Presse-Information

Internationale Studie zeigt positive Konsumentenstimmung für 2011
Gute Vorsätze der Deutschen überraschen

Hamburg, 05. Januar 2011. Nach einem noch von den Nachwirkungen der Finanzkrise gezeichneten Jahr 2010, sehen die Konsumenten weltweit positiv auf das Jahr 2011. Zwar gab in der im Dezember 2010 von Ipsos in 24 Ländern durchgeführten Studie Global@dvisor fast jeder zweite der ca. 24.000 Befragten an, 2010 sei ein schlechtes Jahr für ihn und seine Familie gewesen, jetzt sehen aber drei Viertel (77%) optimistisch nach vorn.

Deutsche blicken optimistisch ins neue Jahr
Mehr als zwei Drittel der Deutschen (68%) sind überzeugt davon, dass 2011 ein besseres Jahr für sie wird als es 2010 war. Damit liegt Deutschland im Durchschnitt der anderen europäischen Länder, während Schwellenländer wie Brasilien (96%), Indien (91%) oder Russland (88%) aber auch Saudi Arabien (88%) und Mexiko (88%) weit überdurchschnittlich positiv gestimmt in dieses Jahr starten.

Gemischter Rückblick auf 2010
Optimismus für 2011 hängt immer auch mit der rückblickenden Einschätzung von 2010 zusammen. So fanden die Befragten in den eben erwähnten BRIC-Ländern schon das letzte Jahr nicht so schlecht für sich und ihre Familien wie fast alle anderen Länder. In Deutschland gaben 41 Prozent Befragte an, 2010 ein schlechtes Jahr gehabt zu haben – 13 Prozent weniger als im Rest Europas. Am schlechtesten wird 2010 von Ungarn (78%), Spaniern (62%) und Polen (57%) bewertet.

Deutsche Vorsätze für das neue Jahr: Sport und Familie
Mehr als zwei Drittel der Deutschen (69%) wollen mit guten Vorsätzen ins neue Jahr gehen. Damit liegt Deutschland allerdings fast am Ende des weltweiten Rankings. Nur Japan (65%) und Ungarn (26%) zeigen noch weniger Begeisterung für gute Vorsätze. In Indonesien (95%), Süd Afrika (93%) und China (92%) hingegen will fast jeder Befragte das Jahr für positive Veränderungen nutzen. Ganz oben auf der Liste der guten Vorsätze weltweit steht die finanzielle Veränderung. Man will mehr Geld verdienen (21%), mehr Sparen (16%) oder die eigenen Haushaltsfinanzen besser im Griff haben. Anders in Deutschland: Hier stehen finanzielle Belange deutlich hinter familiären und gesundheitlichen. So möchte jeder Fünfte 2011 wieder mehr trainieren und je 17 Prozent der Befragten mehr Zeit mit der Familie verbringen oder einen gesünderen Lebensstil führen.

