

Sorgen der Deutschen im Wandel: Geld rückt immer stärker in den Vordergrund

veröffentlicht am 28.07.2023

Regelmäßig fragt GfK die Deutschen nach ihren Sorgen. Die alte Nummer 1 ist auch die jetzige Nummer 1. Dennoch, einige Top-Sorgen der Deutschen haben sich verschoben. Und Generation X und Babyboomer haben einen anderen Blick in die Zukunft als Generation Z. Gleichzeitig beobachtet GfK eine leichte Verbesserung beim Konsumklima.



Immer mehr Menschen benötigen Lebensmittelspenden. Wegen hohe Energiekosten und steigenden Preisen für Lebensmittel können sie ihre Rechnungen nicht mehr bezahlen. Als Folge werden immer mehr Deutsche bei den Tafeln in Deutschland vorstellig. Das ist anscheinend auch eine Sorge der Befragten. (Bild: Monique Wüstenhagen | Tafel Deutschland e.V.)

Wie im Vorjahr ist die Angst vor der Inflation weiterhin auf Rang 1. Entsprechend wächst laut der Studie GfK Consumer Life die Sorge der Deutschen, nicht genug Geld zu haben, um ihre Rechnungen zu bezahlen. Sie ist mittlerweile die zweitgrößte Angst der Verbraucher und verdrängt damit die Sorge um den Klimawandel auf den dritten Platz.

Es gebe aber auch größere Verschiebungen, so die Autoren der Studie. Während sich die Welt von der Pandemie erholt, rutscht das Thema in der Rangliste um acht Plätze nach unten auf Rang 12.

Stattdessen steigt die Furcht vor Immigration und Zuwanderung in die Liste der größten Sorgen der Verbraucher um fünf Ränge nach oben.

Allerdings gibt es große Unterschiede zwischen den Altersgruppen: Während bei den 15- bis 19-Jährigen nur sechs Prozent Immigration zu den drei größten Sorgen zählen, ist es bei den über 50-Jährigen ein Viertel. Diejenigen, die sich über Zuwanderung Gedanken machen, sorgen sich auch häufiger als andere über Kriminalität.

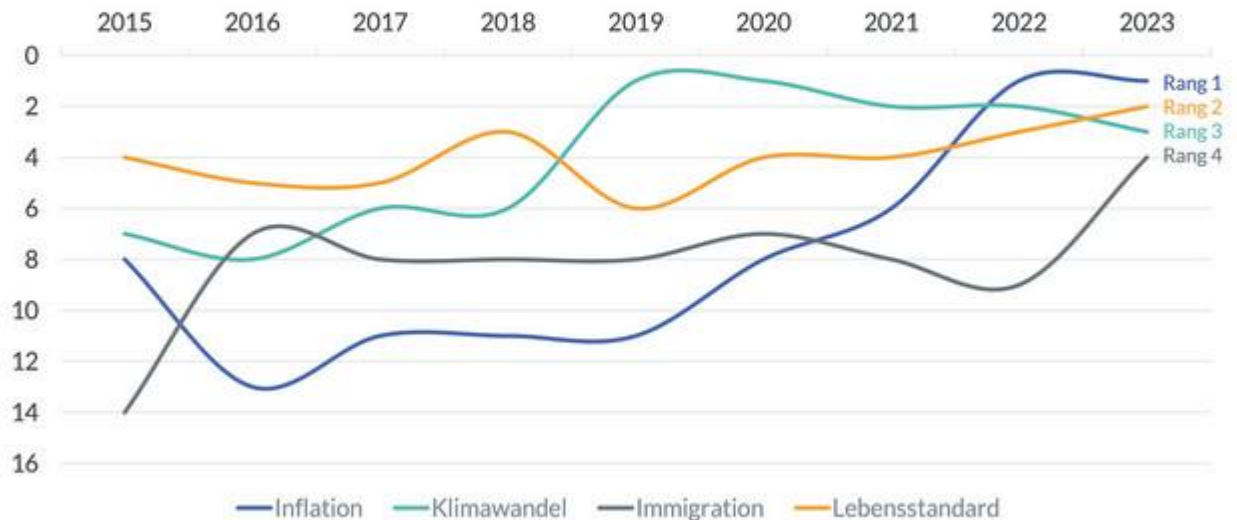
Weniger Deutsche optimistisch über ihre Zukunft

Die finanziellen Sorgen der Verbraucher haben im Vergleich zu 2022 deutlich zugenommen. Unabhängig von Alter, Einkommen oder Wohnort sind laut GfK Consumer Life die aktuellen Preissteigerungen im Rahmen der Inflation die größten Bedenken der Deutschen.

