



Presse-Information

Weltweit dramatischer Vertrauensverlust in die Wirtschaft

Nur knapp jeder dritte Deutsche beurteilt seine Wirtschaftslage positiv

Selbst Schwellenländer wie China werden pessimistischer

Ipsos-Studie „Global@dvisor“ ermittelt Meinungsbild in 22 Ländern

Hamburg/Möln, 08.01.2009. Die gegenwärtige Wirtschaftskrise ist systemisch und global. Der Optimismus der Konsumenten auf der ganzen Welt ist gesunken, ohne dass irgendeine Region davon unberührt geblieben ist. Selbst die Schwellenländer, bislang stramme Vorreiter globalen Konsumentenvertrauens, zeigen einen steilen Abwärtstrend in punkto Optimismus. China verzeichnet im November 2008 gerade einmal 46 Prozent Befragte, die mit ihrer wirtschaftlichen Lage zufrieden sind - im gleichen Zeitraum 2007 waren es noch 88 Prozent. Indien zeigt ähnliche Tendenzen, einzig Brasilien zeigt sich scheinbar unberührt von der Krise.

Dies sind die neuesten Erkenntnisse des Global@dvisor, einer internationalen Repräsentativstudie, die das Marktforschungsinstitut Ipsos im November 2008 online in 22 Ländern durchführte.

Polen, Holland und Schweden zeigen allerdings Belastbarkeit in der Krise. Gegenüber der Erhebung von vor einem Jahr ist das Vertrauen in die Wirtschaft zwar auch hier gesunken, aber immerhin jeder Zweite bezeichnet Ende 2008 seine wirtschaftliche Situation als gut bzw. ziemlich gut. In Deutschland teilen nur 30 Prozent diese Meinung. Im April 2008 waren es noch 50 Prozent und vor einem Jahr sogar 64 Prozent, die ihre ökonomische Lage positiv beurteilten.

Als Reaktion auf die Krise haben fast drei Viertel (72%) der Konsumenten auf der ganzen Welt ihre Ausgaben zurückgefahren. Der Unterhaltungssektor (76%) ist dabei am stärksten betroffen, gefolgt von Reisen (73%), Luxusgütern (72%) und Kleidung (59%). Die Kürzungen der Familienbudgets sind am augenfälligsten im Epizentrum der Krise: US-Amerikaner beschneiden ihre Budgets mehr als Konsumenten in vielen anderen Ländern. Besonders groß sind die Unterschiede der Sparmaßnahmen beim Energieverbrauch, bei Benzin und bei Lebensmitteln.

In Deutschland geben 59 Prozent der Befragten an, kürzlich aufgrund der Wirtschaftslage ihre Haushaltsausgaben eingeschränkt zu haben – das liegt weit unter dem Durchschnitt von 72 Prozent der 22 Befragungsländer. Am einschneidendsten sparen die Menschen in Südkorea (87%), Argentinien (84%), der Türkei (83%), Mexiko (83%), Frankreich (81%), China (80%) und den USA (80%).



Presse-Information

Steckbrief:

