



ENTWICKLUNG

DER WIRTSCHAFTLICHEN LAGE

VON VERBRAUCHERN IN DEUTSCHLAND

Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Konsumverhalten in Deutschland –
Verbraucher-Umfrage April 2021

Vorwort

Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

seit mehr als 15 Monaten bestimmt die Corona-Pandemie unseren Alltag. Die wirtschaftlichen Folgen für Verbraucher sind zum Teil dramatisch. Noch immer verzeichnen vier von zehn Haushalten Einkommenseinbußen. Kurzarbeit ist weiterhin der Hauptauslöser für Einkommenseinbußen, wenn auch etwas rückläufig. Im Vergleich zu den Verbraucherumfragen aus 2020 weisen die Nichtausübung der Nebenjobs oder der selbstständigen Tätigkeit aber deutliche Zuwächse auf.

Wie sich dies auf die Überschuldung auswirken wird, ist noch schwer abzuschätzen. Klar ist aber, die Überschuldung wird zeitverzögert merklich zunehmen.

In Abhängigkeit zu den Inzidenzen engen die Corona-Regeln den Alltag der Menschen ein und lassen nur einen begrenzten Planungshorizont zu. Der Alltag wirkt zunehmend „diffus“, was sich auch im Verhalten und in den Konsumabsichten der Verbraucher widerspiegelt. In der aktuellen Verbraucherumfrage sehen wir eine „diffuse“ Angst vor Zahlungsschwierigkeiten, aber auch eine „diffuse“ Konsumlust.

Kernergebnisse



Einkommenseinbußen: Vier von zehn Haushalten sind betroffen. Hauptauslöser ist weiterhin die Kurzarbeit (36 Prozent, - 4 Prozentpunkte*).

Aber: Deutliche Zuwächse bei Nichtausübung des Nebenjobs (21 Prozent; + 5 Prozentpunkte*) und Nichtausübung selbstständiger Tätigkeit (20 Prozent; + 5 Prozentpunkte*)



Diffuse Zahlungsängste: 29 Prozent der Befragten befürchten, dass sie ihre Rechnungen in den nächsten 12 Monaten nicht begleichen können. Die Option „Sonstige Kosten“, d.h. nicht explizit genannte Kosten, wurde deutlich häufiger genannt (12 Prozent; + 8 Prozentpunkte*).



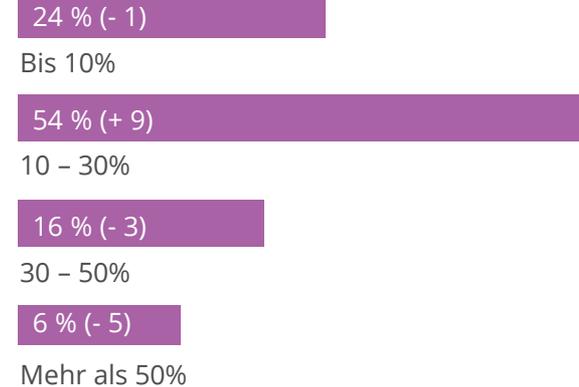
Diffuse Konsumlust: Planung von kreditbasierten Anschaffungen hat sprunghaft zugenommen (40 Prozent; + 9 Prozentpunkte*). 34 Prozent gaben an, ihr Geld für „sonstige Anschaffungen“ auszugeben. Indizien für die Überwindung eines „Corona-Konsum-Traumas“?

4 von 10 Haushalten haben Einkommenseinbußen



39 Prozent der Haushalte haben Einkommenseinbußen

Höhe der Einkommenseinbußen



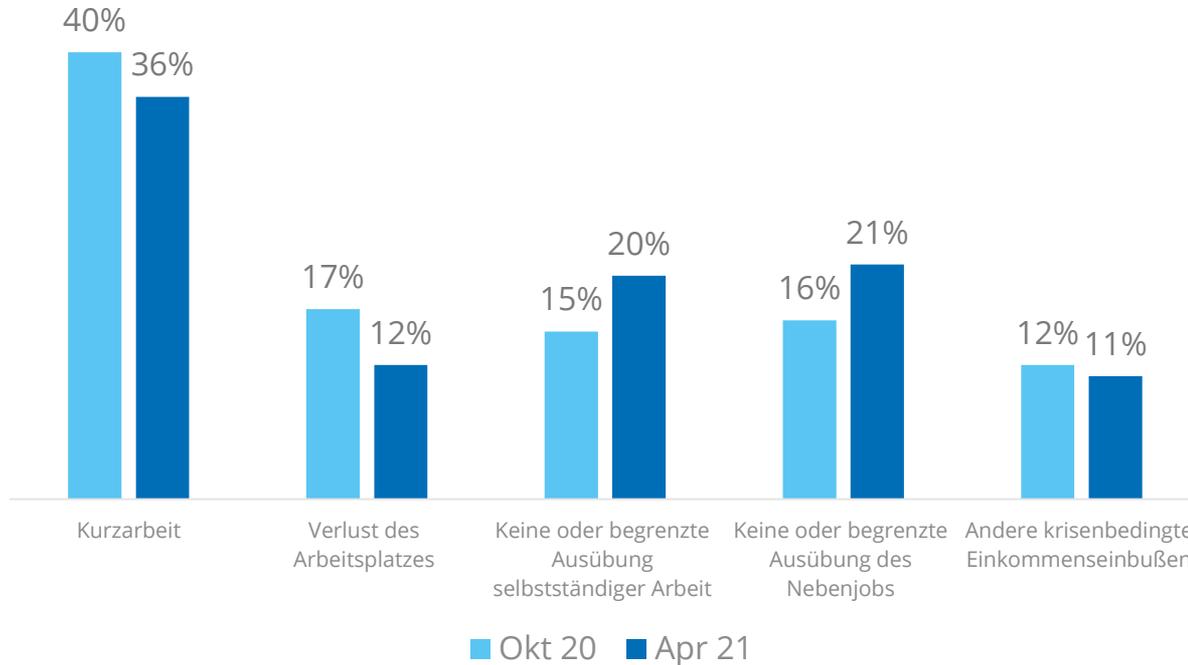
Die Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Krise ziehen weiterhin Einkommenseinbußen nach sich. 39 Prozent der Befragten gaben an, dass sie von Einkommenseinbußen betroffen sind. Das sind 4 Prozentpunkte mehr als im Oktober 2020.

