

Forschungsprogramm UNIVOX 2001 und Angstbarometer 2001

Geld und Angst: Zusammenhänge zwischen finanzieller Situation, Anlage- und Konsumverhalten und ausgesuchten Angst-Typen

UNIVOX Teil III E Geld 2001/2002 - Vertiefungsbericht

Zusammenfassung und Fazit für exklusiven Gebrauch Progress- Foundation

Alex Martinovits (Autor, Projektleiter UNIVOX)

GfS-Forschungsinstitut
Wirtschaftsforschung und Sozialmarketing
Riedtlistrasse 9
8006 Zürich
Tel. 01/ 361 51 00
E-Mail amartinovits@gfs-zh-ch

Forschungsprogramm UNIVOX

UNIVOX ist eine umfassende Langzeitbeobachtung unserer Gesellschaft, die das GfS-Forschungsinstitut in Zusammenarbeit mit rund 20 spezialisierten, zumeist universitären Instituten seit 1986 jährlich realisiert. Gesamtverantwortung und Koordination:

GfS-Forschungsinstitut, Büro Zürich, Geschäftsbereich „Wirtschaftsforschung u. Sozialmarketing“,
Alex Martinovits (Projektleiter UNIVOX)
E-Mail: amartinovits@gfs-zh.ch

Modul Geld

Verantwortlicher und Autor: Alex Martinovits,
GfS-Forschungsinstitut Zürich, Geschäftsbereich „Wirtschaftsforschung und Sozialmarketing“
Riedtlistrasse 9
8006 Zürich
Telefon: 01 / 361 51 00
Fax: 01 / 350 35 33
E-Mail: amartinovits@gfs-zh.ch

Methodischer Steckbrief

Die Grundlage für die vorliegende Analyse bildet eine durch das GfS-Forschungsinstitut zusammen mit vier weiteren Kooperationspartnern zwischen dem 17. September und 5. Oktober 2001 durchgeführte Befragung.

Die Befragung fand also unmittelbar nach oder während ausserordentlichen Ereignissen statt, welche die Erhebung von den Ergebnissen her speziell interessant machen (News York/ WTC-Attentat: 11.9., Zuger Attentat: 27.9., Swissair-Grounding: 2.10.), was bei der Interpretation der Ergebnisse spezielle Berücksichtigung verdient.

Die Befragung wurde nach der bei UNIVOX üblichen Befragungsanlage realisiert (vgl. Technischer Bericht UNIVOX-Umfrage Oktober 2001). Ein Interview dauerte im Schnitt 53 Minuten (zusammen mit anderen befragten Themenbereichen). Befragt wurden Stimmberechtigte, die mit Hilfe eines kombinierten Random-/ Quotaverfahrens ausgewählt wurden: Aufgrund der effektiven Verteilung wurden in einem ersten Schritt Deutsch- und Westschweiz sowie agglomerierte und ländliche Gegenden ausgeschieden. Innerhalb dieser Gebiete erfolgte die Ortsauswahl nach einem gewichteten Zufallsverfahren. Dabei wurden ca. 70 Gemeinden (sampling points) ausgewählt. In einem zweiten Schritt wurden innerhalb dieser Gemeinden die Zielpersonen für die Interviews nach dem Quotenverfahren bestimmt. Die Personenauswahl nahmen die Befragten selbst vor. Sie hatten sich dabei bei jeweils 10 Interviews an Quoten für das Geschlecht, das Alter und den Beruf zu halten. Die gesamte realisierte Stichprobe inklusive eines Zusatz-Samples im Tessin mit 52 Befragten umfasste 903 Befragte, in der Romandie und Deutschschweiz alleine 854 Befragte, davon 77 Prozent aus der Deutschschweiz und 23 Prozent aus der Romandie.

Die Grösse der Stichprobe ergibt bei einer Verteilung der Prozentwerte von 50:50 ein Vertrauensintervall von +/- 3.3 Prozent. Das heisst, ein Tabellenwert von 50 Prozent liegt für die Gesamtstichprobe mit 95%iger Wahrscheinlichkeit zwischen 46.7 und 53.3 Prozent. Je näher die Prozentwerte an der 50 Prozent-Marke liegen und je weniger Fälle die untersuchte Einheit aufweist, desto grösser ist das Vertrauensintervall.

INHALTSVERZEICHNIS

HAUPTERGEBNISSE	1
I EINLEITUNG	1
II AKTUELLES UND KÜNFTIGES GELDANLAGEVERHALTEN DER BEVÖLKERUNG	2
2.1 Finanzielle Lage und Umfang der Ersparnisse.....	2
2.3 Ersparnishöhe und Informationsgrad über die eigene Anlagepolitik	7
2.4 Die Verbreitung von eher sicherheitsorientierten Anlagen	10
2.5 Aktien, Fonds, Optionen und Derivate.....	15
2.6 Versicherungssparen	19
2.7 Weitere Anlageformen	19
III BEZUGSORTE VON GÜTERN UND DIENSTLEISTUNGEN	23
3.1 Wo kaufen die Haushalte welche Produkte ein?	23
3.2 Hauptbank	25
IV WIE PRÄSENTIERT UND ÄNDERT SICH DAS KONSUMVERHALTEN DER HAUSHALTE?.....	27
4.1 Ausgangslage.....	27
4.2 Wo künftig mehr sparen, wo eher ausbauen?	28
4.2.1 Langfristige Investitionsgüter.....	28
4.2.2 Unterhaltungselektronik und EDV	32
4.2.3 Freizeit und Lektüre.....	35
4.2.4 Alltags-Gebrauchsgüter.....	44
V FAZIT.....	46
ANHANG	47

Hauptergebnisse

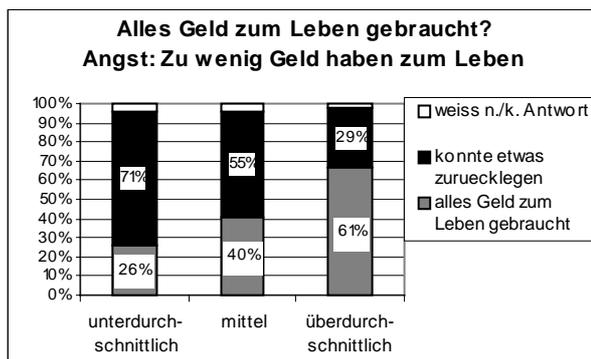
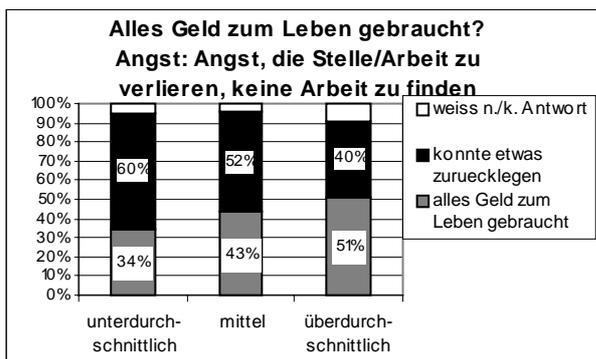
Der UNIVOX-Trend-Bericht „Geld 2001“ beschäftigte sich mit der Frage, wie sich die finanziellen Möglichkeiten der Haushalte präsentieren, und wo diese konkret die entsprechenden Mittel investieren. Er untersuchte hierbei einerseits das Konsum-, andererseits aber auch das Spar- und Geldanlageverhalten der Haushalte. Der vorliegende *Vertiefungs*-Bericht analysiert nun von den obgenannten Themen die Zusammenhänge mit dem Angst-Empfinden der Bevölkerung unter Verwendung von Resultaten des parallel erhobenen GfS-Angst-Barometers; speziell untersucht wurden acht der insgesamt 25 dort erhobenen Angst-Indikatoren, welche von besonderer Bedeutung für das Konsum- und Anlageverhalten sind.

Aktuelles und künftiges Geldanlageverhalten der Bevölkerung

Ausser bei der Globalisierungsangst ist bei allen sieben anderen untersuchten Ängsten ein signifikanter Zusammenhang in dem Sinne festzustellen, dass Personen mit überdurchschnittlichen Ängsten weitaus öfters als im Durchschnitt alles Geld zum Leben gebraucht haben. Die finanzielle Lage drückt also sehr direkt auf die Befindlichkeit der Leute bei diesen spezifischen Ängsten.

Im Kontrast dazu glauben aber Personen mit generell grösseren Ängsten auch überdurchschnittlich an eine künftige Verbesserung der finanziellen Lage - ein hoffnungsvolles und für die langfristige gesellschaftliche und wirtschaftliche Stabilität doch wichtiges Resultat. Bezüglich dem vermuteten Abbau von Ersparnissen gibt es hingegen überraschenderweise keine Angst, wo ein klarer Zusammenhang ersichtlich ist.

Sehr klare Zusammenhänge zwischen geringer Ersparnishöhe und grösseren Ängsten gab es bei der Angst, zu wenig Geld zum Leben zu haben und bei der Angst vor wirtschaftlicher Notlage im Alter. Der Informationsgrad über die eigene finanzielle Lage hat nur bei wenigen Ängsten einen Zusammenhang mit der Intensität des Bedrohungsgefühls.



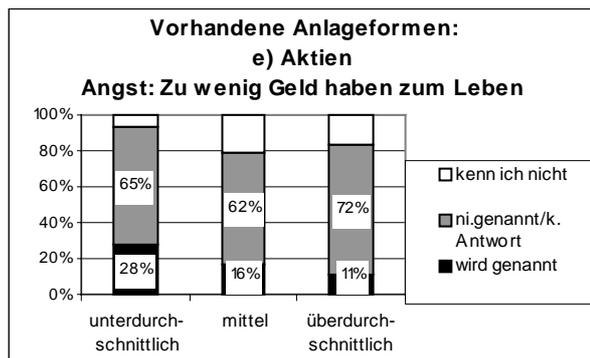
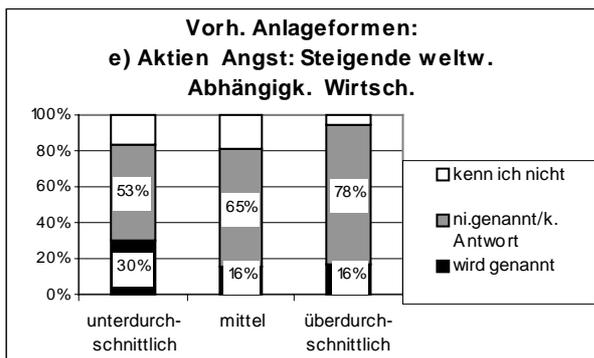
Verbreitung verschiedener Anlagentypen

Die Verbreitung von Sparkonten und die Bedrohungs-Intensität weisen kaum signifikante Zusammenhänge auf, da diese weit verbreitet sind. Bei vielen Ängst-Typen besitzen insbesondere Personen mit mittlerem Bedrohungsempfinden überproportional Postcheckkonti. Beim Besitz von (Kassen-) Obligationen können nur hinsichtlich zweier Ängste Relationen identifiziert werden: Je geringer die Angst vor Sittenerfall, desto eher besitzt man Kassenobligationen, und unterdurchschnittliche Globalisierungsängste korrelieren mit geringerem Obligationenbesitz. Hinsichtlich Goldbesitz gibt es eher wenige klare Korrelationen: Personen mit klar unterdurchschnittlichen Ängsten vor Arbeitslosigkeit sind etwas öfter Goldeigentümer.

Personen mit unterdurchschnittlichem Angstempfinden besitzen überproportional Aktien; diese Feststellung gilt ausgeprägt bei der Angst vor wirtschaftlicher Notlage im Alter, vor Arbeitslosigkeit, vor Globalisierung und davor, zu wenig Geld zum Leben zu haben. Für Aktienfonds gelten fast die selben Feststellungen wie für die Aktien. Optionen/ Derivate/ Hedge-Fonds u.ä. haben recht uneinheitliche Korrelationen: Ein "klassischer" Zusammenhang im Sinne einer grösseren Verbreitung, je geringer die Ängste sind, zeigt sich bei der Angst, zu wenig Geld zum Leben zu haben, sowie bei derjenigen vor wirtschaftlicher Notlage im Alter. Diese Art von Anlagen korreliert also insbesondere mit Ängsten rund um die private wirtschaftliche Situation, und bestätigt somit den zu erwartenden Zusammenhang klar.

Ökologische Anlagen sind unter Personen mit unterdurchschnittlichen Ängsten hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter, Arbeitslosigkeit, persönlicher Probleme und zu wenig Geld haben zum Leben verbreiteter; wer also insbesondere mit wirtschaftlichen Ängsten konfrontiert ist, hat andere Prioritäten als die ethische Ausrichtung seiner Geldanlagen.

Schliesslich gilt auch: Je grösser die Ängste hinsichtlich des Gefühls, nur ein Rädchen im Getriebe zu sein und hinsichtlich persönlicher Probleme, desto grösser ist der Anteil an Immobilienbesitzern. Immobilienbesitz geht demnach einher mit gewissen Sicherheitsbedürfnissen.

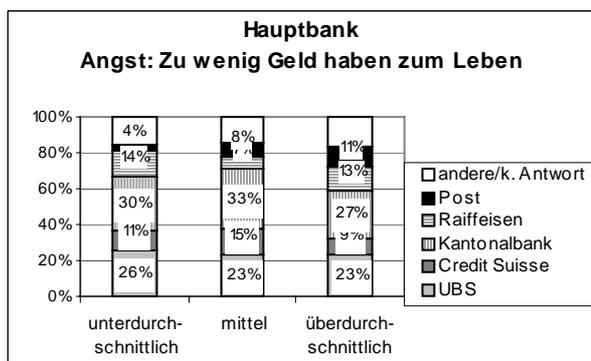
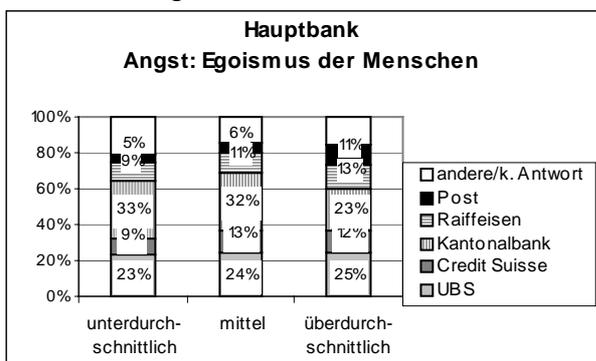


Wo kaufen die Haushalte welche Produkte ein?

Die Dorf- und Quartierläden sowie Fachgeschäfte haben in der Grundtendenz ein weniger ängstliches Kundensegment. COOP-Kunden sind insbesondere bei Personen mit mittleren Ängsten tendenziell leicht untervertreten. Auffallend ist zudem die grössere Verbreitung von COOP-Kunden bei Personen, die nur geringe Ängste hinsichtlich Sittenzerfall und Moral aufweisen. Die Migros-Kundschaft ist insbesondere bei der Angst, zu wenig Geld haben zum Leben, überproportional vertreten.

Hauptbank

Kantonalbanken-Kunden weisen eher seltener grössere Ängste bezüglich wirtschaftlicher Notlage im Alter und dem Egoismus der Menschen auf. Personen, welche die UBS als Hauptbank angeben, sind übervertreten unter den Personen mit grösseren Ängsten hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter. Credit-Suisse-Kunden sind hinsichtlich Ängsten nicht eindeutig einzuordnen: Bei vielen Bedrohungs-Typen sind sie bei Personen mit unter- wie überproportionalen Ängsten gleich häufig vertreten. Sie sind im Vergleich zur anderen Grossbank, UBS, insbesondere seltener anzutreffen bei Personen mit grösseren Ängsten zu wenig Geld haben zum Leben. Kunden der Raiffeisenbanken sind insbesondere etwas öfter vertreten unter denjenigen, die grössere Ängste hinsichtlich Egoismus der Menschen haben. Personen, welche die Post-Finance als Hauptbank angeben, finden sich schliesslich eher unter den Befragten mit grösseren Ängsten hinsichtlich persönlichen Problemen, Egoismus der Menschen und zu wenig Geld haben zum Leben.



Wie präsentiert und ändert sich das Konsumverhalten der Haushalte?

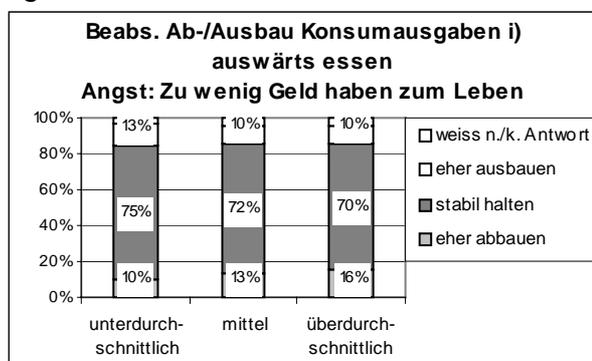
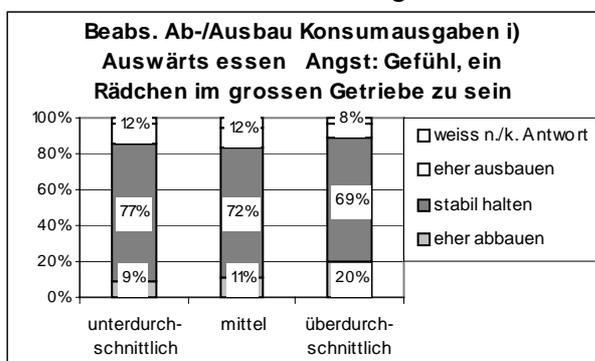
Erstaunlicherweise praktisch keinen Einfluss auf die Auto-Ausgaben hat die Angst, zu wenig Geld haben zum Leben! Es scheint zudem generell zu gelten, dass die grundlegende "budgetbezogene" Angst zu wenig Geld haben zum Leben die Kaufabsichten bei langfristigen privaten Investitionsgütern (auch bei Möbeln und Haushalts-Geräten) nicht zu verändern scheint.

Im Gegensatz zu den zuvor untersuchten langfristigen Investitionsgütern ist bei der Unterhaltungselektronik oder EDV ein Zusammenhang festzustellen mit der hinsichtlich Budgetüberlegungen zentralen Angst, zu wenig Geld haben zum Leben. Und zwar in dem Sinne, dass ein kleinerer Bedrohungsgrad eher mit einem Abbau korreliert.

Ihr Printmedien-Budget eher ausbauen möchten Personen mit unterdurchschnittlichen Ängsten beim Gefühl, nur ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, und bei der

Bedrohung, zu wenig Geld zum Leben zu haben; bei vielen Ängsten gibt es hier aber keine klaren Korrelationen. Inland-Reisen abbauen möchten überproportional Personen mit überdurchschnittlichen Ängsten hinsichtlich sämtlicher acht hier untersuchter Bedrohungslagen, womit hier ein auffallend grosser Zusammenhang zu Ängsten generell festzustellen ist. Bei Auslandsreisen gilt dieser Zusammenhang für fünf Ängste. Beim Abbau von Auslandsreisen präsentiert sich der Zusammenhang hinsichtlich Globalisierungsangst somit anders als bei den Inlandsreisen: Hier möchten vorab Personen mit unterdurchschnittlicher Globalisierungsangst ausbauen. Die Einstellung zur Globalisierung und die Lust auf Auslandsreisen scheinen demnach klar zusammen zu hängen.