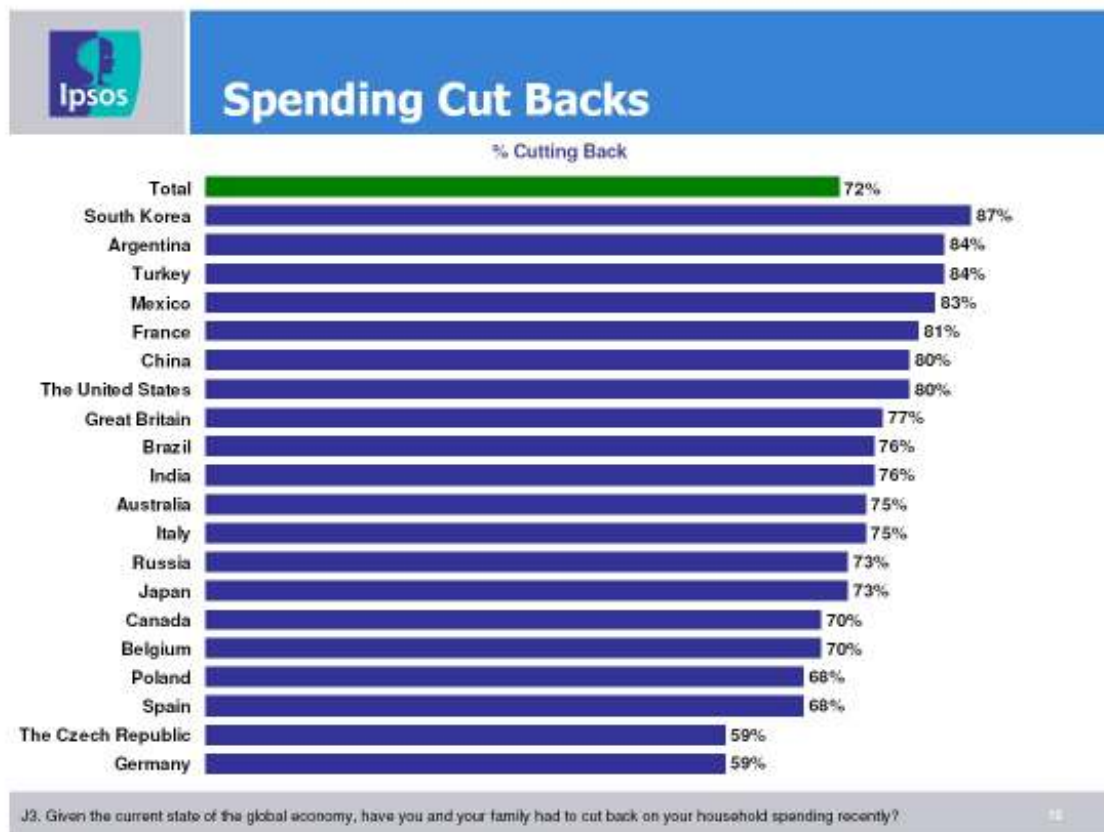
Global@dvisor – Reputation Risk Identifier:

Für den Global@dvisor werden in 22 Ländern rund um den Globus zweimal jährlich 22.000 Interviews online als Beteiligungsuntersuchung durchgeführt. Die Studie ist repräsentativ für die ‚Online-Population‘ der jeweiligen Länder.

Feldzeit der vorliegenden Welle: November 2008

Befragungsländer: siehe Tabelle unten.

Anteil der Befragten, die aufgrund der Wirtschaftslage ihre Haushaltsausgaben einschränken müssen



Über Ipsos:

Die Ipsos GmbH ist ein unabhängiges und weltweit tätiges Marktforschungsunternehmen und ein führender Anbieter auf dem Gebiet der umfragegestützten Forschung und Beratung. Durch ausgefeilte Forschungsmethoden, engagierte Forscher und eine weltweit vernetzte Organisation untersuchen wir die Wirklichkeit von heute, um die Realität von morgen vorauszusehen. So bestimmen wir Marktpotenziale, zeigen Markttrends, testen Produkte und Werbung, erforschen die Wirkung von Medien und geben der öffentlichen Meinung eine Stimme. Mit präzisen Daten und konkretem Know-how bringen wir die Projekte unserer Kunden zum Erfolg. „Nobody’s unpredictable“ ist weltweit das Leitmotiv von Ipsos.



Presse-Information

Kontakt Pressestelle:

Gudrun Witt
Division Manager Communications
Ipsos GmbH
Heidenkampsweg 100
D-20097 Hamburg
Tel. 040-80096-179
Fax. 040-80096-100
Gudrun.witt@ipsos.de

Kontakt Global@dvisor:

Manuela Schrödel
Senior Research Executive
Ipsos GmbH
Papenkamp 2-6
23879 Mölln
Tel. 04542-801-391
Manuela.schroedel@ipsos.de

www.ipsos.de