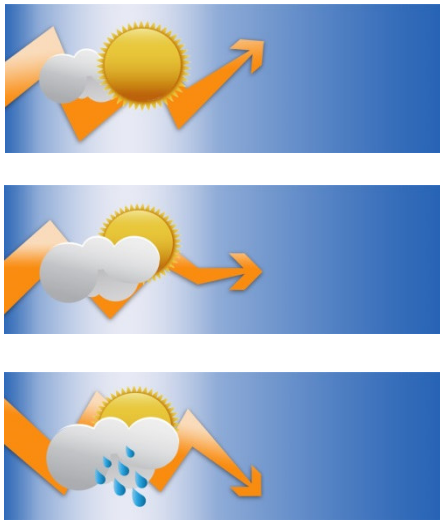
ZMG Media Monitor Konsumklima

August 2015

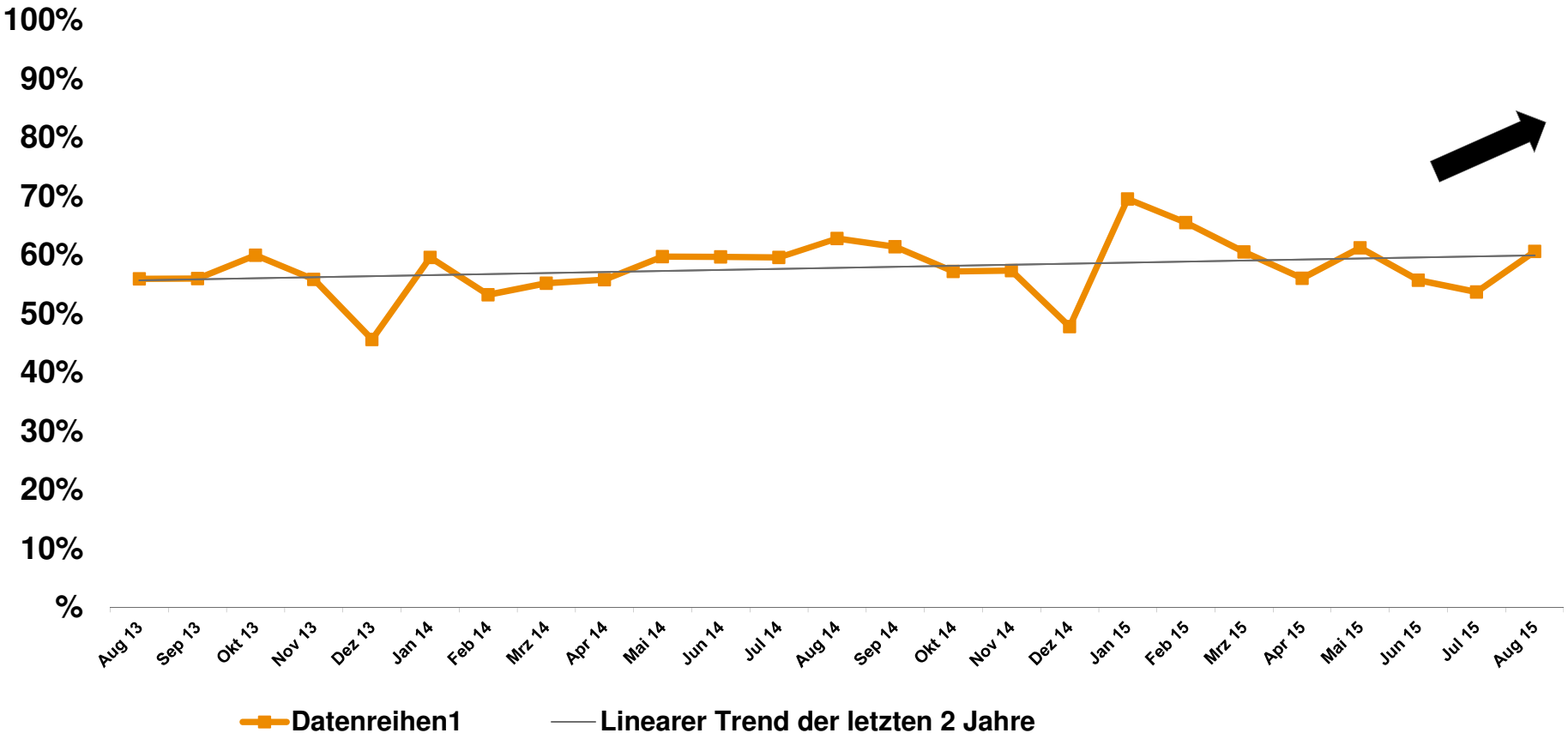


Konsumklima im August: Anschaffungsneigung steigt wieder

August 2015 vs. Juli 2015	August 2015 vs. August 2014
60,6 Prozent der Deutschen gaben im August 2015 an, dass „derzeit ein günstiger Zeitpunkt zum Kauf größerer Haushaltswaren“ sei. Damit steigt die Anschaffungsneigung in Deutschland im Vergleich zum Vormonat um 6,9 Prozentpunkte.	Die Anschaffungsneigung zur gleichen Zeit im Vorjahr lag auf ähnlichem Niveau (August 2015 60,6%; August 2014 62,8%).