Beim auswärts Essen möchten Personen mit überdurchschnittlichem Bedrohungsgefühl bei fast allen untersuchten Ängsten (ausser Globalisierungsangst) ihren Konsum eher abbauen. Bei Theater-, Kino- und Konzertbesuchen wird v.a. im Falle von klassischen "budgetbezogenen Ängsten" gespart. Sportausgaben reduzieren möchten tendenziell eher Befragte mit grösseren Ängsten hinsichtlich dem Gefühl ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, Arbeitslosigkeit und zu wenig Geld haben zum Leben.



Im allgemeinen scheinen Nahrungsmittelausgaben recht unabhängig von den Ängsten der Befragten zu sein. Auch bei den Kleiderausgaben ist generell relativ wenig Zusammenhang zwischen Ängsten und beabsichtigten Budgetveränderungen festzustellen. Dass der Bereich des Grundbedarfs weniger auf Ängste reagiert, war denn auch aufgrund der grösseren Notwendigkeit und des geringeren Luxuscharakters dieser Güter zu erwarten.

I Einleitung

Der UNIVOX-Trend-Bericht „Geld 2001“¹ beschäftigte sich mit der Frage, wie sich die finanziellen Möglichkeiten der Haushalte präsentieren, und wo diese konkret die entsprechenden Mittel investieren. Er untersuchte hierbei einerseits das Konsum-, andererseits aber auch das Spar- und Geldanlageverhalten der Haushalte.

Der vorliegende Vertiefungs-Bericht untersucht nun von den obgenannten Themen nicht mehr die zeitliche Entwicklung und die Besonderheiten spezifischer Subgruppen, sondern die Zusammenhänge dieser Themen mit dem Angst-Empfinden der Bevölkerung². Hierzu analysiert er in der selben Themenreihenfolge wie der Trend-Bericht diese Zusammenhänge, unterstützt durch umfangreiche Grafiken bezüglich Angst-Empfinden. Ausgewertet wurden acht der insgesamt zwei Dutzend Ängste, welche von besonderer Bedeutung für das Konsum- und Anlageverhalten sind.

Die aufgezeigten Zusammenhänge zwischen Ängsten und finanzieller Situation sowie Anlageverhalten stehen natürlich oft auch in Verbindung mit anderen Eigenschaften der Befragten, und können beispielsweise teilweise auch mit dem Alter erklärt werden. Allerdings ist die Abhängigkeit der Ängste von fundamentalen sozio-demographischen Eigenschaften wie Alter, Geschlecht oder Einkommen nicht so gross, wie vielleicht auf den ersten Blick vermutet werden kann, und nur bei bestimmten Ängsten treten hier deutliche Korrelationen auf.

Da zudem die vereinzelt Zusammenhänge mit den betreffenden soziodemographischen Eigenschaften von ihrer Kausalität her nicht immer klar sind (einzelne Ängste sind untrennbar mit Alter oder Geschlecht verbunden, andere eher von der spezifischen Situation der einzelnen abhängig und ändern sich zudem im Zeitverlauf), und weil im vorliegenden Bericht vorab nur deutliche Unterschiede kommentiert werden, dürfte die Aussagekraft der vorgestellten Ergebnisse stabil sein.

¹ Martinovits Alex: UNIVOX-Geld Trend-Bericht 2001, Zürich, November 2001.

² Martinovits Alex / Schnoz Domenic: GfS-Angstbarometer 2001, Zürich, Oktober 2001.

II Aktuelles und künftiges Geldanlageverhalten der Bevölkerung

2.1 *Finanzielle Lage und Umfang der Ersparnisse*

Wie in den Vorjahren war per Ende 2001 bei der Hälfte der Bevölkerung ein relativ geringer realer **Spielraum für** eine zusätzliche **Ausweitung des eigenen Konsums** vorhanden. Lediglich die Hälfte der Personen konnte im Jahr davor etwas Geld zurücklegen. Fast ebenso viele Befragte gaben an, alle Geldeinnahmen für den Lebensunterhalt und den darüber hinausgehenden Konsum gebraucht zu haben.

Wie sieht nun der Zusammenhang zwischen finanzieller Situation und der Intensität der Ängste bei den Befragten aus?

Ausser bei der "Angst vor der weltweit steigenden Abhängigkeit der Wirtschaft" (Globalisierungsangst) ist bei allen sieben anderen untersuchten Ängsten ein signifikanter Zusammenhang in dem Sinne festzustellen, als dass Personen mit **überdurchschnittlichen Ängsten** weitaus **öfters** als im Durchschnitt **alles Geld zum Leben gebraucht** haben. Besonders ausgeprägt ist der Zusammenhang beim "Gefühl, nur noch ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein", und - konsequenterweise natürlich - bei der Angst, zu wenig Geld haben zum Leben.

Die finanzielle Lage drückt also sehr direkt auf die Befindlichkeit der Leute bei diesen spezifischen Ängsten, wobei der Kausalitätszusammenhang wohl mehrheitlich von der Finanzlage zu den Ängsten, in kleinerem Ausmasse aber auch von den Ängsten (via geringere Leistungsfähigkeit etc.) zur Finanzlage verlaufen dürfte.

Wie bereits 1998 und 1999 **erwarteten** auch 2001 deutlich mehr Personen eine **Verbesserung der finanziellen Lage** des Haushalts denn eine Verschlechterung - 1997 war dies noch nicht der Fall. In dieselbe Richtung wies die Entwicklung der Ersparnislage der Haushalte bis Ende 2001: Sie hat sich nach 1997 etwas verbessert. Wie schon in den Vorjahren erwartete ein grosser (und gar leicht gestiegener) Teil der Befragten im nächsten Jahr³ weder eine Verbesserung noch eine Verschlechterung.

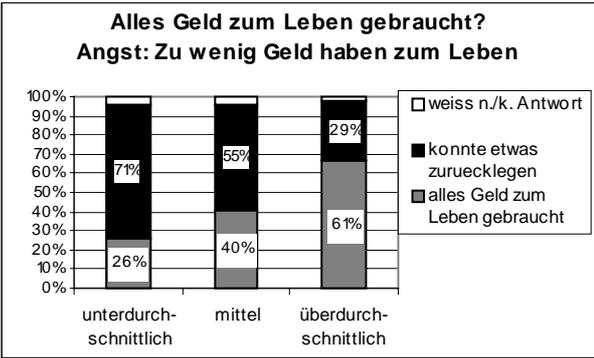
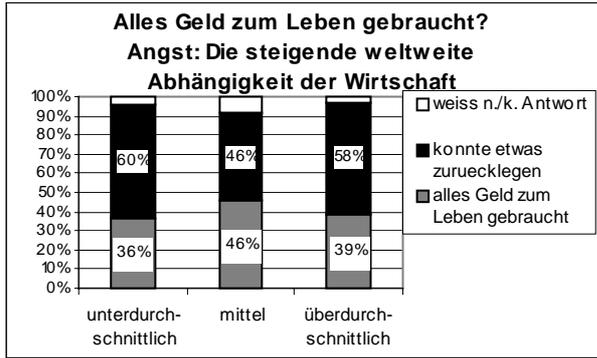
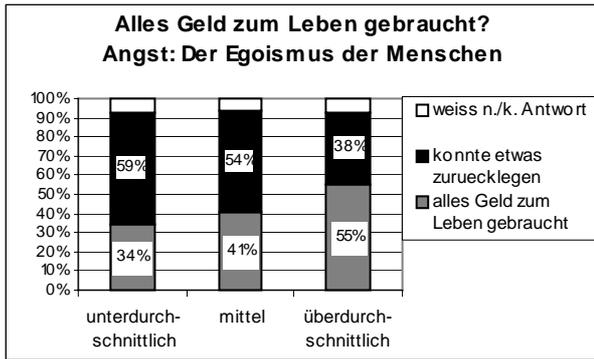
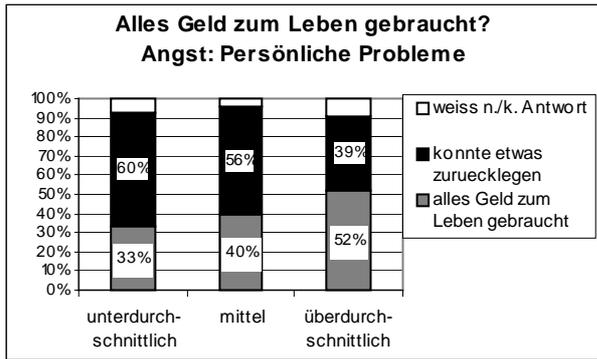
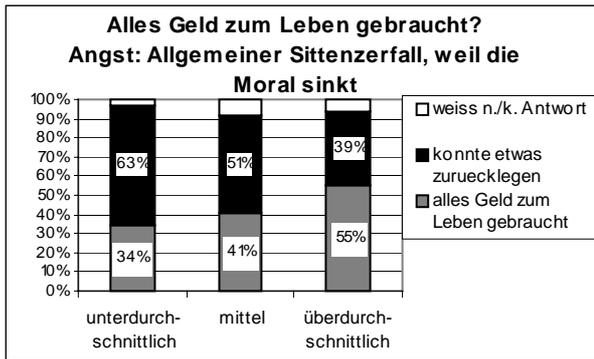
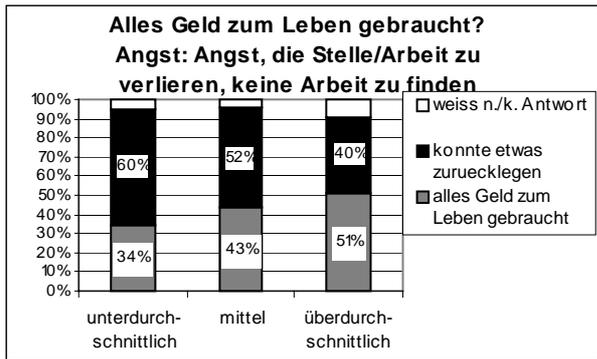
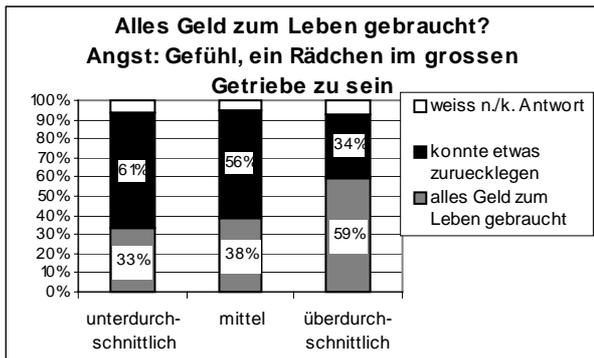
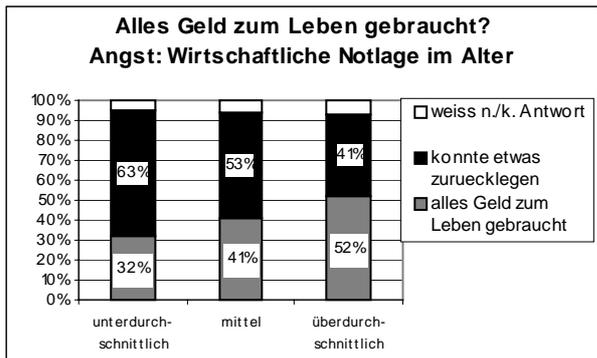
Der Zusammenhang zwischen Ängsten und Zukunftserwartungen bezüglich relativer finanzieller Entwicklung (erwartete Verbesserung / Verschlechterung im nächsten Jahr) ist einiges weniger eindeutig als bei der Einschätzung der "absoluten" finanziellen Lage:

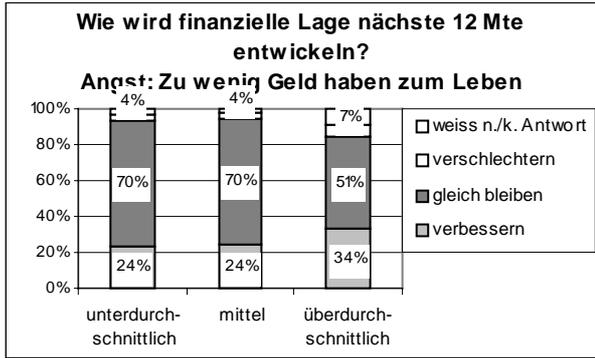
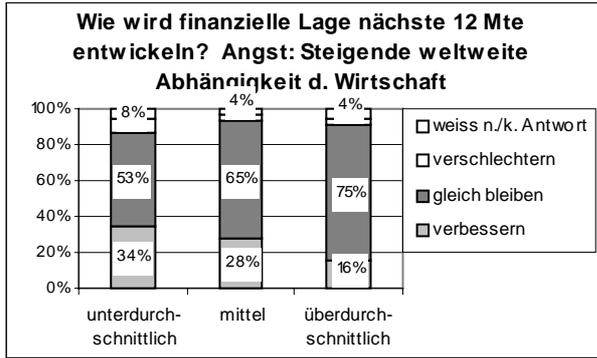
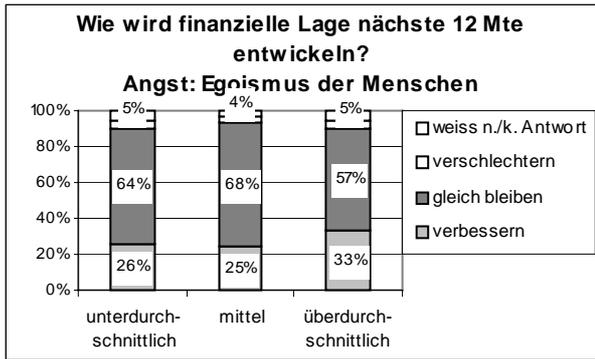
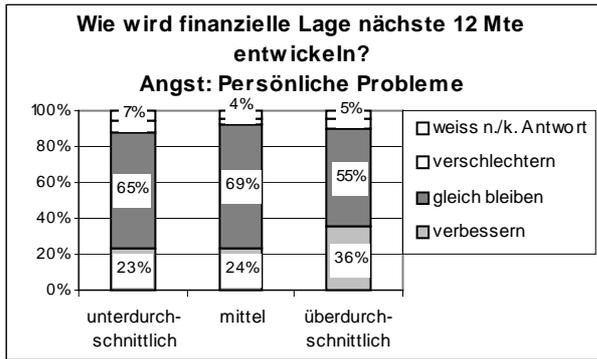
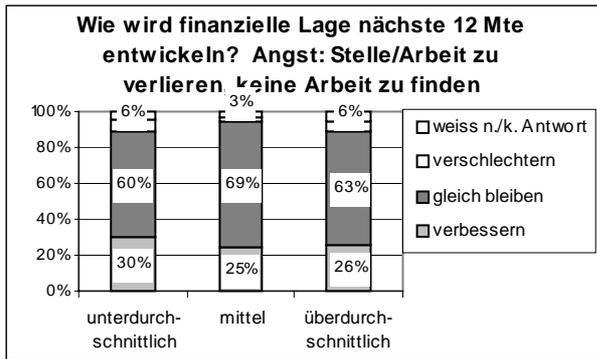
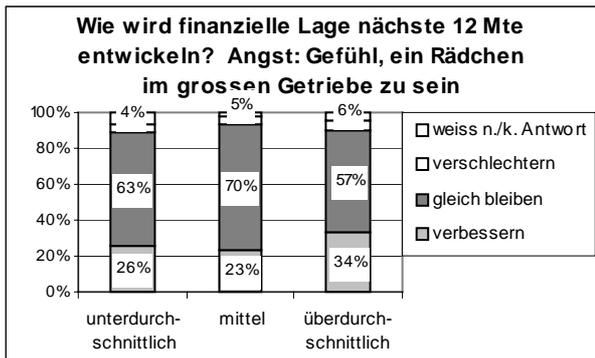
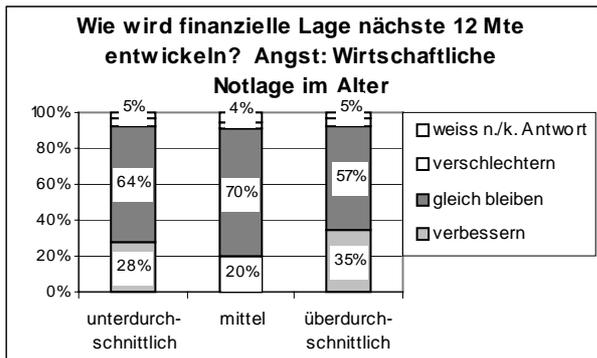
Zwar zeigt sich bei der Globalisierungsangst (wo beim vorhergehenden Indikator eben gerade kein Zusammenhang ersichtlich war!) ein negativer Zusammenhang (grössere Ängste bei Personen mit weniger positiver Einschätzung), doch erscheint bei den Ängsten vor persönlichen Problemen und denjenigen, zu wenig Geld haben zum Leben, gar ein positiver Zusammenhang: **Personen mit grösseren Ängsten glauben überdurchschnittlich an eine künftige Verbesserung** - ein hoffnungsvolles und für die langfristige gesellschaftliche und wirtschaftliche Stabilität doch wichtiges Resultat.

³ Verglichen wurden bei der Fragestellung die letzten 12 Monate (etwa Oktober 2000 bis September 2001) mit den nächsten 12 Monaten (Oktober 2001 bis September 2002).