Auffällig ist, dass sich die Höhe der Belastungen tendenziell positiv entwickelt hat. Der Anteil der Haushalte mit hohen Belastungen (30 Prozent Einkommenseinbußen und mehr) nimmt merklich ab. Die Rückgänge des Einkommens bis 30 Prozent hingegen nehmen deutlich zu.

() = Veränderung April 2021 gegenüber Oktober 2020 in Prozentpunkten

4 Verbraucherumfrage

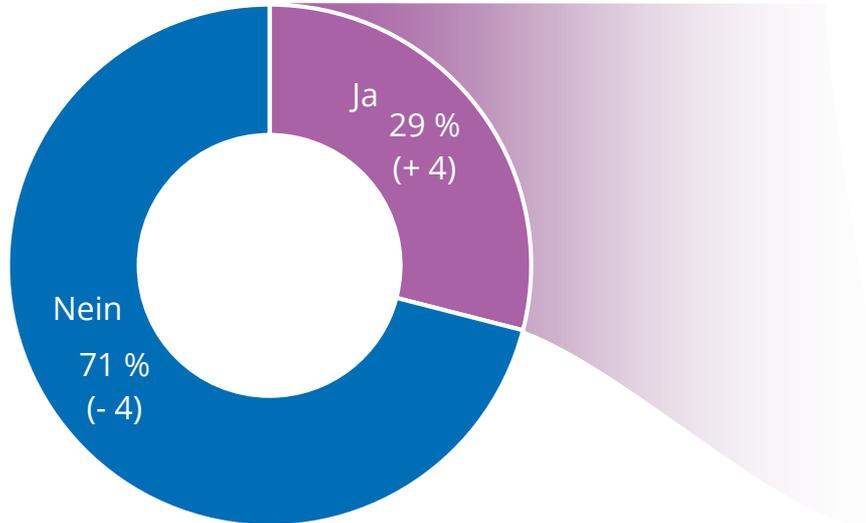
Kurzarbeit ist Hauptauslöser für Einkommenseinbußen



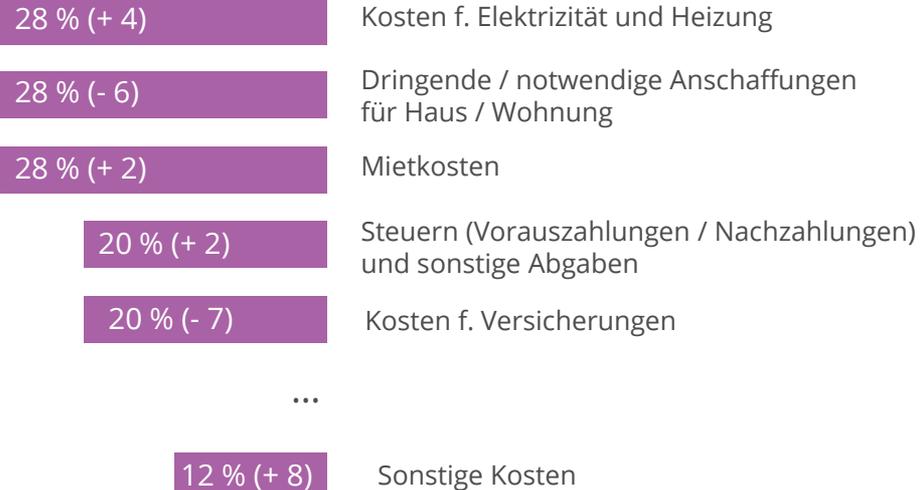
Als häufigster Auslöser wurde weiterhin Kurzarbeit genannt (36 Prozent).

