.500,-) sowie Menschen ab 30 Jahren – meinen, sich heute weniger leisten zu können als im Frühjahr 2008, was auf die Teuerung und fehlende Lohnerhöhungen zurückgeführt wird. Die Mehrheit (55%) kann sich auch 2009 gleich viel leisten wie im Jahr davor. Dies wird einerseits damit begründet, dass bei stabilem Gehalt keine Teuerung zu spüren war. Andererseits jedoch gibt etwa die Hälfte dieser 55% an, dass sie die Teuerung durch Lohnerhöhungen kompensiert haben, sodass sie den gleichen Lebensstandard halten konnten.

Glauben Sie, dass Sie sich heute alles in allem mehr leisten können als vor einem Jahr oder weniger oder gleich viel?

Werden Sie sich in einem Jahr mehr leisten können als heute oder weniger oder gleich viel?



■ mehr ■ weniger ■ gleich



■ mehr ■ weniger ■ gleich

UND WIE WIRD ES IN ZUKUNFT SEIN?

Werden sich die Österreicher/innen in einem Jahr mehr, gleich viel oder weniger leisten können als heute? Die Prozentverteilung ist fast identisch mit der vorangegangenen Frage.

Nur 25% befürchten eine Verschlechterung der wirtschaftlichen und persönlichen Situation. Die anderen 75% hoffen auf eine wirtschaftliche Stabilisierung und Verbesserung sowie das Ende der Krise. Der zuversichtliche Blick der Österreicher/innen zeigt auch positive Aussichten für die österreichische Wirtschaft.

Studiensteckbrief

Im September und Dezember 2008 sowie im Mai 2009 wurden jeweils 200 Personen aus dem Online-Adress-Pool der MindTake New Media Consulting GmbH mittels Online-Umfrage befragt. Die zweite und dritte Umfragewelle stellen jeweils eine Wiederholung und Erweiterung der vorhergegangenen dar.

Kontakt:

Mag.^a Petra Permessner, R&D, Tel: 60 555 824