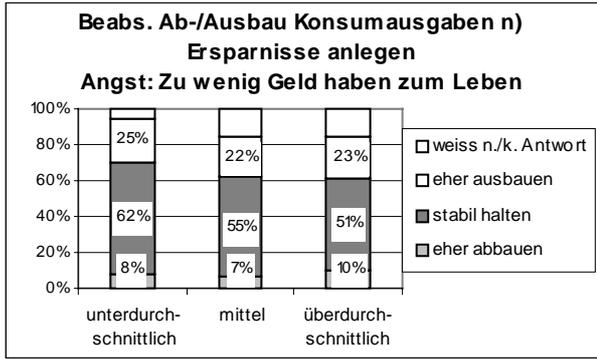
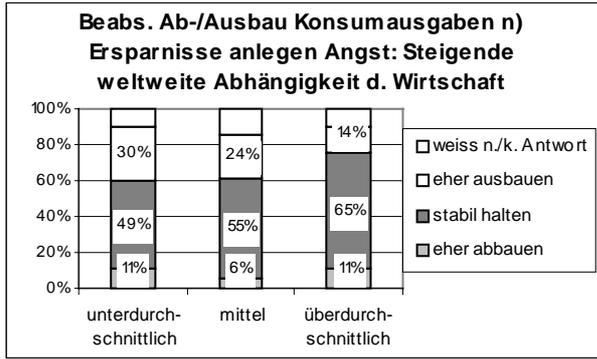
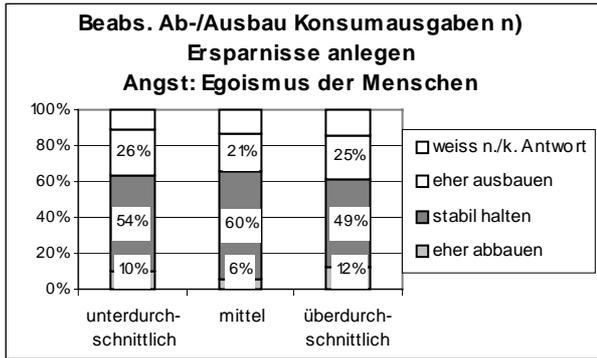
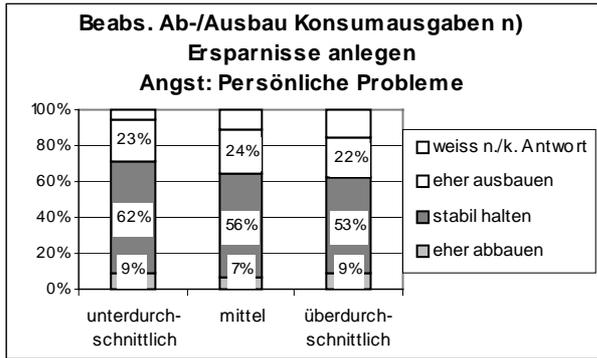
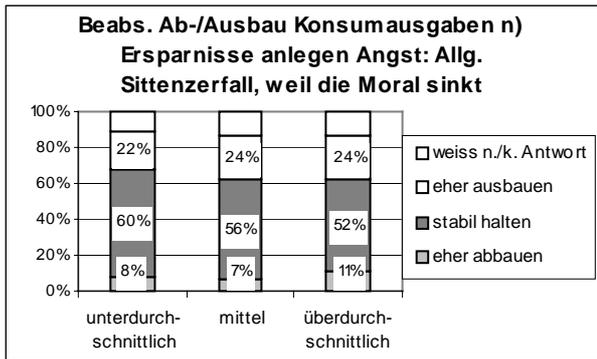
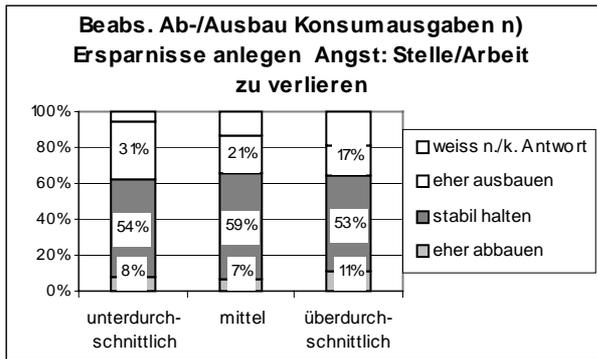
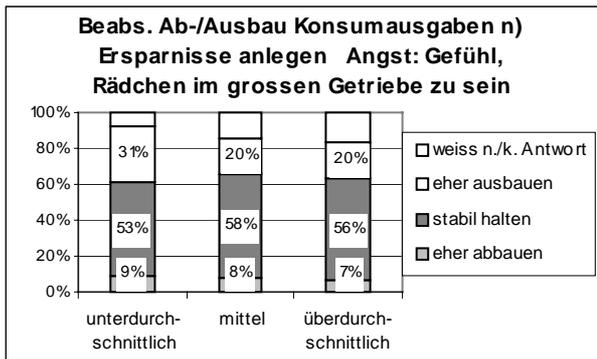
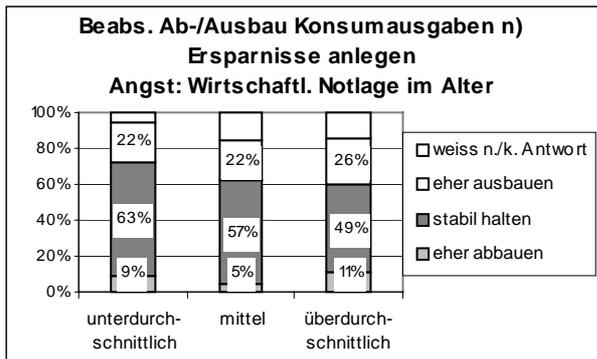
Bei den übrigen Ängsten ist der Zusammenhang nicht eindeutig (z.T. mittelhohe Ängste mit negativerer Einschätzung).

Bezüglich dem vermuteten **Abbau von Ersparnissen** gibt es hingegen überraschenderweise keine Angst, wo ein klarer Zusammenhang ersichtlich ist. Ihre Ersparnisse **auszubauen** beabsichtigen hingegen Personen mit überdurchschnittlichen **Ängsten** hinsichtlich dem **Gefühl nur ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, Arbeitslosigkeit** und **Globalisierungsangst**.





Frage: Niemand kann die Zukunft voraussagen ... wenn Sie aber trotzdem versuchen, sich vorzustellen, wie es in der Schweiz in etwa 10 Jahren in wirtschaftlicher Hinsicht sein wird im Vergleich zu heute, wird es uns dann eher besser, etwa gleich oder eher schlechter gehen als heute? 1= es wird uns schlechter gehen, 10= es wird uns besser gehen. (Schlechter = Werte 1-4, besser = Werte 7-10) (Quelle: UNIVOX-Wirtschaft 2001)



2.3 **Ersparnishöhe und Informationsgrad über die eigene Anlagepolitik**

Gegen die Hälfte (43%) gab Ende 2001 an, weniger als 25'000 Fr. oder gar kein Vermögen zu besitzen⁴. Die Zusammenhänge sind zwar bei sieben der acht hier ausgewählten Indikatoren signifikant (nicht bei der Globalisierungsangst), aber weniger klar als bei der Deklaration, ob alles Geld zum Leben gebraucht wurde.

Sehr **klare Zusammenhänge zwischen geringer Ersparnishöhe und** grösseren Ängsten gab es bei der **Angst, zu wenig Geld** zum Leben zu haben und bei der Angst vor **wirtschaftlicher Notlage im Alter**; immer noch signifikant bei der Angst vor **Sittenzerfall** und vor **Arbeitslosigkeit**.

"Treppenartige" Zusammenhänge, wo überdurchschnittlich ängstliche weniger Geld besitzen, aber Personen mit mittleren und geringen Ängsten sich nicht von einander unterscheiden, zeigen sich beim Gefühl, nur ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, bei der Angst vor persönlichen Problemen und bei derjenigen vor dem Egoismus der Menschen.

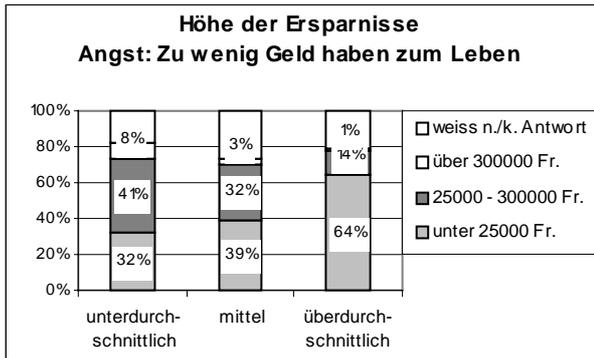
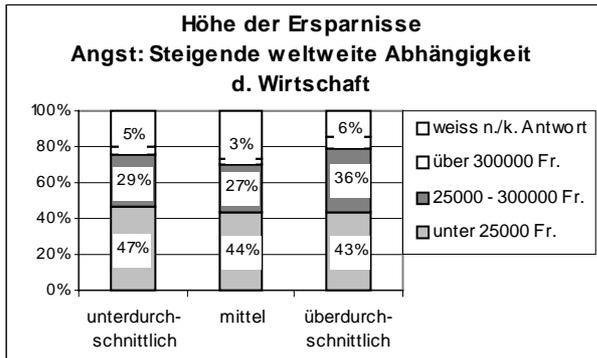
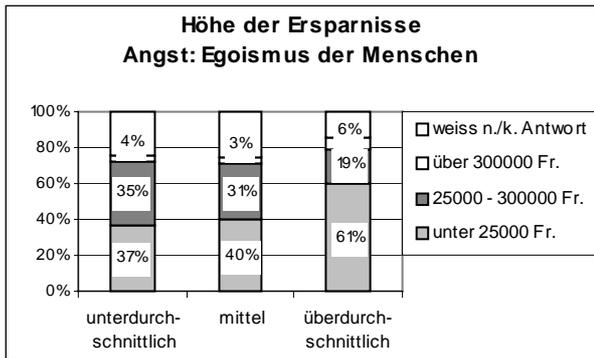
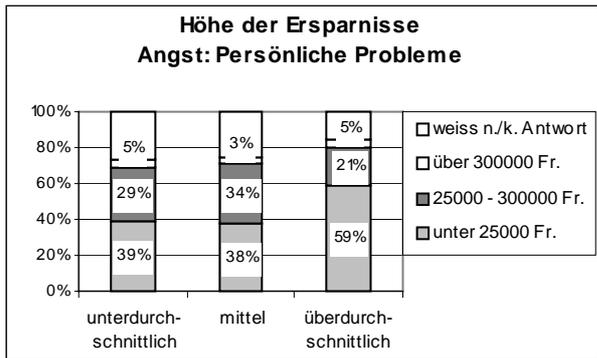
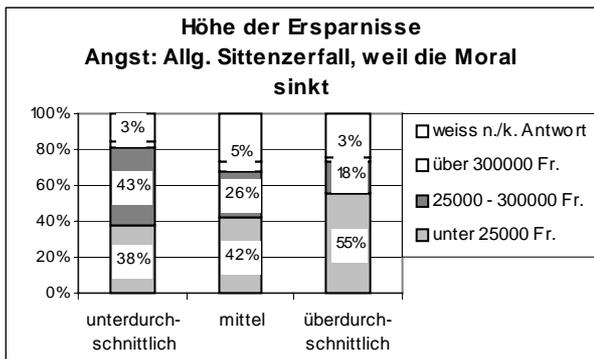
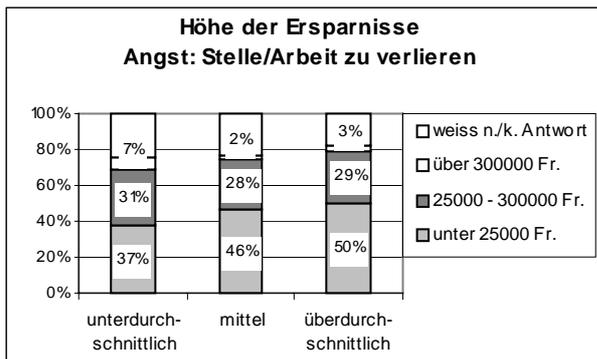
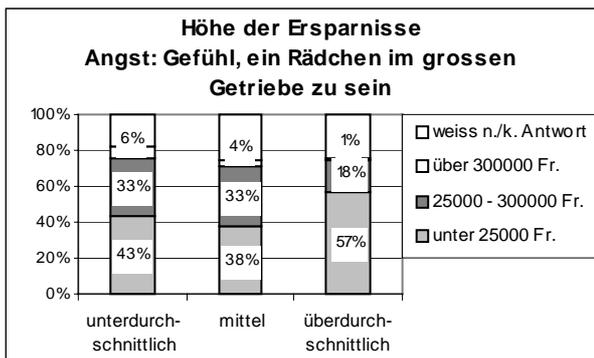
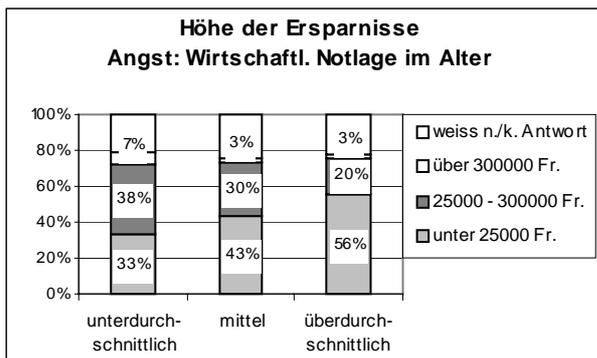
70% sind **informiert** darüber, in welcher Form man im eigenen Haushalt Ersparnisse besitzt, und weitere 6% bezeichnen sich als einigermaßen informiert.

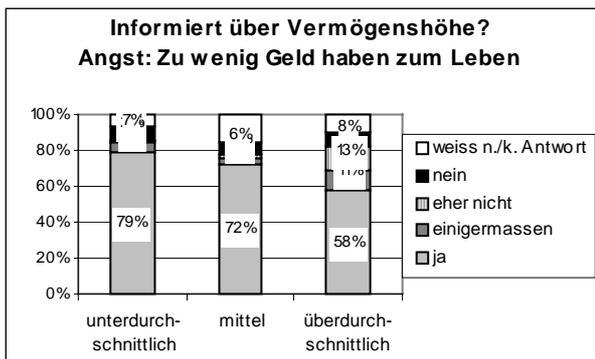
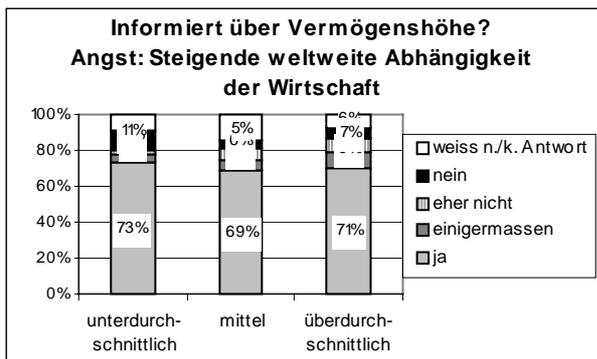
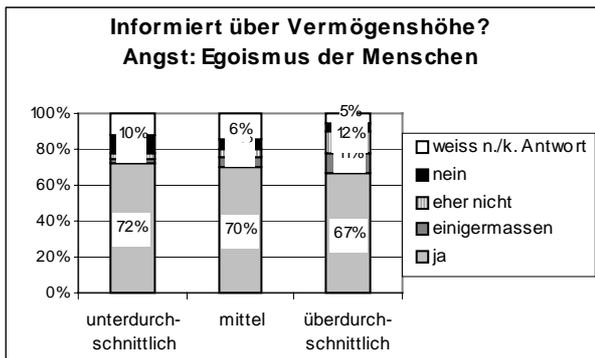
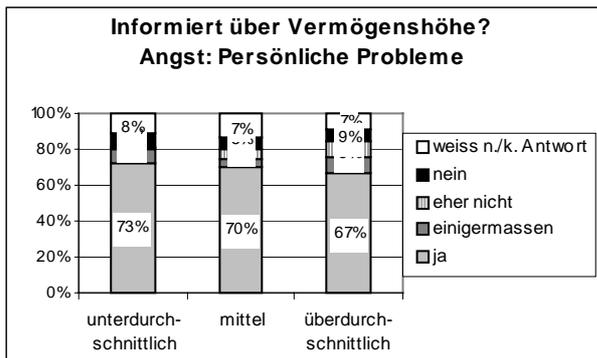
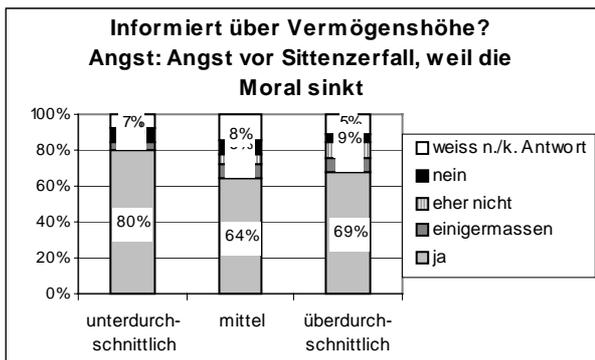
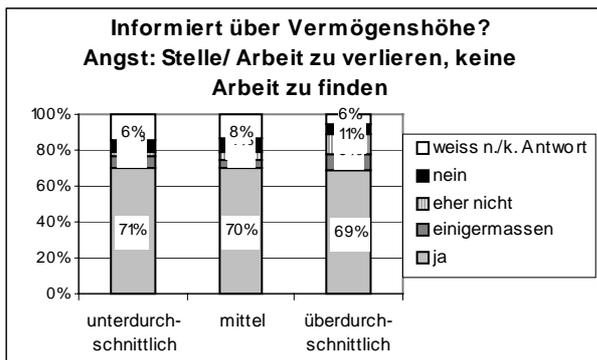
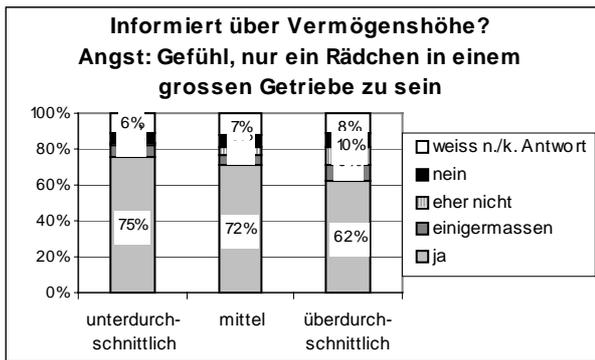
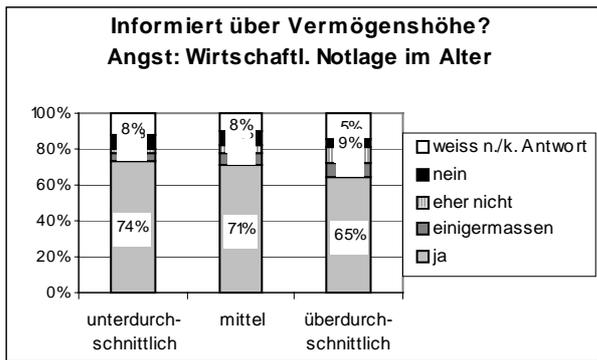
Der Informationsgrad über die eigene finanzielle Lage hat nur bei wenigen Ängsten einen Zusammenhang mit der Intensität des Bedrohungsgefühls.

Eine klare Relation zeigt sich nur bei einem Indikator: Personen mit Angst, zu wenig Geld zum Leben zu haben, sind deutlich weniger über ihre Vermögenshöhe informiert. Ein geringer entsprechender Zusammenhang erscheint noch bezüglich dem Gefühl, nur ein Rädchen in einem grossen Getriebe zu sein, und ein treppenartiger (Personen mit unterdurchschnittlicher Angst besser informiert) bei der Angst vor Sittenzerfall.

Im folgenden Kapitel wird der Zusammenhang zwischen dem Verbreitungsgrad der wichtigsten Anlagentypen und den Ängsten untersucht:

⁴ Die Höhe der Ersparnisse ist einerseits ein Indikator für die finanzielle Robustheit und die damit verbundene Risikowahrscheinlichkeit, bei einem Ausfall von Teilen des Haushaltseinkommens in finanzielle Engpässe geraten zu können. Andererseits werden potenzielle Kunden von Finanzinstituten aufgrund desselben Indikators in verschiedene Anlegerkategorien eingeteilt, auf die jeweils bestimmte Produktlinien mit ihrem spezifischen Anlage- und Beratungsumfang zugeschnitten sind.





2.4 Die Verbreitung von eher sicherheitsorientierten Anlagen

Jeweils am weitesten verbreitet⁵ sind „klassische“ Geldanlagen; mit ihren relativ geringen Risiken, aber auch entsprechend niedrigeren Renditen stehen sie vorab für **risikoaverse** (risikoscheue) **Anleger** im Vordergrund, welche allerdings weitaus die **Mehrheit** unter den Schweizer Anlegern bilden. Fast drei Viertel aller Schweizer(innen) besitzen Spar- und Privatkonten und ein Drittel Postcheckkonti; nur ein Fünftel gab Ende 2001 an, Obligationen und Kassenobligationen sowie 4%, Gold- oder Devisenanlagen (ebenfalls zumeist mit geringer Rendite) zu besitzen⁶. In letzter Zeit ist wieder ein leichter Trend zu Obligationen, andererseits aber ein gewisser Durchbruch bei Optionen, Derivatenu.ä. festzustellen.

