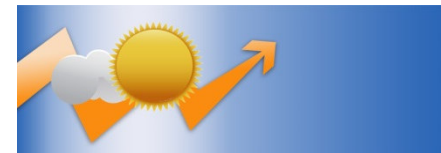
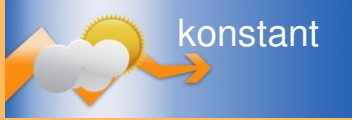



ZMG Media Monitor
Konsumklima

Juli 2015

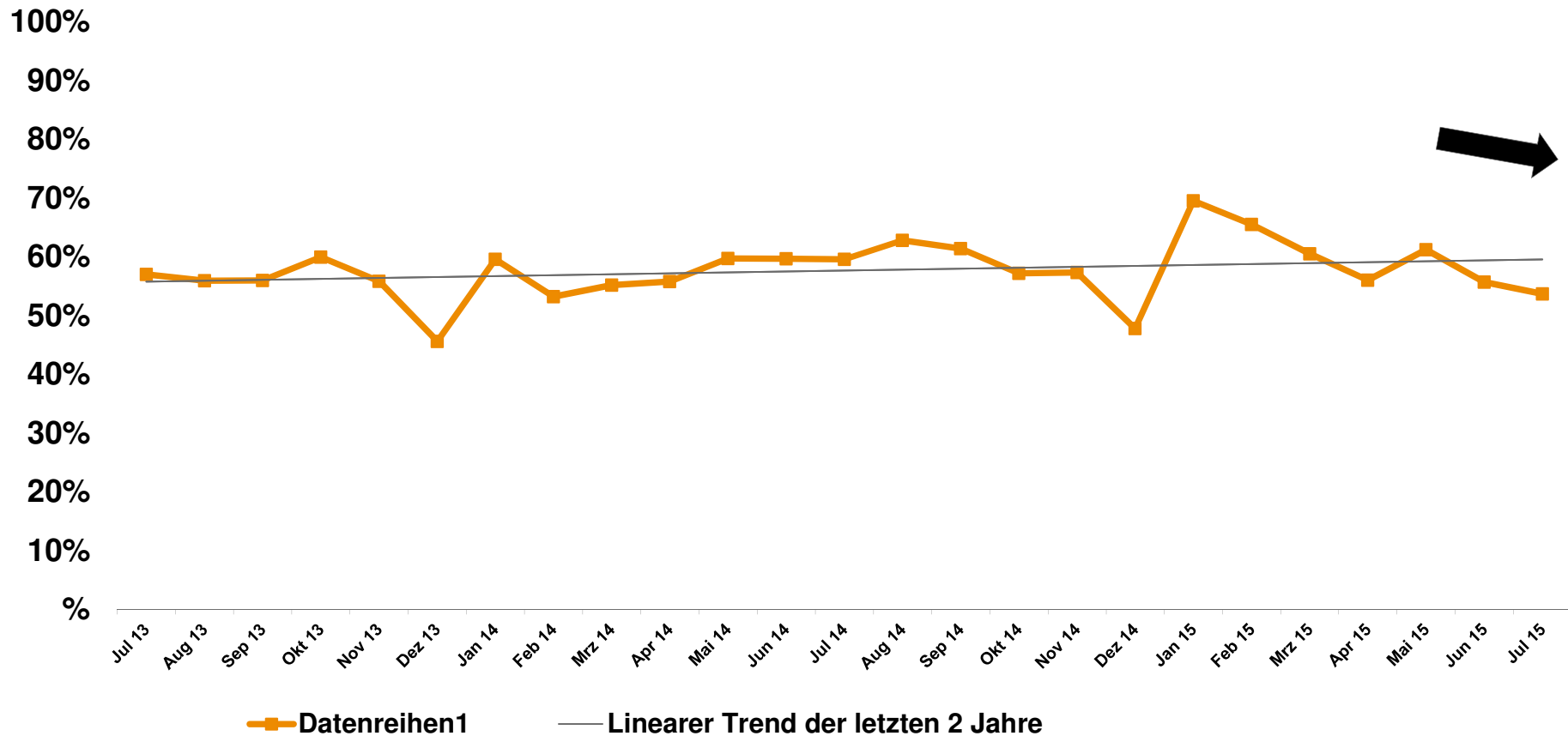


Konsumklima im Juli: Anschaffungsneigung bleibt konstant

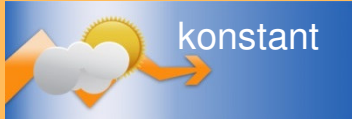

Juli 2015 vs. Juni 2015	Juli 2015 vs. Juli 2014
	
<p>53,7 Prozent der Deutschen gaben im Juli 2015 an, dass „derzeit ein günstiger Zeitpunkt zum Kauf größerer Haushaltswaren“ sei. Damit bleibt die Anschaffungsneigung in Deutschland im Vergleich zum Vormonat konstant.</p>	<p>Die Anschaffungsneigung zur gleichen Zeit im Vorjahr lag auf höherem Niveau (Juli 2015 53,7 %; Juli 2014 59,6%).</p>