Auffällig ist die Entwicklung, dass die *Nichtausübung des Nebenjobs* (21 Prozent) und *Nichtausübung selbstständiger Tätigkeit* (20 Prozent) als Auslöser für Einkommenseinbußen deutlich zugenommen haben.

Jeder Dritte befürchtet Rechnungen nicht bezahlen zu können



Rechnungen für ... (Mehrfachnennungen möglich)



Diffuse Zahlungsängste: Die Option „Sonstige Kosten“, d.h. nicht explizit genannte Kosten, wurde deutlich häufiger genannt (12 Prozent; + 8 Prozentpunkte*).

() = Veränderung im April 2021 gegenüber Oktober 2020 in Prozentpunkten

6 Verbraucherumfrage

Überwindung des Corona-Konsum-Traumas?

40 %

der Befragten planen
Anschaffungen mit
Krediten zu finanzieren



Die Verbraucher in Deutschland wollen wieder Geld ausgeben: Die „kreditbasierte Anschaffungsbereitschaft“ hat sprunghaft zugenommen. Fast 40 Prozent der Verbraucher geben an, in den nächsten Monaten mit Hilfe von Krediten Anschaffungen für den eigenen Haushalt zu tätigen. Das ist ein Anstieg um 9 Prozentpunkte*.

„Sonstige Anschaffungen“

34 %

+ 13 Prozentpunkte*

Deutlich häufiger wird dabei die Option „sonstige Anschaffungen“ genannt (34 Prozent; + 13 Prozentpunkte*). Dies kann auf eine diffuse Konsumlust hindeuten. Die Verbraucher wollen die Zeit überwinden, in der (analoger) Konsum wegen der Corona-Pandemie nicht oder nur online möglich war („Corona-Konsum-Trauma“).

* Veränderung im April 2021 gegenüber Oktober 2020 in Prozentpunkten

7 Verbraucherumfrage

Methodik, Fragestellungen und Basisangaben

Die Creditreform Boniversum GmbH führt seit 2010 regelmäßig Umfragen zu aktuellen Verbraucher-Themen durch. Die Analysen basieren jeweils auf einer bundesweiten und bevölkerungsrepräsentativen Online-Umfrage von über 1.000 Verbrauchern im Alter zwischen 18 und 69 Jahren. Die aktuelle Umfrage wurde in der 17. Kalenderwoche 2021 (27.04. bis 29.04.2021) durchgeführt. Des Weiteren wurden die Umfragen vom Mai, August und Oktober 2020 berücksichtigt und zudem punktuell mit der letzten Umfrage zum „SchuldnerKlima-Index Deutschland“ vom Oktober 2016 verglichen.

Die aktuelle Umfrage befasst sich schwerpunktmäßig mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf das Konsumverhalten von Verbrauchern in Deutschland sowie mit zusätzlichen Fragestellungen zur eigenen wirtschaftlichen Lage, zur Nutzung von Krediten, zur kreditbasierten Anschaffungsbereitschaft, zum (subjektiven) „finanziellen Schuldenstress“, zur Sparsbereitschaft und zur Haltung zum Schuldenmachen.

Methodik, Fragestellungen und Basisangaben

Die Umfragen

- Bundesweite Online-Befragungen, bevölkerungsrepräsentativ, 18 bis 69 Jahre
- Umfragezeitraum April 2021: 27.04. bis 29.04.2021, n = 1.012 Interviews

Vergleichszeiträume:

- Umfragezeitraum Oktober 2020: 20.10. bis 22.10.2020, n = 1.002 Interviews
- Umfragezeitraum August 2020: 25.08. bis 27.08.2020, n = 1.055 Interviews
- Umfragezeitraum Mai 2020: 19.05. bis 20.05.2020, n = 1.001 Interviews
- Umfragezeitraum Oktober 2016: 18.10. bis 20.10.2016, n = 1.023 Interviews
- Erhebung Innofact AG, Düsseldorf

Die Bezugsgrößen

- Bevölkerung: 83,18 Millionen (Destatis, Hochrechnung)
- Haushalte: 41,58 Millionen (Destatis)
- Personen über 18 Jahre: 69,24 Millionen (microm)

Kontakt Verband der Vereine Creditreform e.V.
Hammfelddamm 13
41460 Neuss
www.creditreform.de

Patrik-Ludwig Hantzsch
Leiter Wirtschaftsforschung
Pressesprecher
Telefon: +49 2131/109172
Mobil: +49 173-6936917
p.hantzsch@verband.creditreform.de

Creditreform Boniversum GmbH
Hammfelddamm 13
41460 Neuss
www.boniversum.de

Verena Krimpmann
Manager Communications & PR
Telefon: +49 2131 109-4305
v.krimpmann@boniversum.de

Erhebung:
Innofact AG, Düsseldorf

Wissenschaftliche Beratung:
Dr. Rainer Bovelet, Aachen

Bildnachweis:
iStockphoto, Povoziuk