Die Verbreitung von **Sparkonten** und die Bedrohungs-Intensität weisen kaum signifikante Zusammenhänge auf; dies wohl auch deshalb, weil diese Anlageart bei allen Personenkategorien sehr grosse Verbreitung hat.

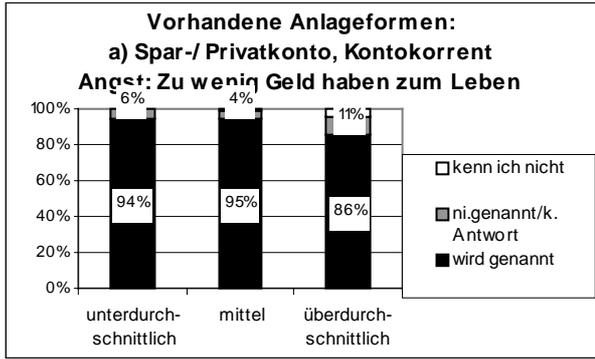
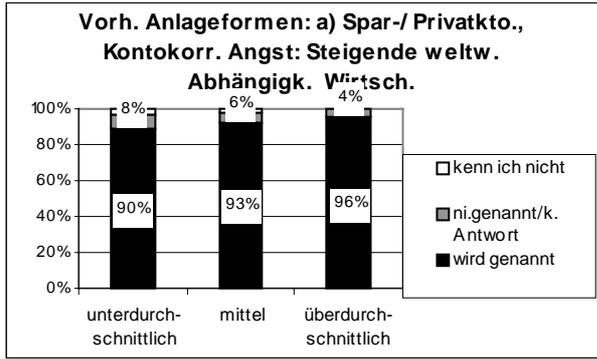
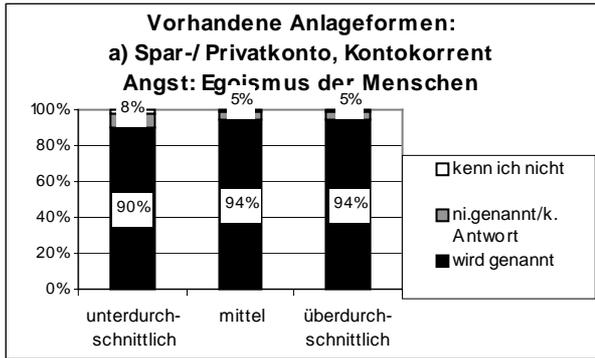
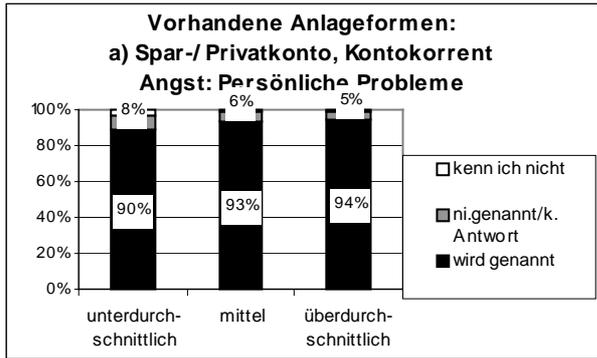
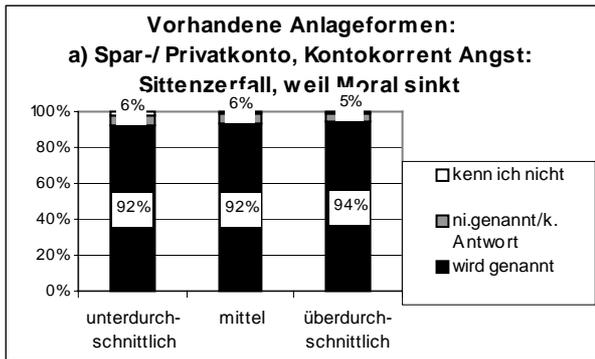
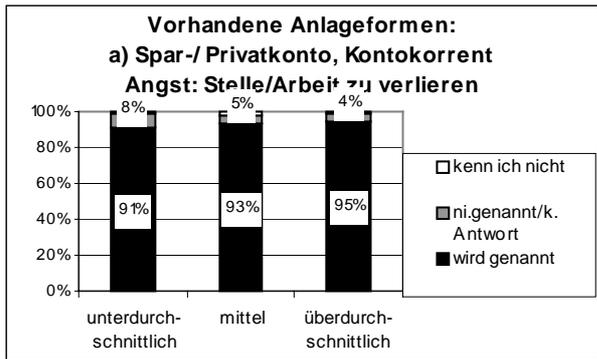
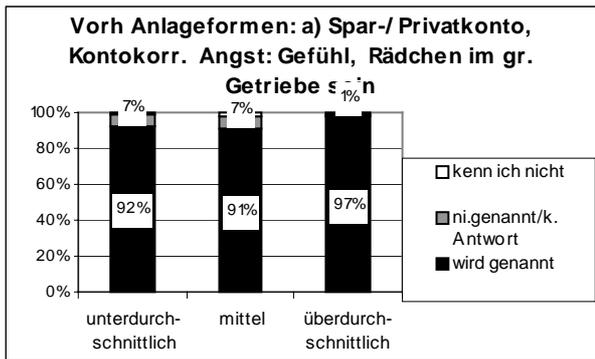
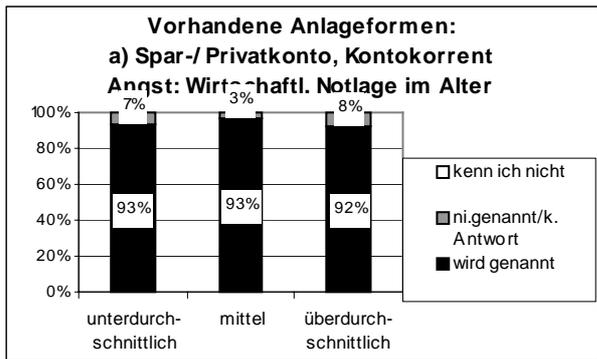
Beim **Postcheckkonto** als ebenfalls konservative Geldanlage sind demgegenüber Relationen zu erkennen: Bei vielen Ängsten besitzen insbesondere Personen mit **mittlerem Bedrohungsempfinden überproportional Postcheckkonti** (insbesondere Angst vor wirtschaftlicher Notlage im Alter, davor ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, vor dem Egoismus der Menschen und davor zu wenig Geld zum Leben zu haben). Einen eindeutigen Zusammenhang gibt es nur bei der **Globalisierungsangst** (je ängstlicher, desto **mehr Postcheckkonti**), und einen ähnlichen, aber nur stufenweisen (unterdurchschnittliches Bedrohungsempfinden weniger Postcheckkonti) entdeckt man bei der Angst vor Arbeitslosigkeit und bei den persönlichen Problemen. Ein im Gegensatz zur Globalisierung umgekehrter gestufter Zusammenhang lässt sich interessanterweise bei der Angst vor Sittenzerfall identifizieren (überdurchschnittlich Ängstliche deutlich seltener Postcheckkonti).

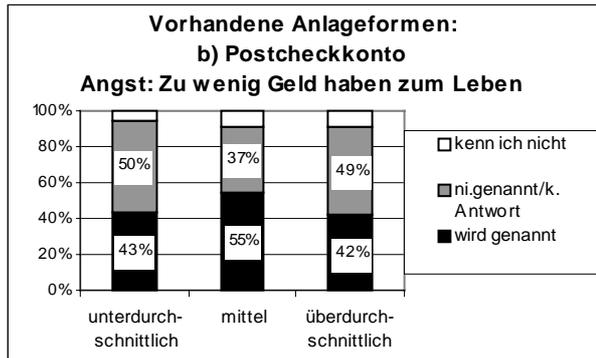
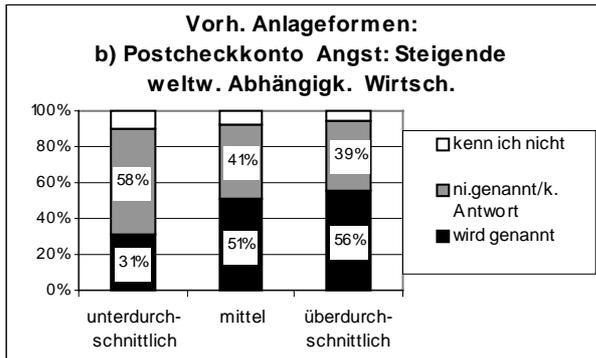
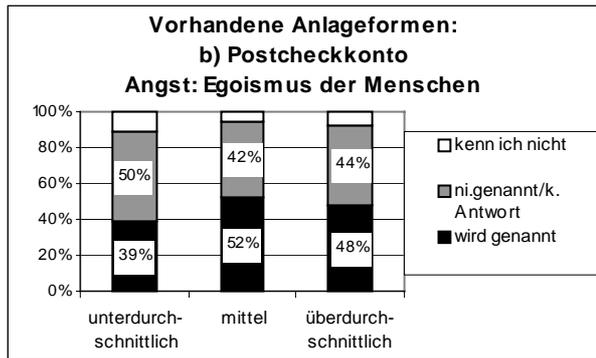
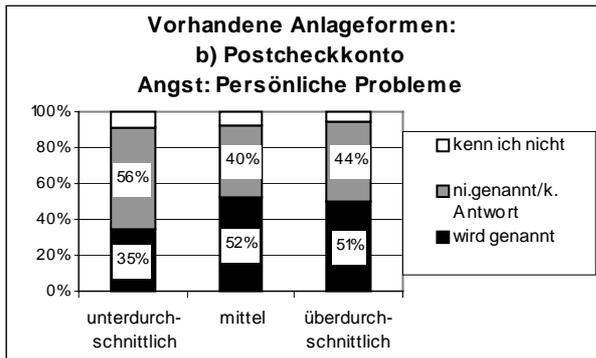
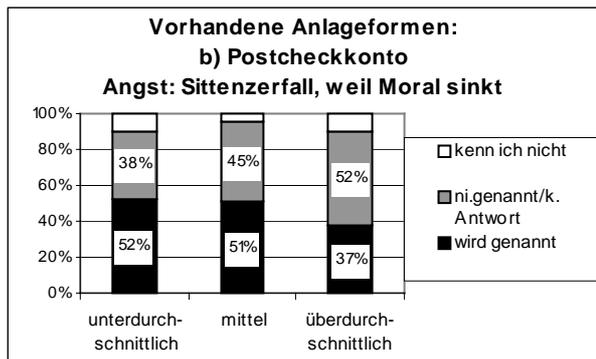
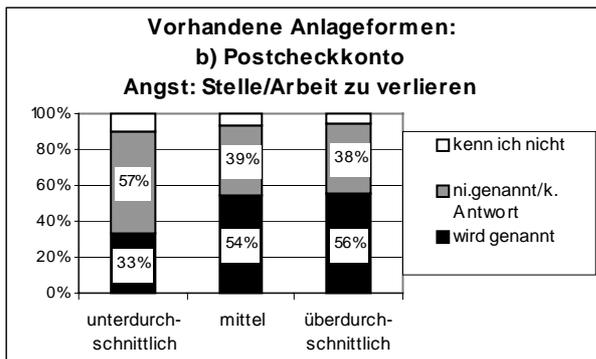
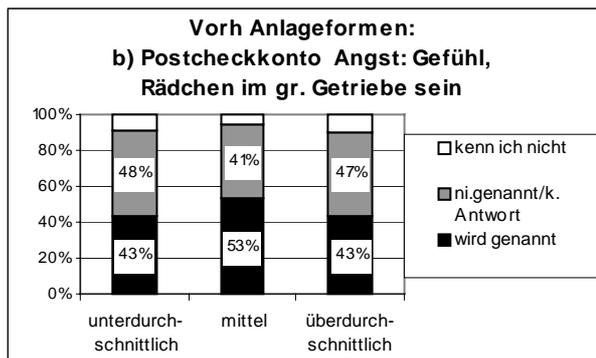
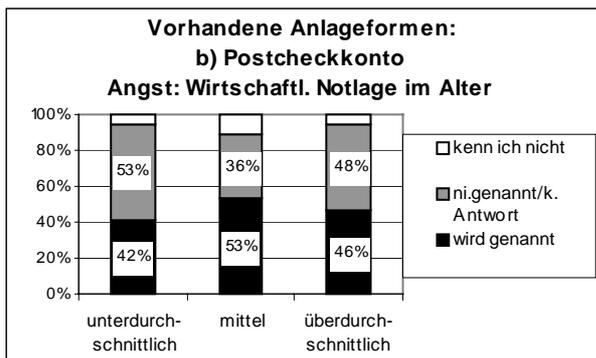
Beim Besitz von (Kassen-) **Obligationen** können nur hinsichtlich zweier Ängste Relationen identifiziert werden: Je **geringer die Angst vor Sittenzerfall**, desto eher besitzt man Kassenobligationen, und unterdurchschnittliche Globalisierungsängste korrelieren mit geringerem Obligationenbesitz (mittlere und höhere Ängste je etwa durchschnittlich).

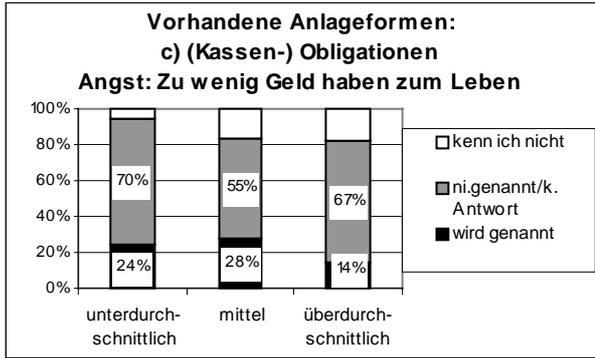
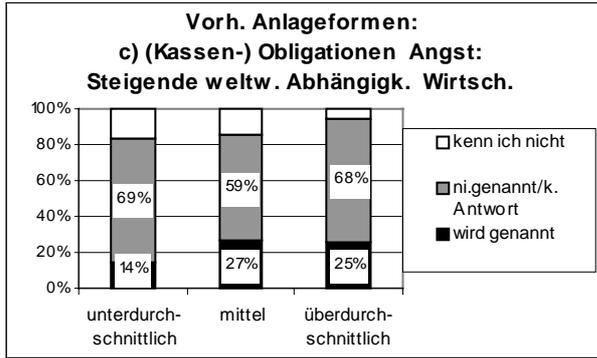
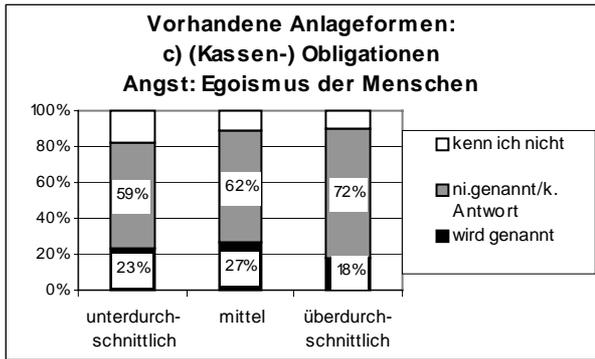
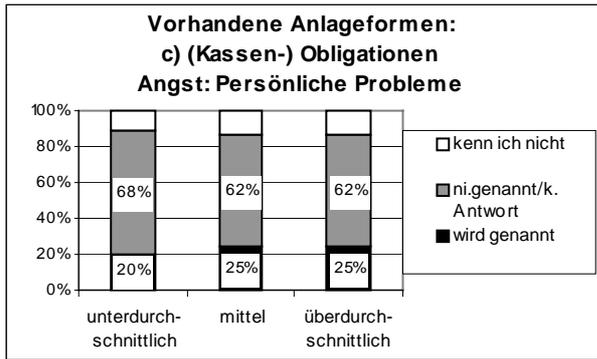
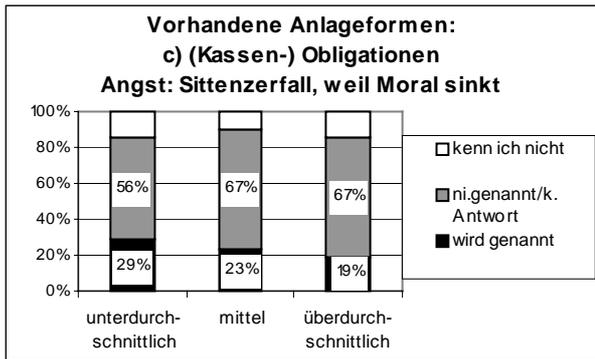
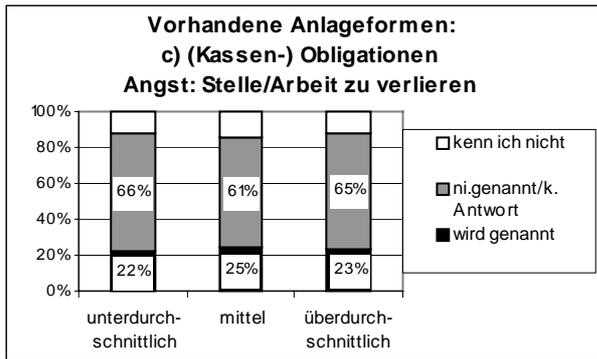
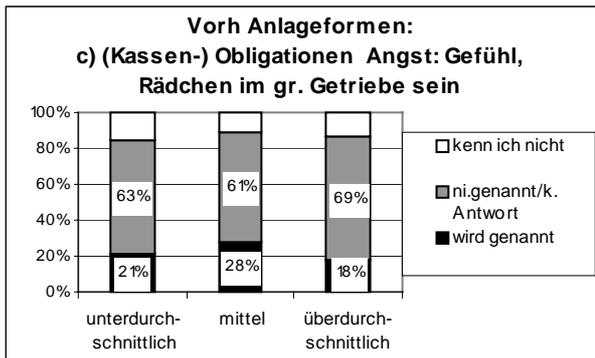
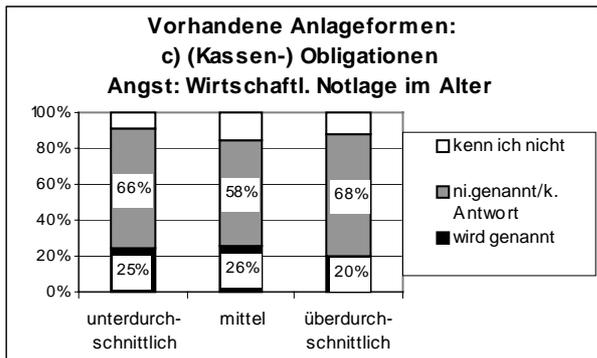
Hinsichtlich **Goldbesitz** gibt es ebenfalls verschiedene Korrelationen mit Bedrohungstypen: Personen mit mittlerem Angstniveau bezüglich wirtschaftlicher Notlage im Alter und persönlicher Probleme besitzen deutlich seltener Gold. Und Personen mit klar **unterdurchschnittlichen Ängsten vor Arbeitslosigkeit** sind etwas öfter Goldeigentümer.