Anschaffungsneigung – im Zeitverlauf

„Derzeit günstiger oder ungünstiger Zeitpunkt zum Kauf größerer Haushaltswaren?“



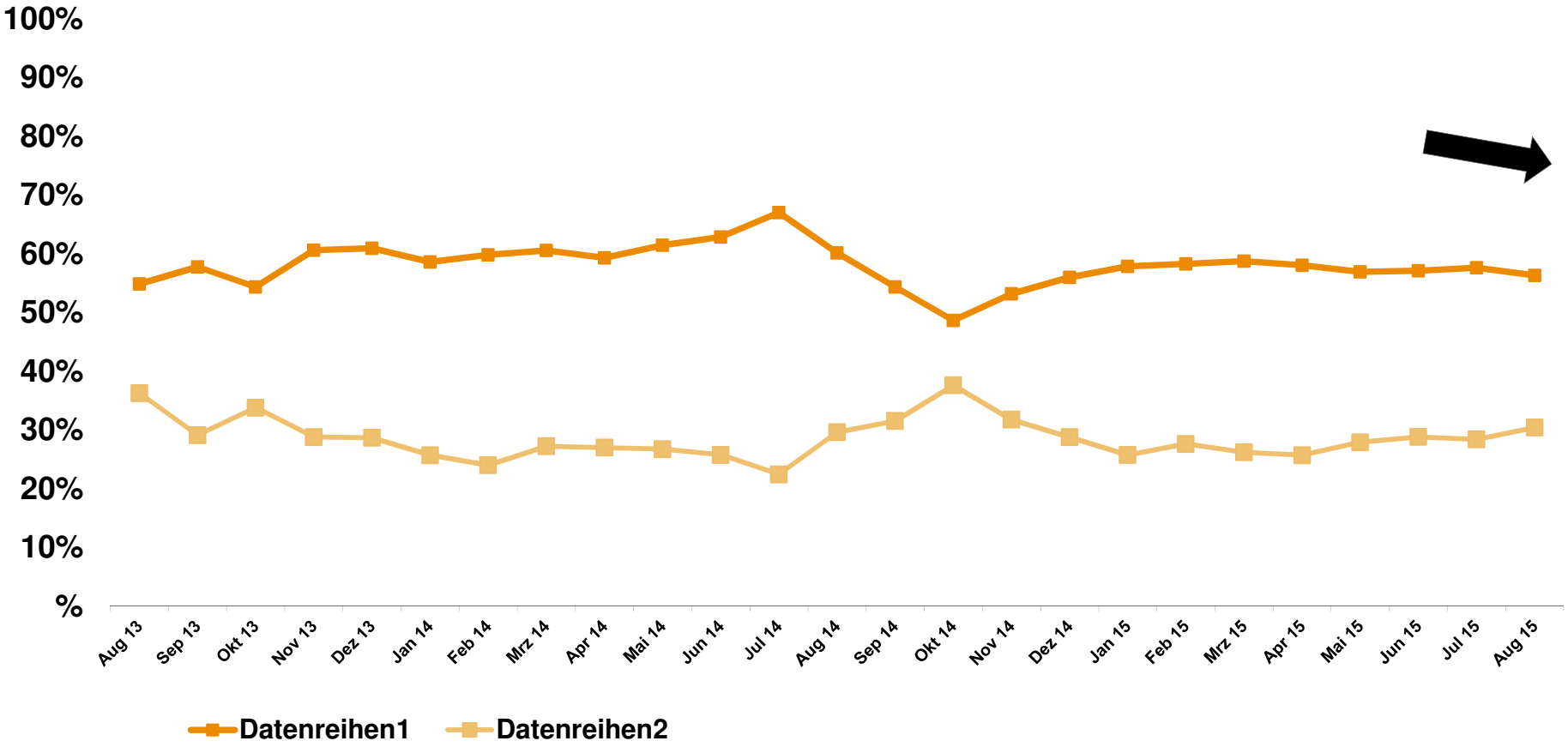
Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren – Quelle: ZMG Media Monitor

Konsumklima im August: Wirtschaftserwartung sinkt leicht

August 2015 vs. Juli 2015	August 2015 vs. August 2014
Die Schere zwischen den Personen in Deutschland, die glauben, dass es „uns in einem Jahr wirtschaftlich gut gehen“ wird und den Personen, die glauben, dass es „uns in einem Jahr wirtschaftlich schlecht gehen“ wird, hat sich im Vergleich zum Vormonat etwas geschlossen. Der Anteil der Optimisten liegt bei 56,3%, der Anteil der Pessimisten bei 30,4%.	Die Wirtschaftserwartung vor genau einem Jahr war positiver: Anteil der Optimisten 2015 56,3%, 2014 60,1%; Anteil der Pessimisten 2015 30,4%, 2014 29,6%.

Wirtschaftserwartung – im Zeitverlauf

„Wie wird es mit der Wirtschaft in einem Jahr sein? Wie wird es uns wirtschaftlich gehen?“



Basis: Bevölkerung ab 14 Jahren – Quelle: ZMG Media Monitor

Informationen zur Befragung

- Der ZMG Media Monitor ermittelt regelmäßig das Konsumklima im Rahmen der Werbetrackingstudie. Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung ab 14 Jahren und basieren im Schnitt auf monatlich 1.200 bis 1.500 Befragten.

- Haben Sie noch weitere Fragen?

Kontakt:

Grit Rother

Projektleitung Forschung

Telefon +49 69 / 97 38 22 - 66

Fax +49 69 / 97 38 22 - 51

E-Augustl rother@zmg.de