Während 2019, vor der Pandemie, noch 60 Prozent der Verbraucher zuversichtlich in die eigene wirtschaftliche Zukunft blickten, glauben in diesem Jahr nur noch 46 Prozent der Deutschen, dass sich ihre finanzielle Situation im nächsten Jahr verbessern wird.

Vor allem Menschen mit niedrigem und mittlerem Einkommen fürchten, ihre Rechnungen nicht mehr bezahlen zu können. Bei Gutverdienern, also Personen mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von über 3.500 Euro, steht diese Sorge dagegen nicht wie bei der Gesamtbevölkerung auf Platz 2, sondern erst an achter Stelle.

Die Sorge um die Inflation steht bei allen Zielgruppen auf Rang 1. Der Klimawandel bleibt wichtig, rutscht aber leicht auf den dritten Rang ab.



Quelle: GfK Consumer Life 2023

Die finanziellen Sorgen sind gestiegen (Quelle: GfK)

„Dennoch geht die anhaltende Krise auch an diesen Menschen nicht spurlos vorbei“, erklärt Petra Süptitz, Expertin für Konsumententrends bei GfK. „Waren im vergangenen Jahr noch 67 Prozent der Besserverdienenden wirtschaftlich zuversichtlich, befürchtet gerade diese Gruppe massive Wohlstandsverluste, sodass nur noch 58 Prozent optimistisch in die Zukunft blicken. Keine andere Einkommensgruppe verzeichnet einen so starken Rückgang.“

Trotz der finanziellen Sorgen scheint sich das Konsumklima im Lande ein wenig zu erholen. Darauf lässt die gestern veröffentlichte GfK Konsumklimastudie für Juli 2023 schließen. Nach dem leichten Rückgang im Vormonat stabilisiert sich demnach die Verbraucherstimmung im Juli wieder. Die Einkommensaussichten legen moderat zu, während die Konjunkturerwartung und die Anschaffungsneigung nahezu unverändert gegenüber Juni sind. GfK prognostiziert für das Konsumklima im August -24,4 Punkte und damit 0,8 Punkte mehr als im Juli dieses Jahres (revidiert -25,2 Punkte).

Mit diesem leichten Zuwachs kompensiert das Konsumklima seine im Vormonat erlittenen Verluste vollständig, obwohl die Anschaffungs- und Sparneigung im Vergleich zum Vormonat nahezu unverändert bleiben. „Aktuell trägt ausschließlich die Einkommenserwartung zur Verbesserung der Konsumstimmung bei. Grund für den schwindenden Pessimismus ist vor allem die Hoffnung auf rückläufige Inflationsraten“, erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte.