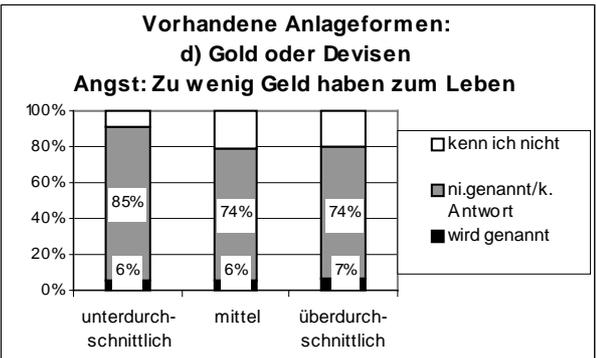
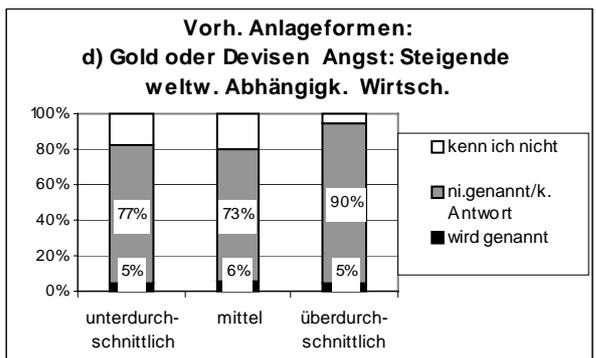
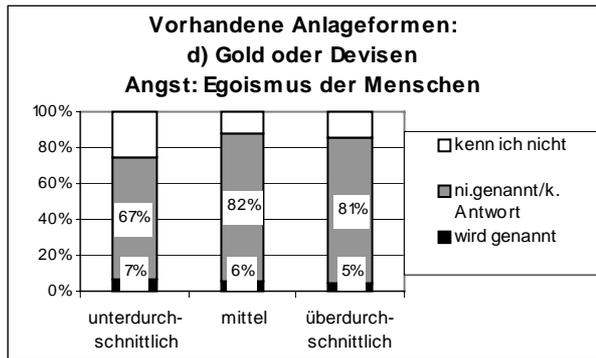
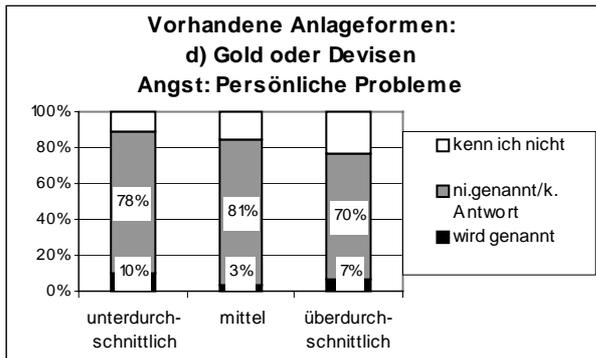
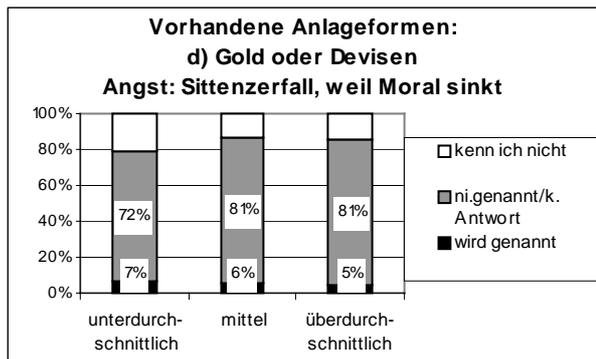
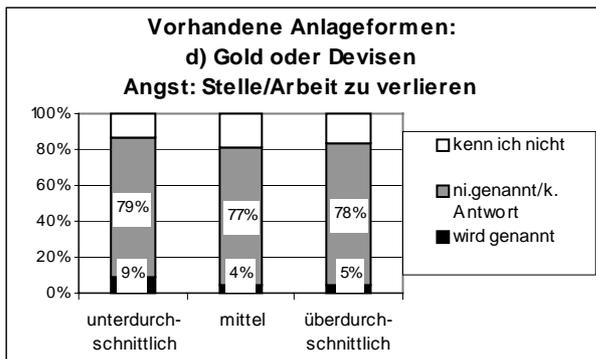
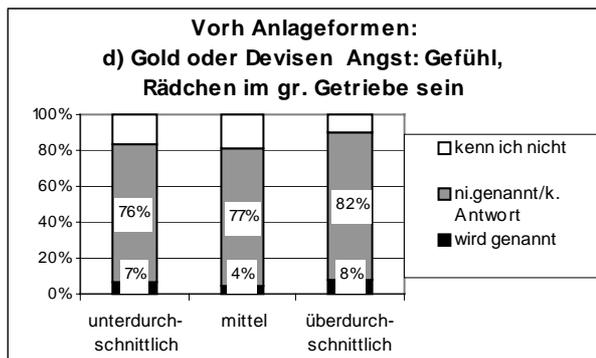
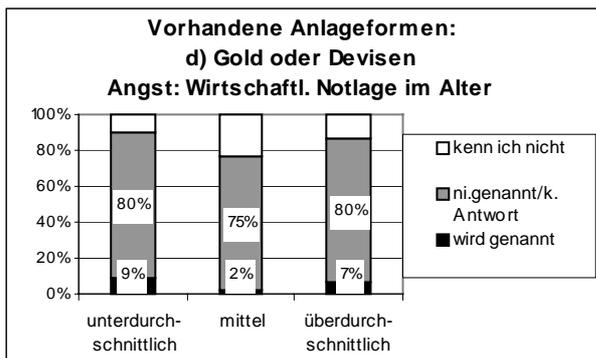
⁵ Beim Verbreitungsgrad der Anlagentypen gilt es zu beachten, dass sich die Methodik im Rahmen von UNIVOX teilweise von derjenigen anderer Untersuchungen zu Finanzinstrumenten unterscheidet: So werden – innerhalb der Beschränkung auf die wahlberechtigte Schweizer Bevölkerung – dank der Multi-Themen-Befragung breite Bevölkerungskreise angesprochen, und es findet bspw. keine Selektion von besonders finanzinteressierten Personen statt. Die fehlende Selektion hat einerseits den Vorteil der grösseren Repräsentativität, aber auch den Nachteil einer weniger fachspezifischen Befragungsorientierung mit entsprechend fehlendem Support.

⁶ Unter Berücksichtigung der Antwortverweigerungen dürften die Anteile in der Gesamtbevölkerung möglicherweise leicht tiefer liegen, doch sind auch innerhalb der untersuchten Subgruppe Antwortverweigerungen festzustellen, welche dafür zu einer Unterschätzung der Anteile in der Teilgruppe führen. Verlässlich interpretierbar sind sicherlich insbesondere die relativen Veränderungen im Zeitverlauf.









2.5 Aktien, Fonds, Optionen und Derivate

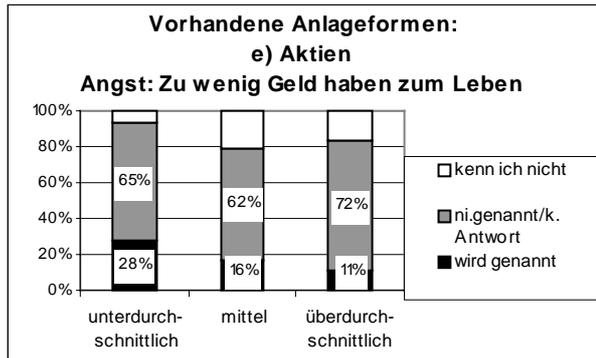
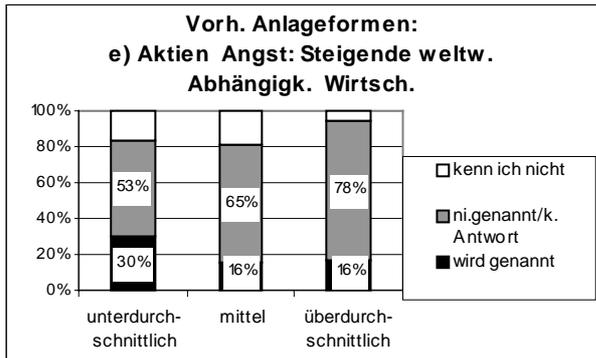
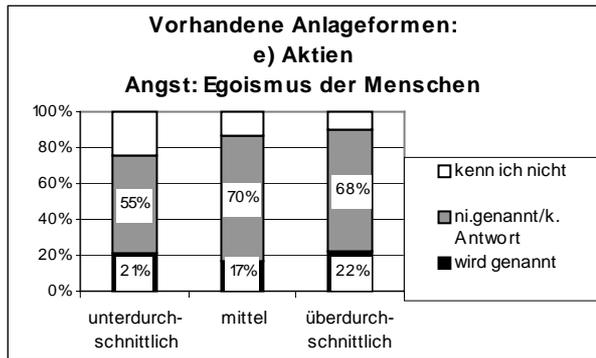
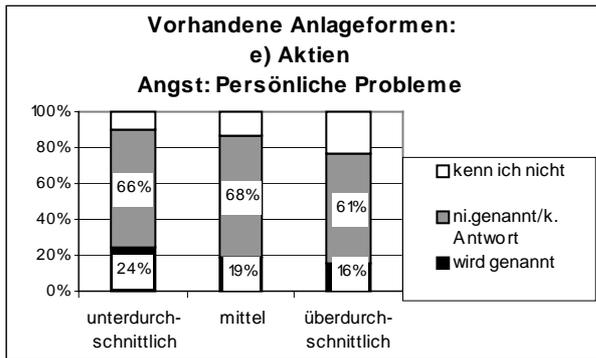
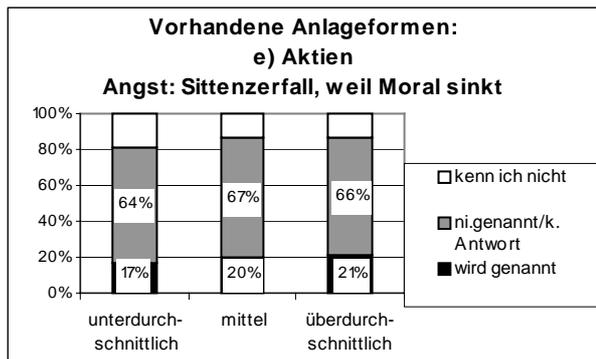
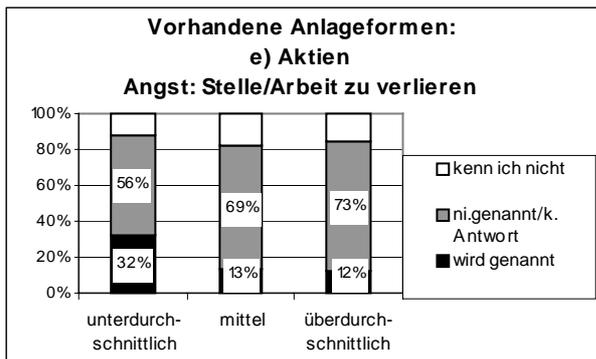
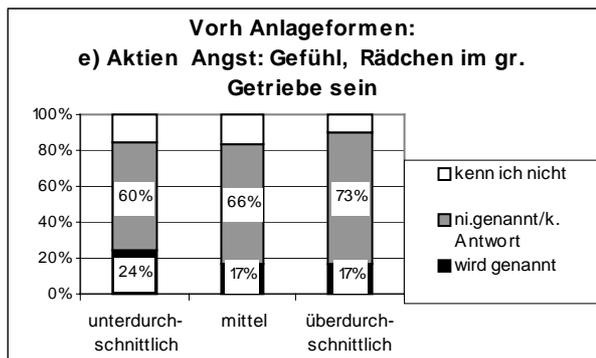
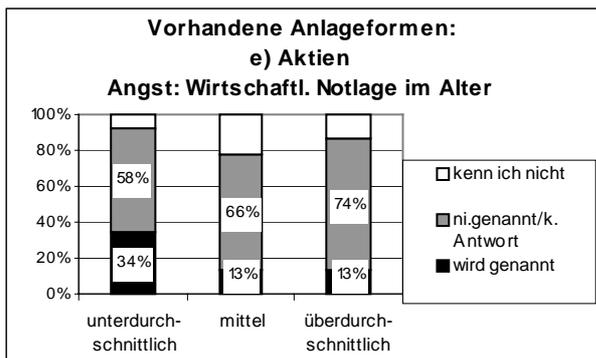
13%, leicht mehr als in den beiden Vorjahren (11%), gaben Ende 2001 an, Aktien, Optionen und Derivate mit ihren höheren durchschnittlichen Langfrist-Renditen, aber auch grösseren Kursschwankungen und Verlustrisiken, zu besitzen. 19% legten Gelder in Aktien-, Obligationen- oder Immobilien**fonds** an, welche mittels ihrer breiteren Anlagestreuung die Risiken zu vermindern versuchen. In derivativen und derivatähnlichen Anlagen (inkl. sog. „Hedge-Fonds“) engagierten sich hingegen lediglich etwa 2% (ähnlich wie in den Vorjahren).

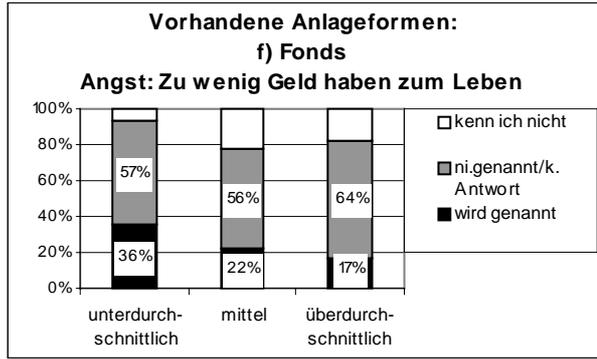
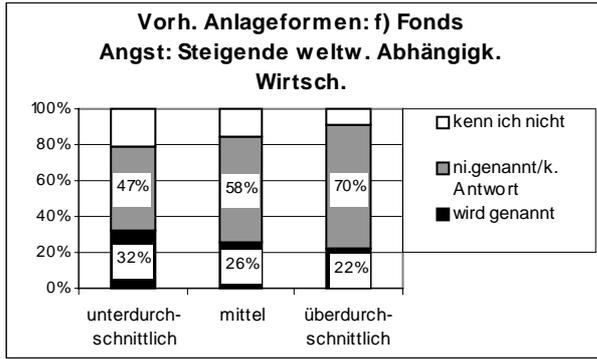
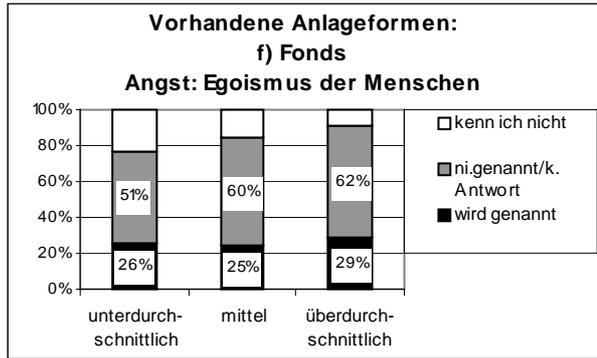
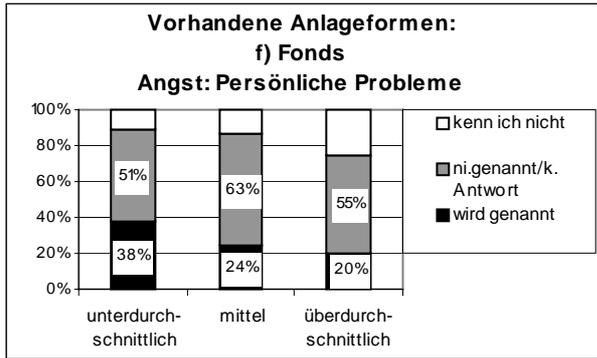
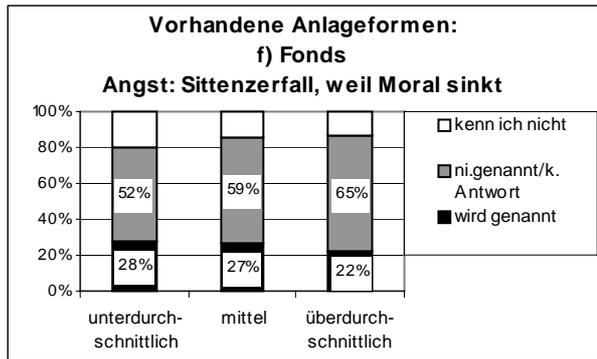
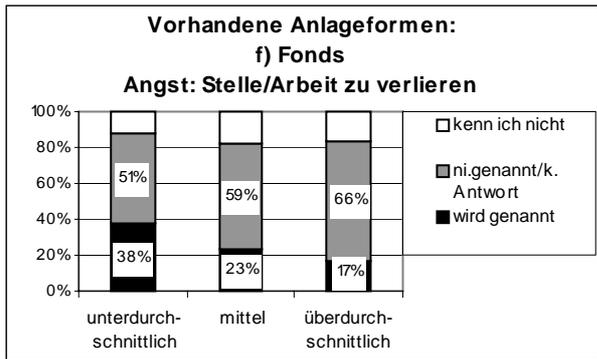
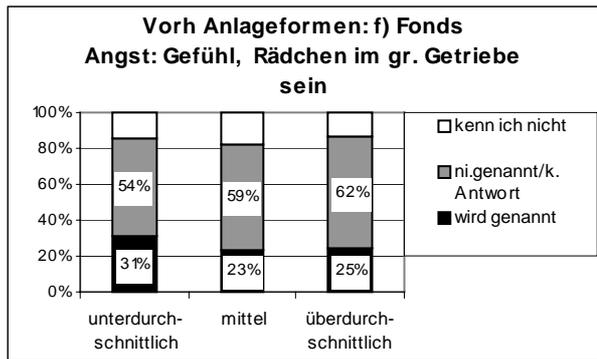
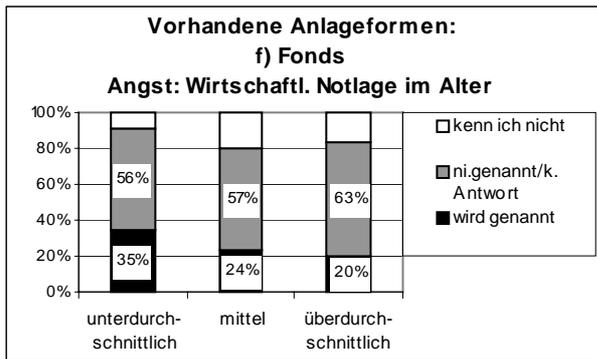
Bei den **Aktien** als klassischer "risikoorientierter" Anlage treten doch einige Zusammenhänge mit dem Bedrohungsempfinden auf, und zwar insofern, als dass Personen mit **unterdurchschnittlichem Angstempfinden überproportional Aktien** besitzen; Personen mit durchschnittlichen und überdurchschnittlichen Angstgefühlen unterscheiden sich hingegen kaum. - Diese Feststellung gilt ausgeprägt bei der Angst vor wirtschaftlicher Notlage im Alter, vor Arbeitslosigkeit, vor Globalisierung und davor, zu wenig Geld zum Leben zu haben; etwas weniger ausgeprägt für das Gefühl, ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein und für die Angst vor persönlichen Problemen. Kaum Zusammenhänge treten bei den Bedrohungen hinsichtlich Sittenzerfall und dem Egoismus der Menschen auf.