Anschaffungsneigung – im Zeitverlauf

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

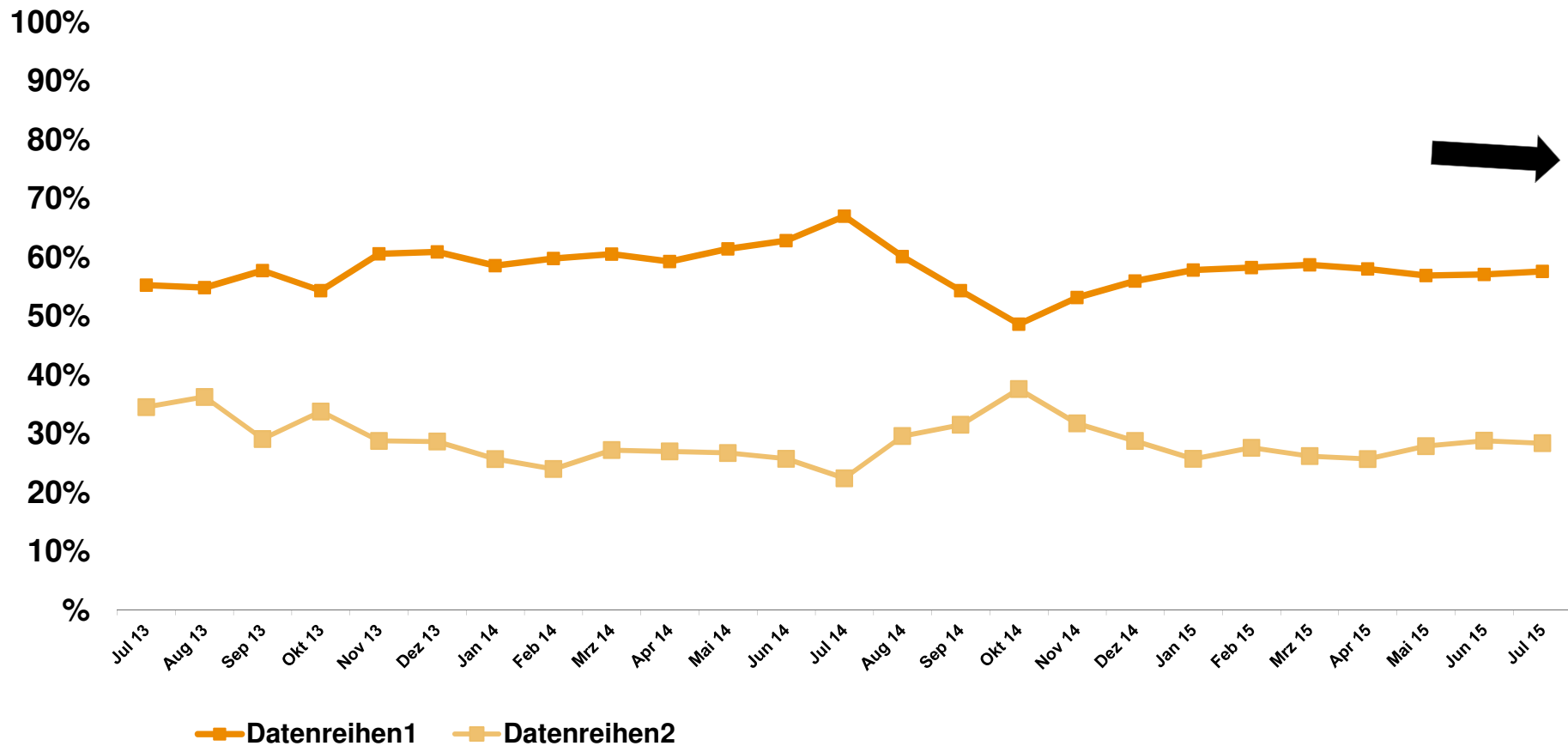


Konsumklima im Juli: Wirtschaftserwartung bleibt weiterhin konstant

Juli 2015 vs. Juni 2015	Juli 2015 vs. Juli 2014
	
<p>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, ist im Vergleich zum Vormonat weiterhin konstant geblieben. Der Anteil der Optimisten liegt bei 57,6%, der Anteil der Pessimisten bei 28,4%.</p>	<p>Die Wirtschaftserwartung vor genau einem Jahr war bedeutend positiver: Anteil der Optimisten 2015 57,6%, 2014 67,0%; Anteil der Pessimisten 2015 28,4%, 2014 22,4%.</p>

Wirtschaftserwartung – im Zeitverlauf

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



Informationen zur Befragung

- › Der ZMG Media Monitor ermittelt regelmäßig das Konsumklima im Rahmen der Werbetackingstudie. 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-Julil rother@zmg.de