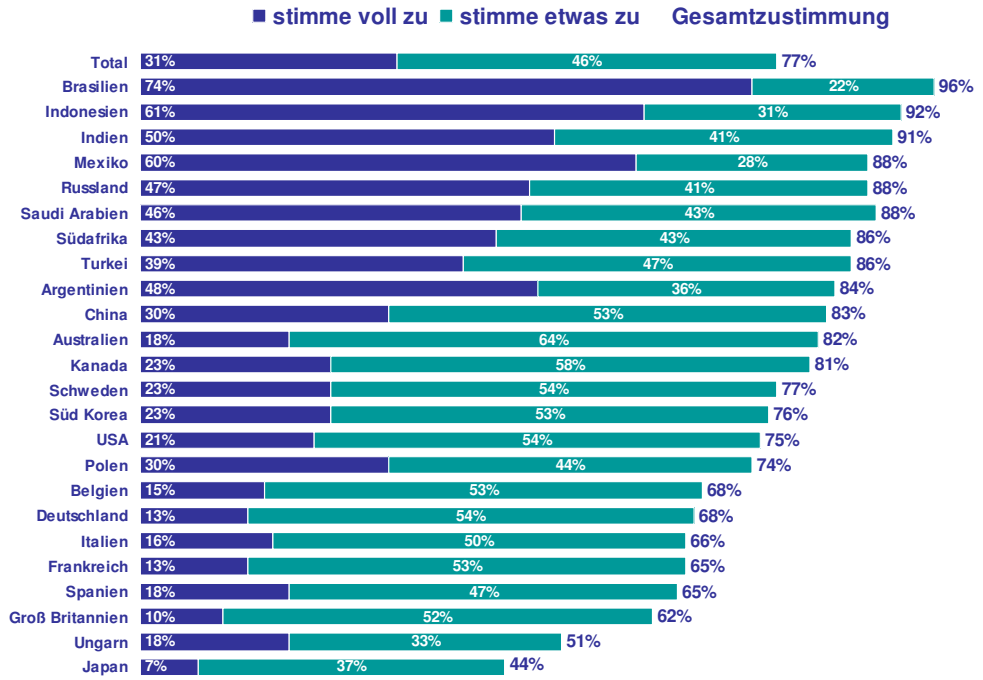
Vorsätze vor allem bei Besserverdienern
Im internationalen Vergleich zeigt sich, dass vor allem gebildete Konsumenten mit hohem Einkommen Vorsätze für das neue Jahr fassen. Befragte unter 35, unverheiratet und mit Beschäftigung nehmen sich laut der Studie am ehesten etwas für das neue Jahr vor.

Presse-Information

Steckbrief:
Diese Ergebnisse stammen aus einer Ipsos Global @dvisor Studie, die zwischen dem 10. und 20. Dezember 2010 durchgeführt wurde. Für die Studie wurde eine internationale Stichprobe von 18.676 Erwachsenen zwischen 18 und 64 Jahren in den USA und Kanada, sowie zwischen 16 und 64 Jahren in den übrigen 22 Ländern befragt: Argentinien, Australien, Belgien, Brasilien, China, Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Indien, Indonesien, Italien, Japan, Mexiko, Polen, Russland, Saudi Arabien, Schweden, Südafrika, Südkorea, Spanien Türkei, Ungarn.
Pro Land wurden ca. 1000 Personen über das Ipsos Online Panel befragt. Die Daten wurden anhand der jeweils aktuellsten Censusdaten nach demographischen Merkmalen gewichtet, um eine Annäherung an die Grundgesamtheit zu gewährleisten.

Ich bin optimistisch, dass 2011 ein besseres Jahr für mich wird als 2010

Global @dvisor



© 2010 Ipsos

Presse-Information

Gute Vorsätze für 2011 – Deutschland
An erster Stelle genannt…

Global @dvisor

A Global @dvisory - December 2010
New Years Outlook

2

© 2010 Ipsos *Base: Some personal resolutions to do some specific things for themselves or others for the year 2011*

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

About Thomson Reuters
Thomson Reuters is the world's leading source of intelligent information for businesses and professionals. We combine industry expertise with innovative technology to deliver critical information to leading decision makers in the financial, legal, tax and accounting, healthcare and science and media markets, powered by the world's most trusted news organization. With headquarters in New York and major operations in London and Eagan, Minnesota, Thomson Reuters employs more than 50,000 people and operates in over 100 countries. For more information, go to www.thomsonreuters.com .

Kontakt:
Ipsos Deutschland Pressestelle
Gudrun Witt
Ipsos GmbH
Sachsenstraße 6
20097 Hamburg
Tel. 040-80096-179
Fax. 040-80096-100
Gudrun.witt@ipsos.com

Global @dvisor
Heike Mattusch
Ipsos GmbH
Papenkamp 2-6
D-23879 Mölln
Tel. 4542 801- 283
Fax. 4542 801- 201
Heike.mattusch@ipsos.com
www.ipsos.de