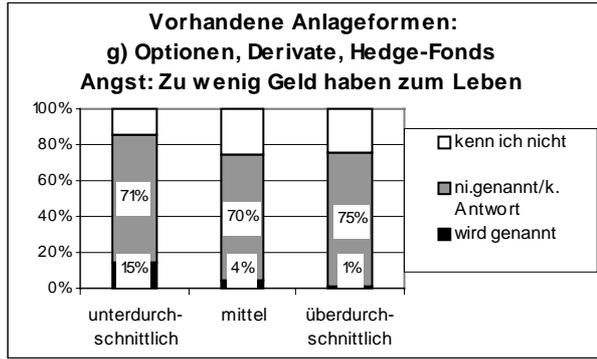
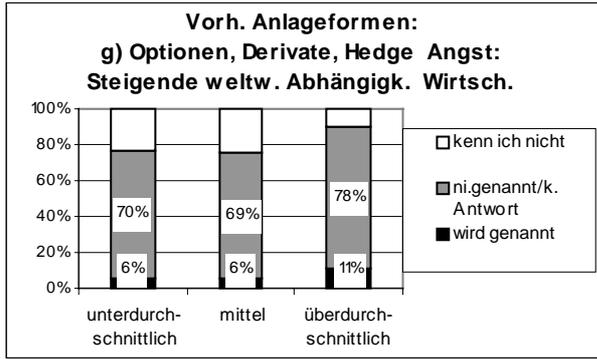
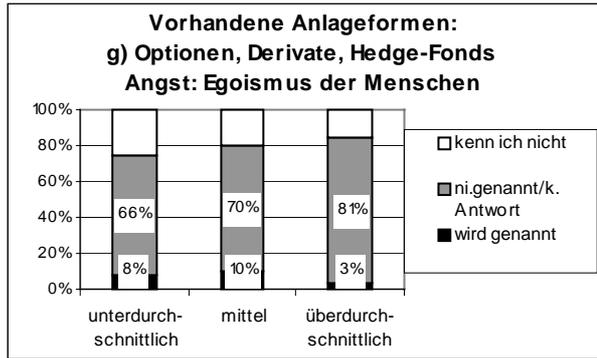
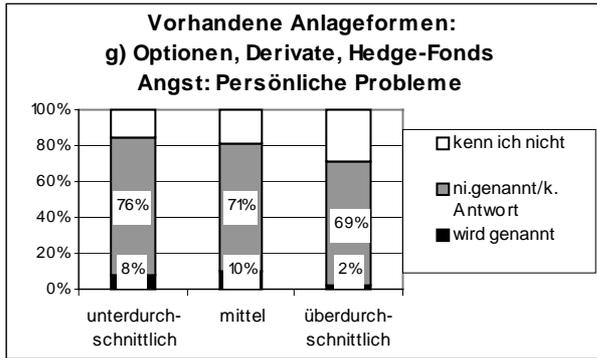
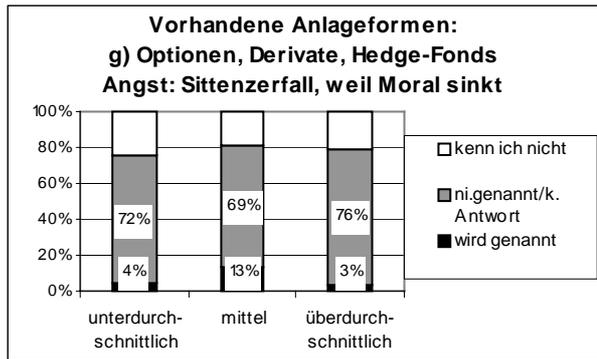
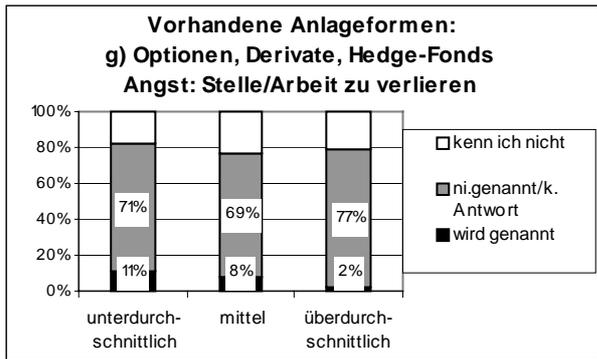
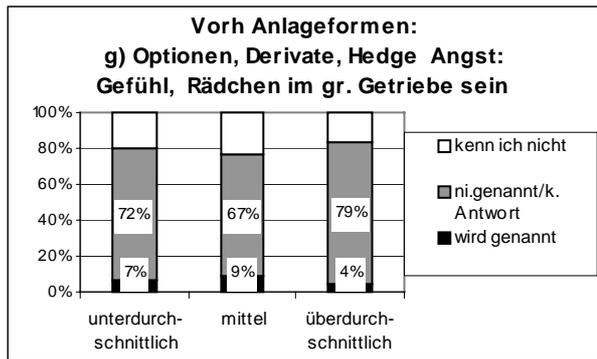
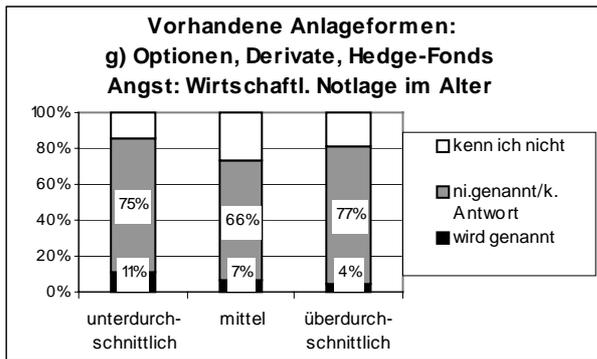
Für **Aktiefonds** gelten fast die selben Feststellungen wie für die Aktien (obwohl Fonds aufgrund ihrer Diversifikation weniger risikoreich sind); bezüglich der Angst vor persönlichen Problemen sind die Zusammenhänge etwas ausgeprägter.

Optionen/ Derivate/ Hedge-Fonds u.ä. und das Bedrohungsgefühl der Bevölkerung haben recht uneinheitliche Korrelationen: Ein "klassischer" Zusammenhang im Sinne einer grösseren Verbreitung, je **geringer** die Ängste sind, zeigt sich bei der **Angst, zu wenig Geld zum Leben zu haben**, sowie bei derjenigen vor **wirtschaftlicher Notlage im Alter**. Eher "gestufte" Zusammenhänge in dem Sinne, dass überdurchschnittlich Ängstliche weniger solche Anlagen besitzen, zwischen durchschnittlich und unterdurchschnittlich Ängstlichen hingegen kaum Unterschiede zu finden sind, findet man bei den Ängsten vor Arbeitslosigkeit, vor persönlichen Problemen und vor dem Egoismus der Menschen. Ein genau **umgekehrter Zusammenhang** zeigt sich hinsichtlich der **Globalisierungsangst** (Angst vor weltweiter Abhängigkeit der Wirtschaft): Ängstlichere besitzen mehr derartige Anlagen, mittel- und unterdurchschnittlich Ängstliche jeweils eher weniger. Bei den beiden Ängsten vor Sittenzerfall und nur ein Rädchen im Getriebe zu sein nennen jeweils Personen mit mittlerem Bedrohungsgrad überproportional solche Geldanlagen ihr Eigen.

Risiko-orientierte Anlagen korrelieren also insbesondere mit Ängsten rund um die private wirtschaftliche Situation, und bestätigt somit den zu erwartenden Zusammenhang klar.







2.6 *Versicherungssparen*

Die sich einer grossen Tradition erfreuenden sogenannten „**Einmaleinlagen**“ bei Lebensversicherungen gaben 12% als Anlageform an, und das (in Tranchen erfolgende) **Prämiensparen** bei Lebensversicherungen wird gar von 17% als Anlageform genannt.

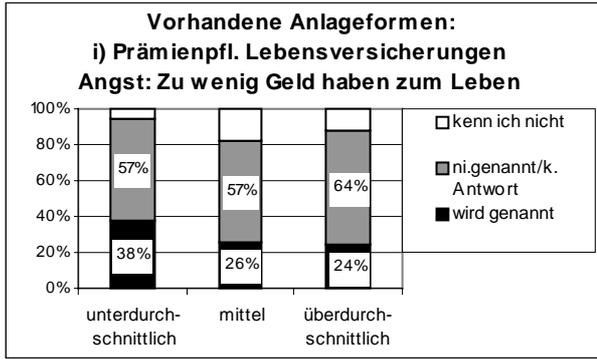
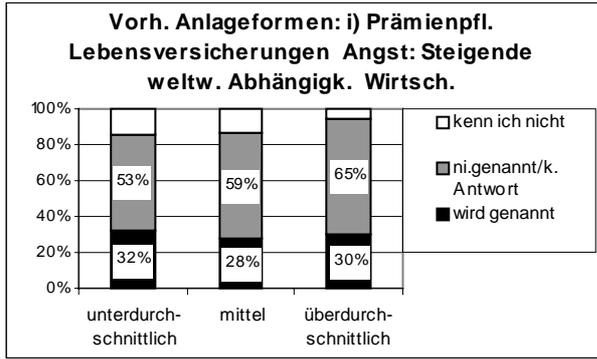
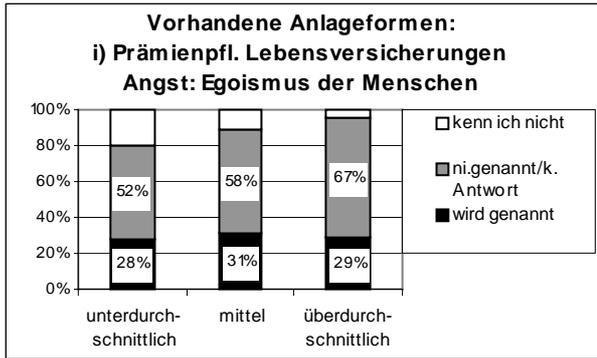
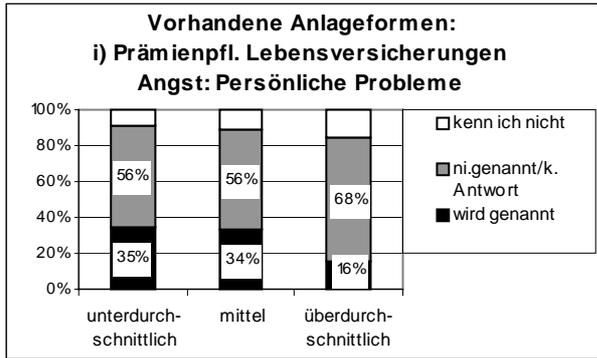
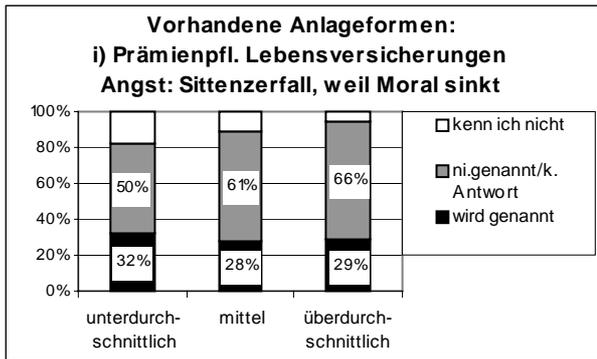
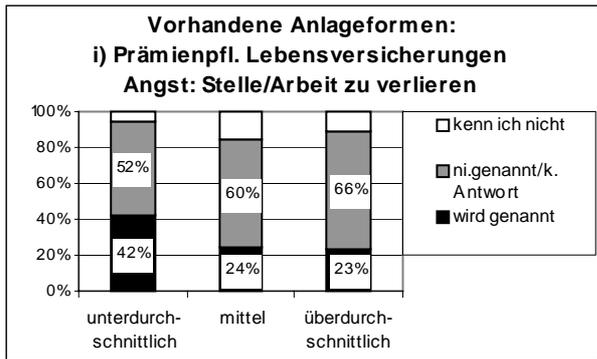
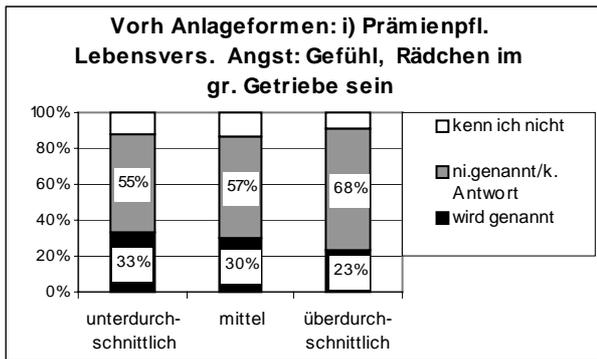
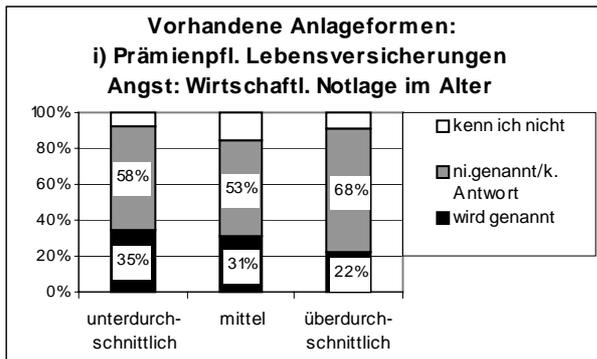
Die Verbreitung **prämienpflichtiger Lebensversicherungen** ist bei Personen mit **unterdurchschnittlichen Ängsten** bezüglich **Arbeitslosigkeit und zu wenig Geld haben** zum Leben bedeutend grösser. Ebenfalls überproportionale Verbreitung findet sich unter Personen, welche bei den folgende Ängsten unterdurchschnittliche oder auch durchschnittliche Ängste aufweisen: Wirtschaftliche Notlage im Alter, Gefühl, ein Rädchen im Getriebe zu sein und persönliche Probleme. Bei den übrigen drei analysierten Bedrohungstypen zeigen sich keine signifikanten Unterschiede. - Die Zusammenhänge bei den "Einmaleinlagen" präsentieren sich ähnlich, sind aber bezüglich der geringen Fallzahl statistisch weniger signifikant.

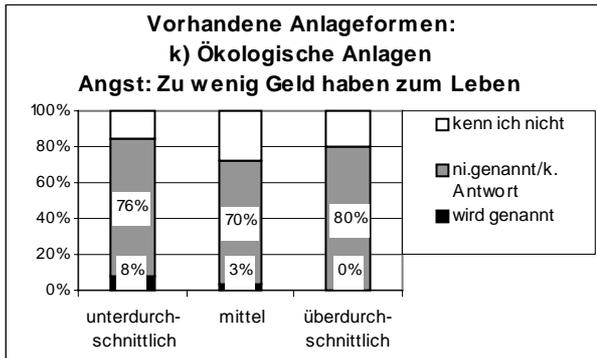
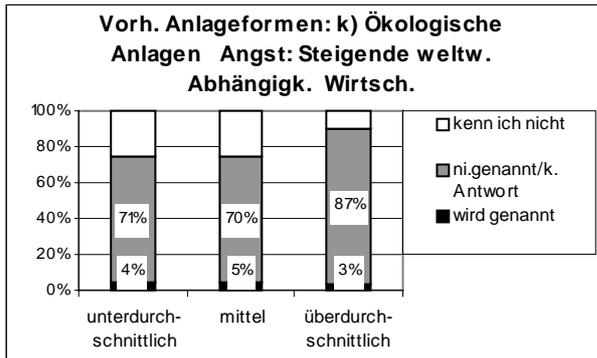
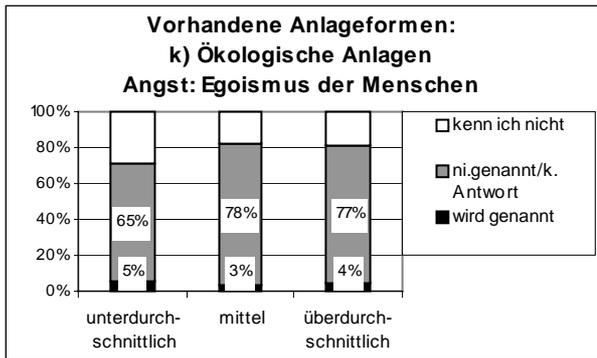
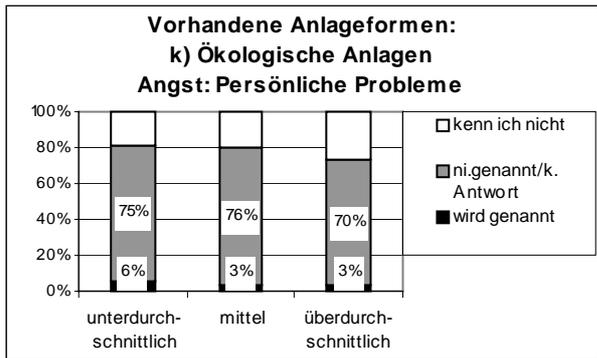
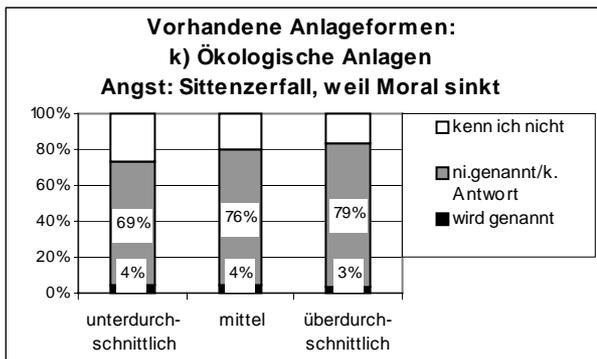
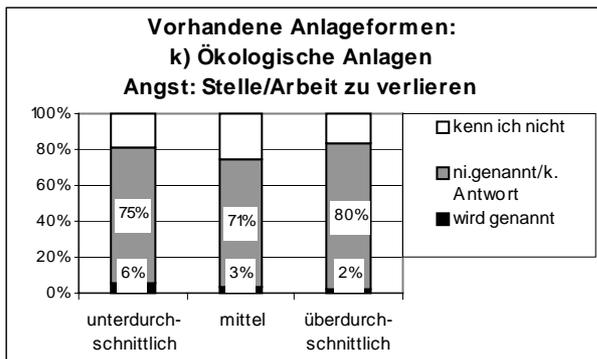
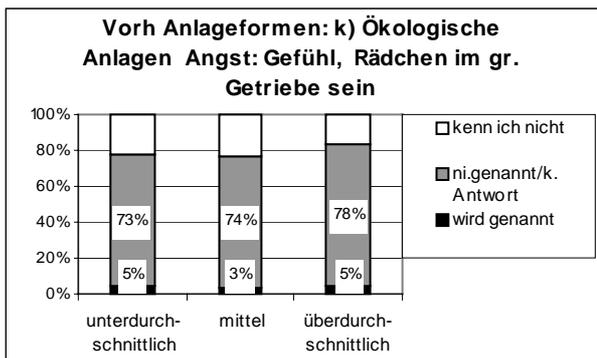
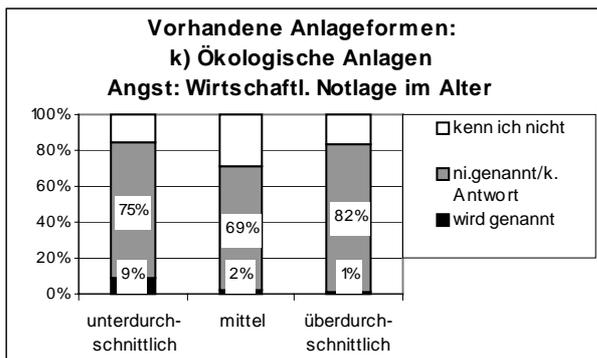
2.7 *Weitere Anlageformen*