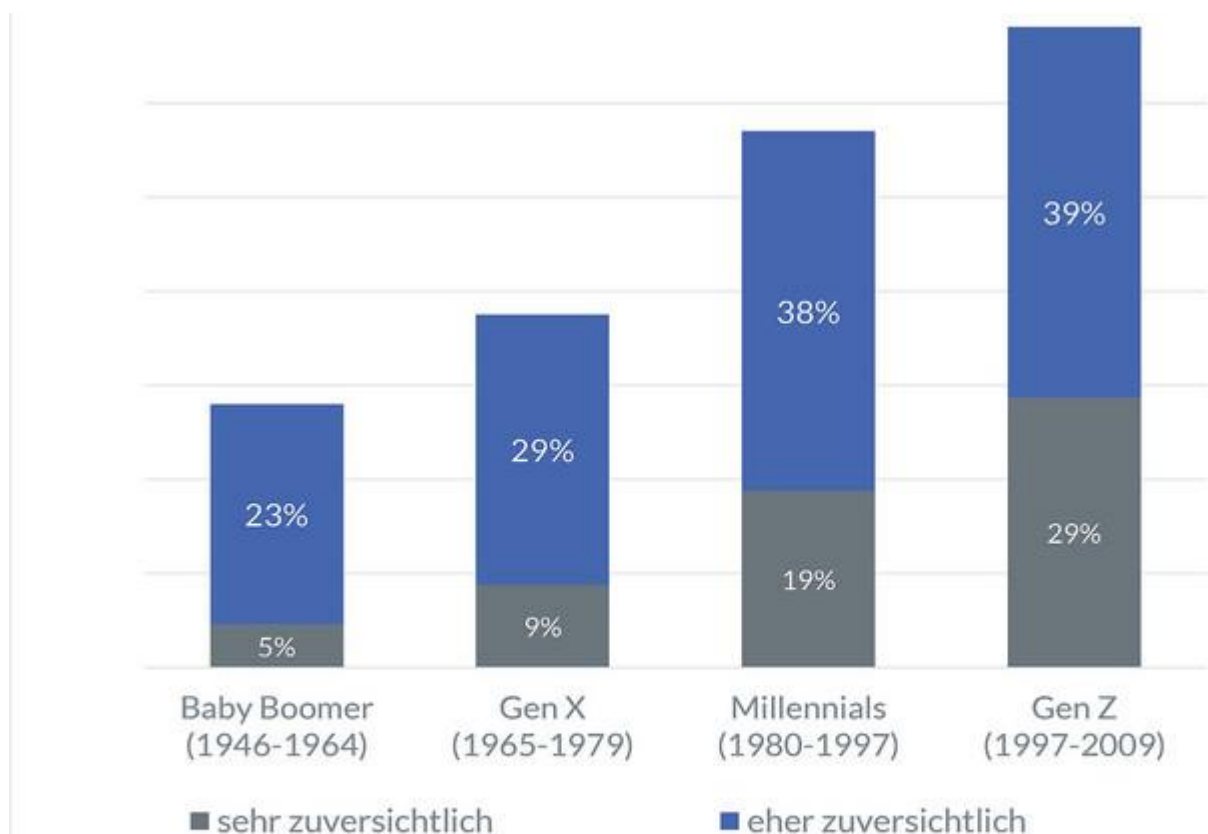
Klimawandel: Trotz finanzieller Sorgen bleibt das Thema wichtig

Ungeachtet der wirtschaftlichen Lage bleibt der Klimawandel für die Deutschen ein wichtiges Thema, auch wenn er vom zweiten auf den dritten Platz zurückfällt. Wer sich allerdings große Sorgen um Inflation und Preissteigerungen macht oder Angst hat, seine Rechnungen nicht mehr bezahlen zu können, für den hat der Klimawandel derzeit geringere Priorität, so die Studie.

Für ein Drittel der Personen ohne finanzielle Bedenken gehört der Klimawandel zu den drei wichtigsten Themen, während dies nur für 22 Prozent der Personen mit finanziellen Sorgen zutrifft. Zwischen den Altersgruppen gibt es dagegen kaum Unterschiede: Bei den über 50-Jährigen steht der Klimawandel an zweiter Stelle, bei den unter 50-Jährigen an dritter Stelle.

Generationen haben unterschiedliche Sorgen

Die Altersgruppen beschäftigen unterschiedliche Themen. So stehen finanzielle Aspekte bei älteren Generationen wie der Generation X oder den Baby Boomern laut Studie deutlich stärker im Fokus als andere Themen.



Grafik: Die wirtschaftliche Zuversicht nach Generationen Gen Z schaut am zuversichtlichsten in die eigene wirtschaftliche Zukunft. (Quelle: GfK)

Während mehr als die Hälfte dieser Altersgruppen die Inflation zu ihren drei größten Sorgen zählt, sind es bei der Generation Z, also den jüngeren Menschen, nur 36 Prozent.

Das liegt daran, dass die Ängste der jungen Generation (Z) wesentlich breiter gefächert sind.

Sie betreffen Umweltverschmutzung, Terrorismus, die Qualität der Bildung, den Einfluss der Technologie auf die Gesellschaft, den Schutz ihrer persönlichen Daten, Rezession und Arbeitslosigkeit.

Während Sorgen und Ängste der älteren Generation von finanziellen Themen geprägt sind, sieht die jüngere Generation ihre eigene wirtschaftliche Zukunft deutlich optimistischer: Mehr als zwei Drittel der Generation Z geben an, eher zuversichtlich in die Zukunft zu blicken. Dies liegt vermutlich an den vergleichsweise guten Chancen auf dem Arbeitsmarkt und daran, dass sie häufig noch am Anfang ihres Berufslebens stehen.

Bei den über 50-Jährigen ist dagegen nur etwa ein Drittel so optimistisch. In dieser Generation ist die Angst vor dem Wohlstandsverlust besonders ausgeprägt. Zudem machen sich die Deutschen über 50 auch mehr Sorgen um ihre Rente beziehungsweise die Rentenpläne der Regierung.

Quelle: Newsletter_depesche@marktforschung.de