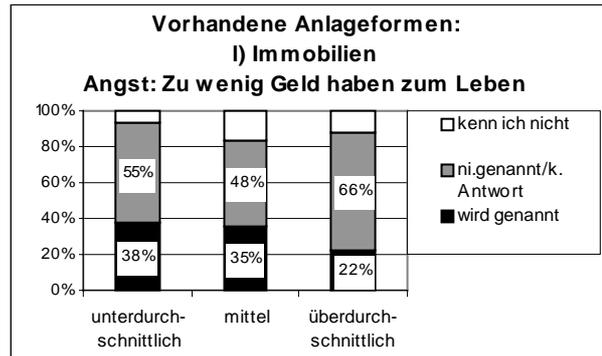
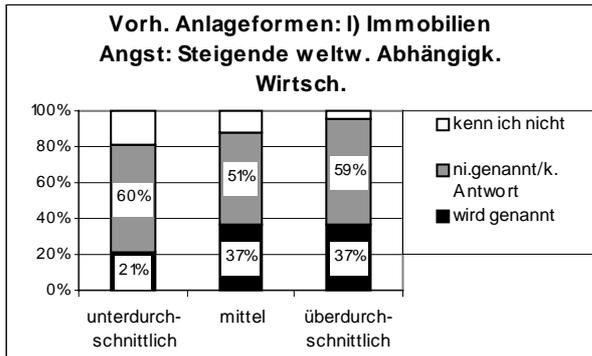
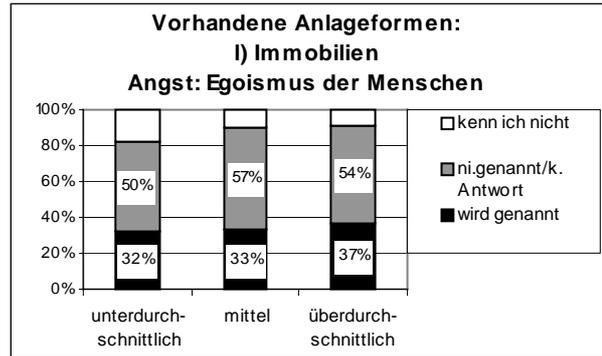
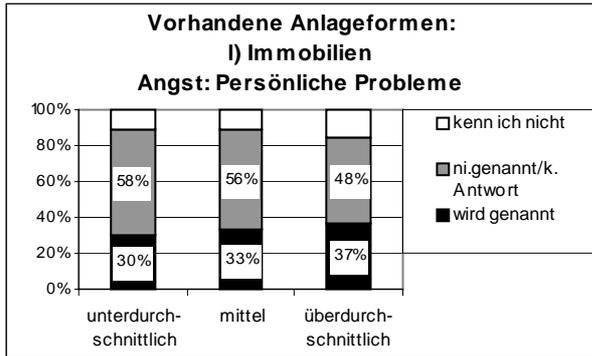
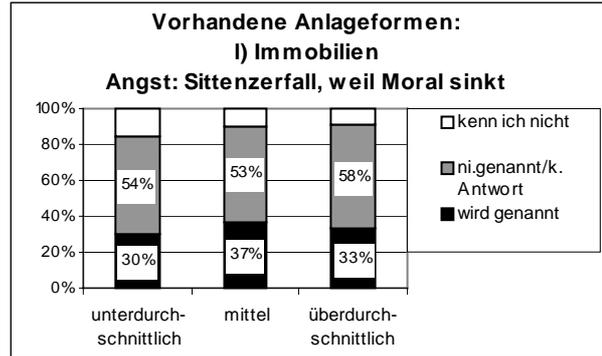
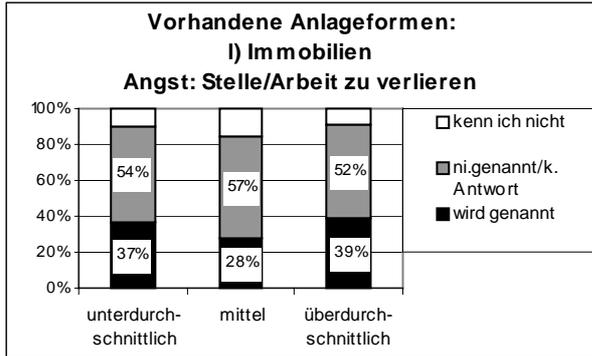
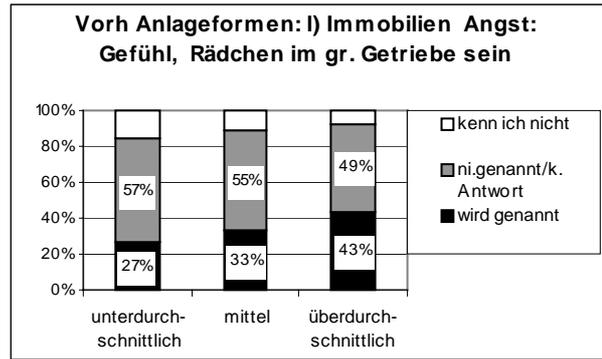
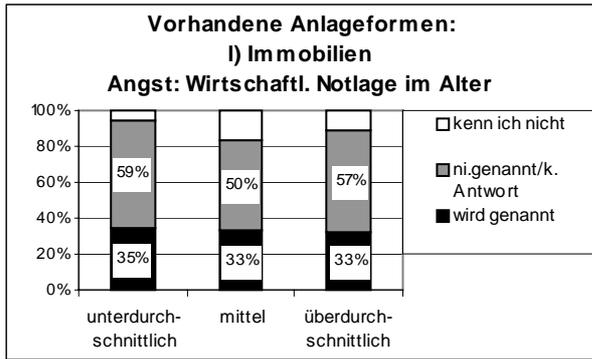
Immer noch eine unvermindert kleine Anhängerschaft (etwa 2%) besitzen **Anlagen mit ökologischer Ausrichtung** (sowohl Sparkonten als auch Aktien, Darlehen oder Fonds). Eine bedeutend grössere Verbreitung besitzt die - neben Aktienanlagen - zweite Realwertkategorie, der **Immobilienbesitz** (knapp über 20%).

Ökologische Anlagen sind unter Personen mit **unterdurchschnittlichen Ängsten** hinsichtlich **wirtschaftlicher Notlage im Alter, Arbeitslosigkeit, persönlicher Probleme** und **zu wenig Geld** haben zum Leben verbreiteter. Bei den anderen untersuchten Ängsten treten keine signifikanten Unterschiede auf. Wer also insbesondere mit wirtschaftlichen Ängsten konfrontiert ist, hat andere Prioritäten als die ethische Ausrichtung seiner Geldanlagen

Je grösser die Ängste hinsichtlich des Gefühls, nur ein **Rädchen im Getriebe** zu sein und hinsichtlich **persönlicher Probleme**, desto grösser ist der Anteil an **Immobilienbesitzern**; Immobilienbesitz geht demnach einher mit gewissen Sicherheitsbedürfnissen. Ferner besitzen Personen mit schwächeren Globalisierungsängsten sowie solche mit stärkeren Ängsten zu wenig Geld zum Leben zu haben eher selten Immobilien. Personen mit mittlerer Arbeitslosigkeitsangst sind ebenfalls eher seltener Eigentümer. Bei den übrigen zwei Ängsten zeigen sich keine klaren Zusammenhänge.







III Bezugsorte von Gütern und Dienstleistungen

3.1 Wo kaufen die Haushalte welche Produkte ein?

Als nächste Thematik untersucht wurden die Quellen, **wo** die Schweizer(innen) ihre **Einkäufe in erster Linie tätigen**. Die konkrete Fragestellung lautete: *"Welche Produkte kaufen Sie am ehesten in ..., und welche bei ...?"* (Produkte und Quellen/Einkaufsorte kartengestützt vorgegeben).

Generell zeigen die Ergebnisse sehr hohe Anteile der beiden führenden Grossverteiler im **Food-Bereich**. Der Vorsprung der Migros gegenüber COOP ist bei dieser Art der Fragestellung deutlich grösser als die Differenz beim Umsatz: Rund 55% geben hier die Migros als erste Quelle an, und nur halb so viele COOP.⁷ Der Anteil der Quartier- und Fachgeschäfte liegt bei 10%. Der Anteil der anderen Anbieter (z.B. gewisse Discounter) ist noch geringer, weshalb hier auch keine detaillierten statistisch signifikanten Auswertungen möglich sind.

Inwiefern weisen nun die Kunden der verschiedenen Anbieter im Food-Bereich Unterschiede bei ihrem Bedrohungsempfinden auf?⁸

Die **Dorf- und Quartierläden sowie Fachgeschäfte**⁹ haben in der Grundtendenz ein weniger ängstliches Kundensegment: Dies gilt vorab für die Ängste hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter, nur ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, Arbeitslosigkeit und zu wenig Geld haben zum Leben. Die entsprechende Klientel weist hingegen überdurchschnittliche Globalisierungsängste (Angst vor weltweit steigender Abhängigkeit der Wirtschaft) auf, und kongruent zu dieser Angst kauft sie entsprechend eher lokal in den kleinräumigen Strukturen ein.

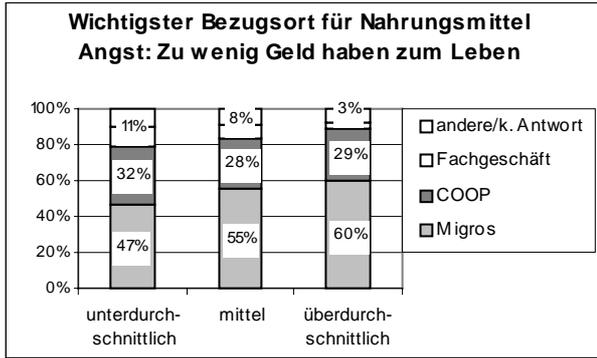
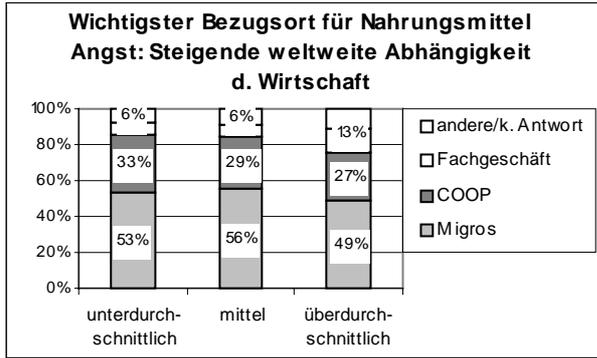
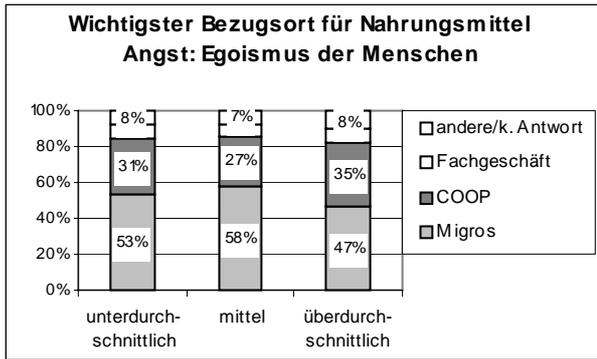
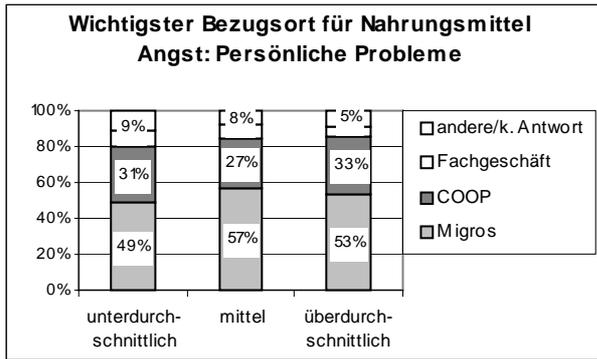
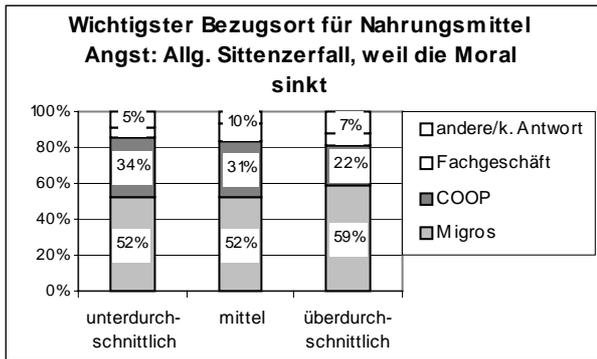
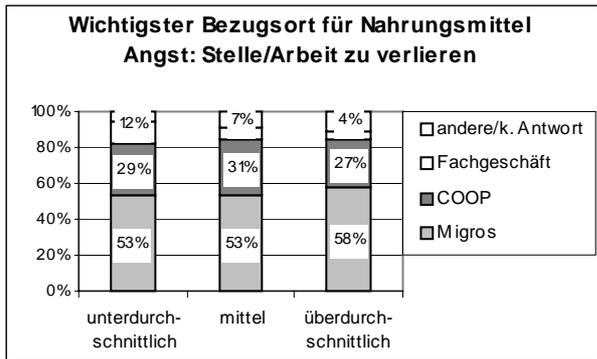
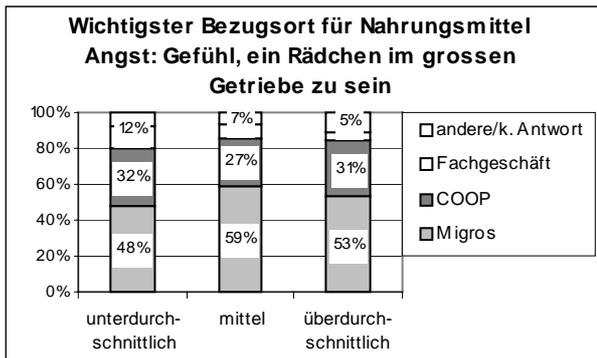
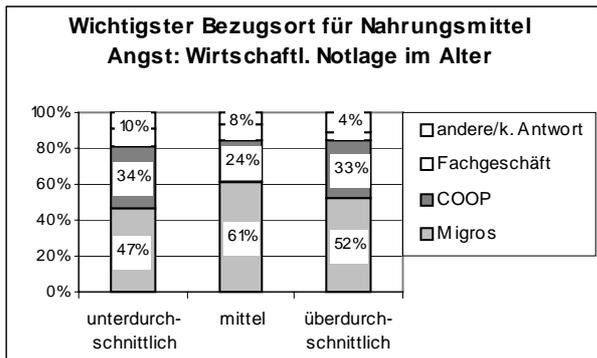
COOP-Kunden sind insbesondere bei Personen mit mittleren Ängsten tendenziell leicht untervertreten. Auffallend ist zudem die grössere Verbreitung von COOP-Kunden bei Personen, die nur geringe Ängste hinsichtlich Sittenzerfall und Moral aufweisen. Leicht überproportional vertreten sind auch noch Personen, die überdurchschnittliche Angst vor dem Egoismus der Menschen haben.

Die **Migros**-Kundschaft ist insbesondere bei der Angst, zu wenig Geld haben zum Leben, überproportional vertreten. Überproportionale Ängste weisen Migros-Kunden zudem noch hinsichtlich Arbeitslosigkeit und Sittenzerfall auf (bei letzterem als Kontrapunkt zu den COOP-Kunden).

⁷ Beim Inlandumsatz im Food-Bereich liegen die Proportionen bei rund 4 (COOP) zu 5 (Migros).

⁸ Es sei darauf hingewiesen, dass es sich ausnahmslos um stimmberechtigte Schweizer handelt, die hier befragt wurden; Unterschiede bei der Verteilung der Kundenstruktur hinsichtlich Nationalität sind entsprechend nicht in den Ergebnissen enthalten, würden die Unterschiede aber eher noch akzentuieren.

⁹ Aus Gründen der statistischen Signifikanz in unseren Auswertungen zusammen gefasst.



Fragestellung: "Welche Produkte kaufen Sie am ehesten in" Produkt: "Lebensmittel" (Kartengestützte Frage)

3.2 Hauptbank

Vergleicht man die Marktanteile der Bankinstitute und Banken-Verbünde, so weisen die Kantonalbanken deutlich die höchste Kundenzahl auf, gefolgt von der UBS. Es folgen dann mit ähnlichen Kundenzahlen die Credit Suisse und der Verbund der Raiffeisenbanken. Die Kundenzahl der Post Finance ist nochmals deutlich tiefer. Die Marktanteile aller übrigen Institute ist demgegenüber relativ gering.

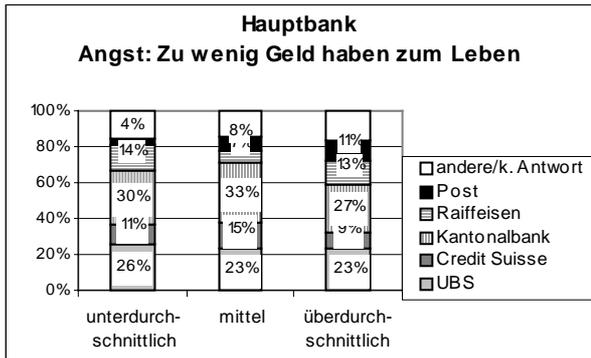
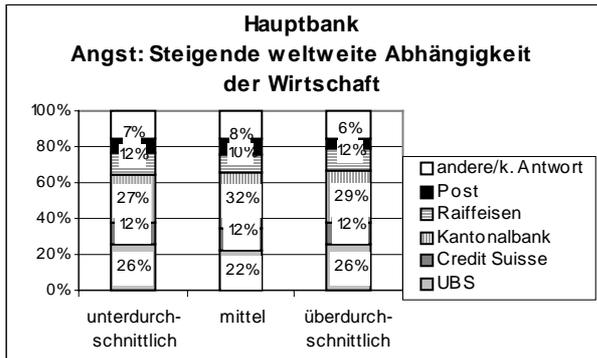
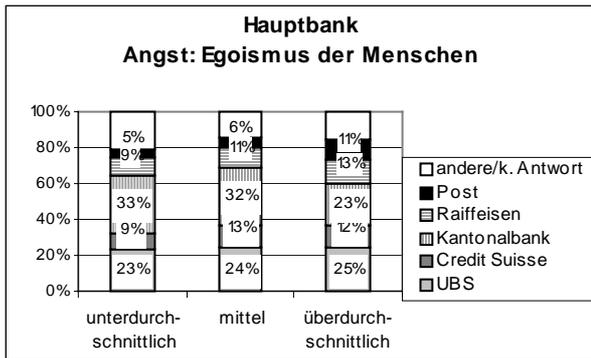
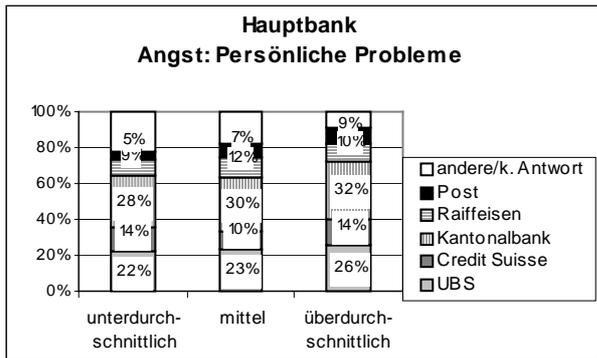
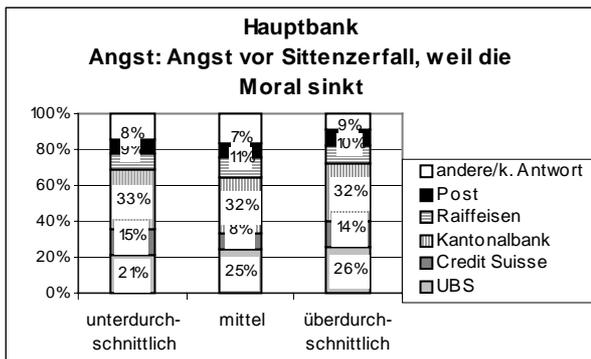
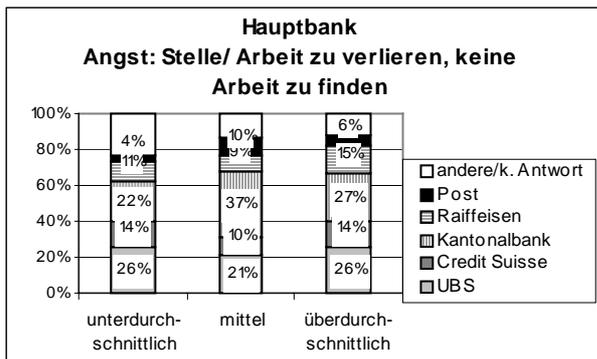
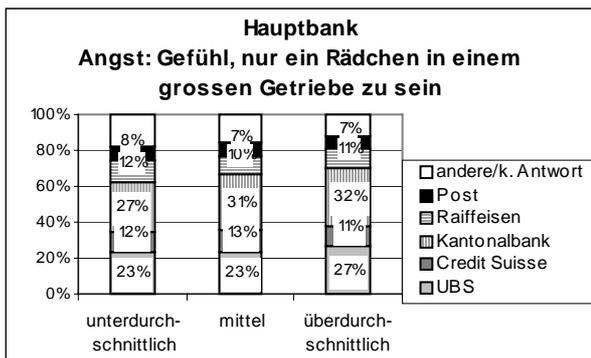
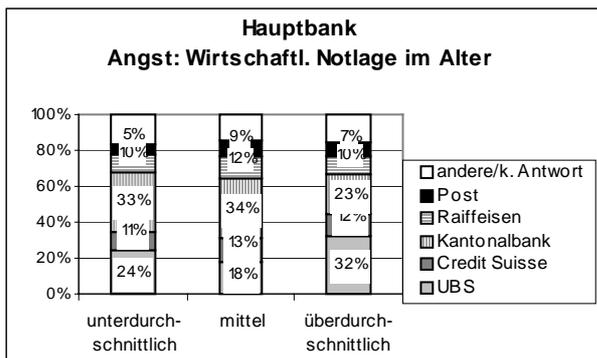
Kantonalbanken-Kunden weisen eher seltener grössere Ängste bezüglich wirtschaftlicher Notlage im Alter und dem Egoismus der Menschen auf. Übervertreten sind sie bei Personen mit mittleren Ängsten hinsichtlich Arbeitslosigkeit.

Personen, welche die **UBS** als Hauptbank angeben, sind übervertreten unter den Personen mit grösseren Ängsten hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter.

Credit-Suisse-Kunden sind hinsichtlich Ängsten nicht eindeutig einzuordnen: Bei vielen Bedrohungs-Typen sind sie bei Personen mit unter- wie überproportionalen Ängsten gleich häufig vertreten. Sie sind im Vergleich zur anderen Grossbank, UBS, insbesondere seltener anzutreffen bei Personen mit grösseren Ängsten zu wenig Geld haben zum Leben.

Kunden der **Raiffeisenbanken** sind insbesondere etwas öfter vertreten unter denjenigen, die grössere Ängste hinsichtlich Egoismus der Menschen haben. Und man trifft sie überdurchschnittlich unter denjenigen Personen an, die grössere Ängste vor Arbeitslosigkeit haben.

Personen, welche die **Post-Finance** als Hauptbank angeben, finden sich eher unter den Befragten mit grösseren Ängsten hinsichtlich persönlichen Problemen, Egoismus der Menschen und zu wenig Geld haben zum Leben.



IV Wie präsentiert und ändert sich das Konsumverhalten der Haushalte?

Im folgenden beschäftigen wir uns mit den Zusammenhängen zwischen dem Konsumverhalten der Haushalte und den Ängsten.

4.1 Ausgangslage

Beim beabsichtigten Konsumverhalten der Haushalte wurden die im Vergleich zum vergangenen Jahr erwarteten Änderungen des Konsums bezüglich verschiedener Güter untersucht. Die Fragestellung lautete konkret: *"In welchen Bereichen gedenken Sie für die nächsten 12 Monate - im Vergleich mit den letzten 12 Monaten - Ihre Ausgaben eher abzubauen, wo stabil zu halten und wo auszubauen?"*.

Bereits zuvor wurde festgestellt, dass lediglich die Hälfte der Personen angibt, im vergangenen Jahr etwas Geld zurückgelegt zu haben. 45% gaben an, alle Geldmittel (im Sinne laufender Einnahmen) für den Lebensunterhalt und den darüber hinausgehenden Konsum gebraucht zu haben. Die finanzielle Lage der Haushalte wird zudem nach Ansicht von fast drei Vierteln der Befragten gleichbleiben. Der Anteil derjenigen Personen, die ihre Ersparnisse in den nächsten 12 Monaten eher auszubauen gedenken, liegt mit 20% höher als derjenige, der die Ersparnisse eher abzubauen gedenkt (8%); trotz anziehender Konsumstimmung wird der Ersparnisbildung (durch die nunmehr wieder leicht steigenden Einkommen) nach wie vor eine wichtige Rolle zugewiesen. Ein Grossteil wird die Ersparnisse aber gemäss eigener Einschätzung stabil halten.

4.2 *Wo künftig mehr sparen, wo eher ausbauen?*

Die 13 untersuchten Konsumbereiche werden im Folgenden in vier Hauptgruppen gegliedert: Langfristige Investitionsgüter, Unterhaltungselektronik und Informatik, Freizeit und Bildung sowie Alltags-Gebrauchsgüter.

4.2.1 *Langfristige Investitionsgüter*

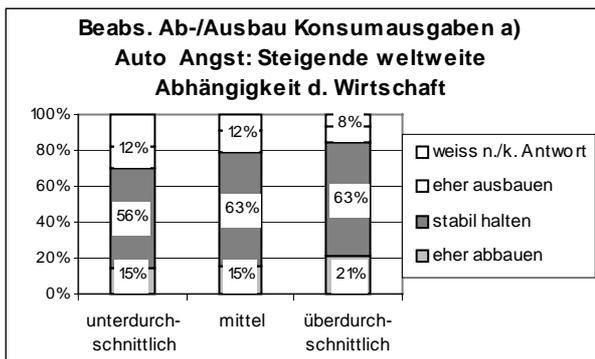
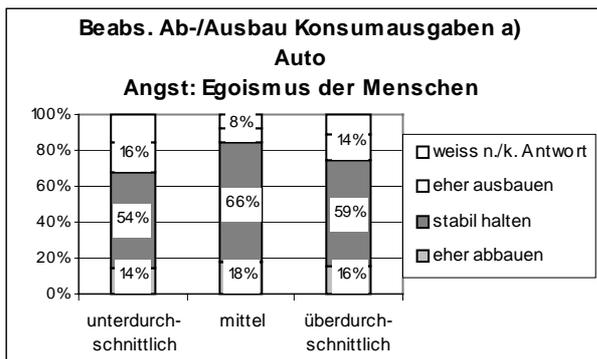
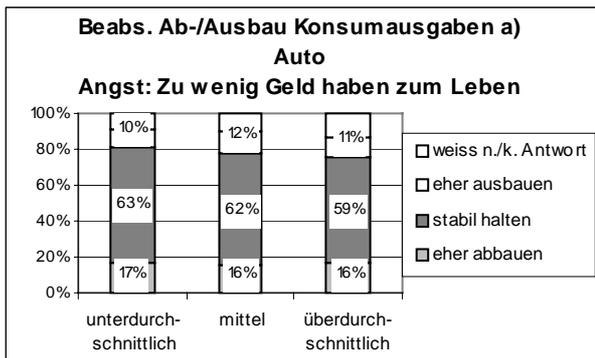
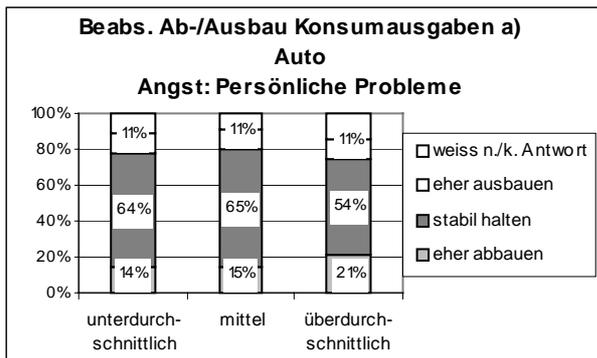
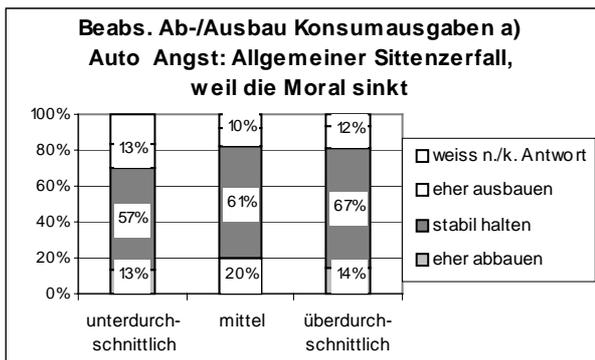
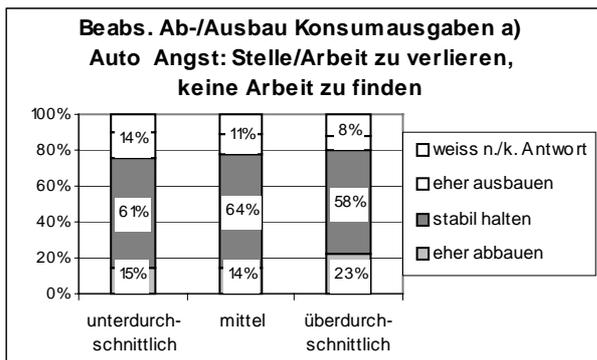
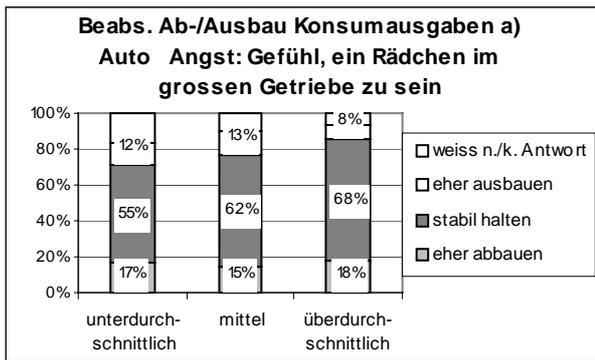
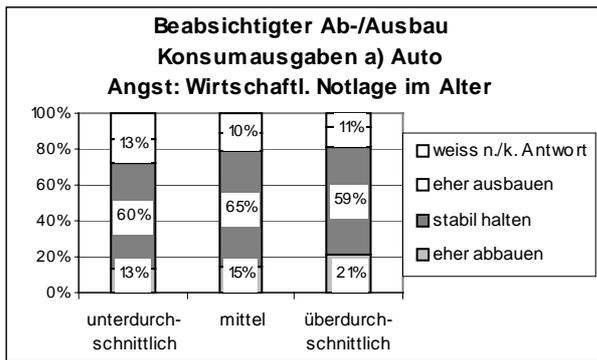
Bei den langfristigen Investitionsgütern, zu denen etwa Käufe (oder allenfalls Leasing) von Automobilen, von Möbeln oder auch von Haushaltsgeräten gehören, möchten mehr Personen ihre Ausgaben ab- als ausbauen.

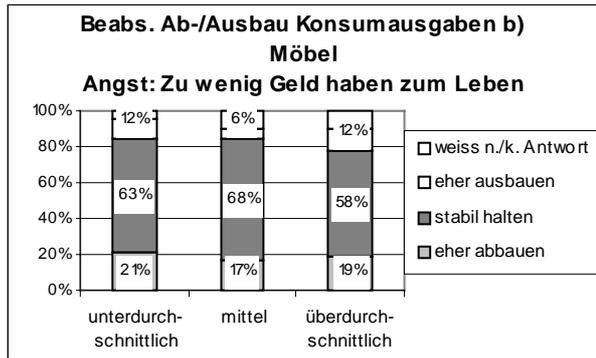
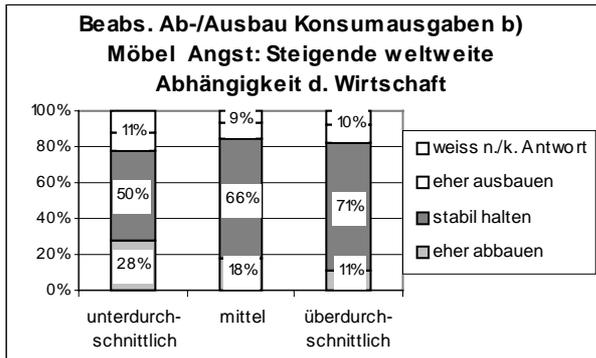
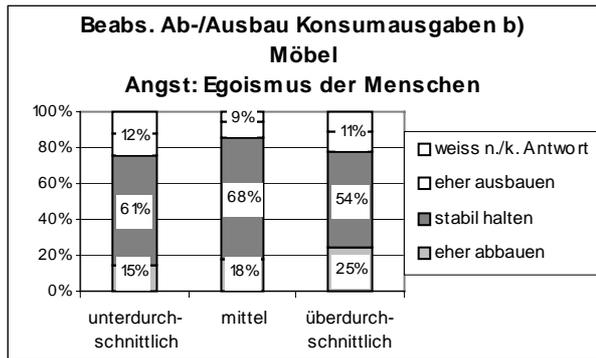
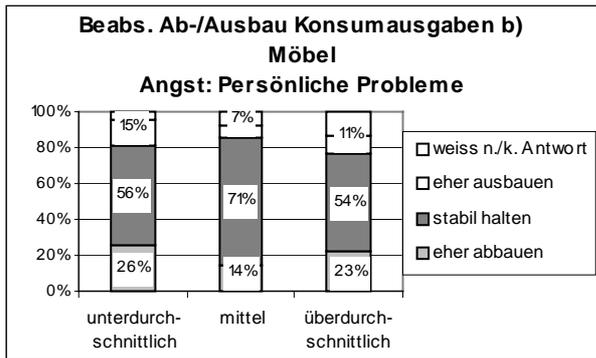
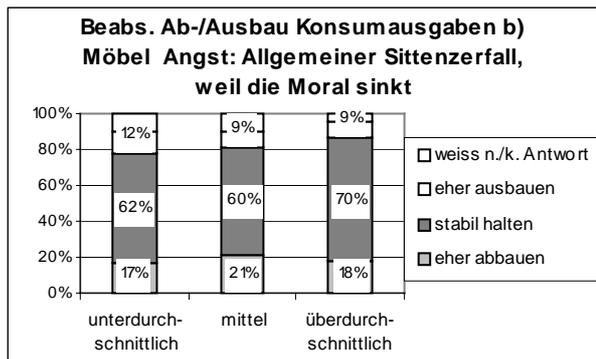
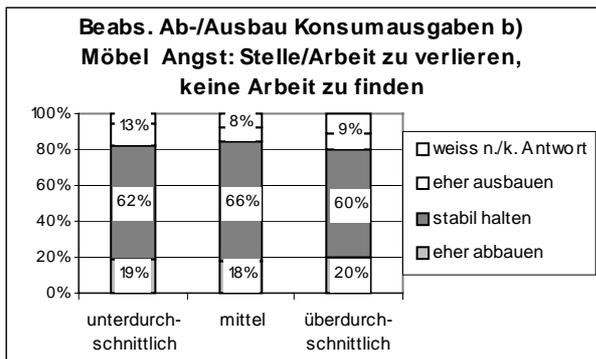
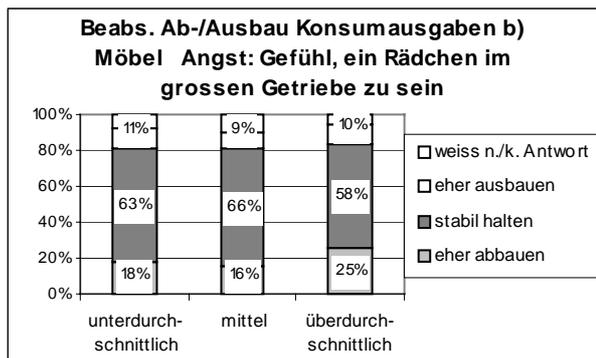
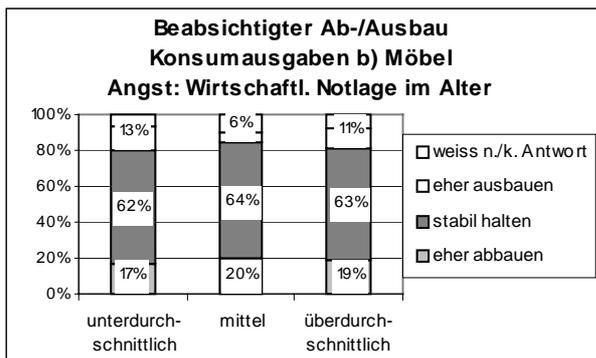
Ihre **Auto-Ausgaben** abbauen möchten insbesondere Personen mit grösseren Ängsten hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter, Arbeitslosigkeit, persönlicher Probleme und Globalisierungsangst (steigende weltweite Abhängigkeit der Wirtschaft). Überdurchschnittlich oft ausbauen möchten ihre diesbezüglichen Ausgaben insbesondere Personen mit tiefem Bedrohungsempfinden bezüglich wirtschaftlicher Notlage im Alter und Arbeitslosigkeit. Erstaunlicherweise praktisch **keinen Einfluss** auf die Auto-Ausgaben hat hingegen die **Angst, zu wenig Geld haben zum Leben!**

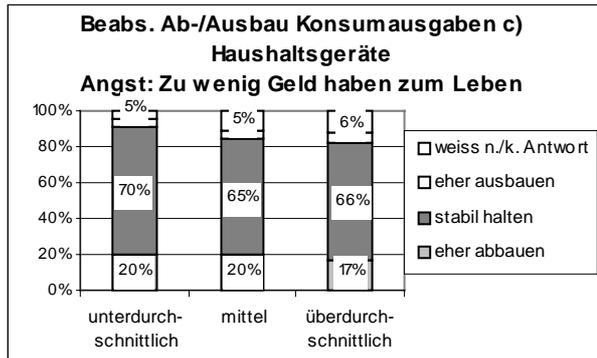
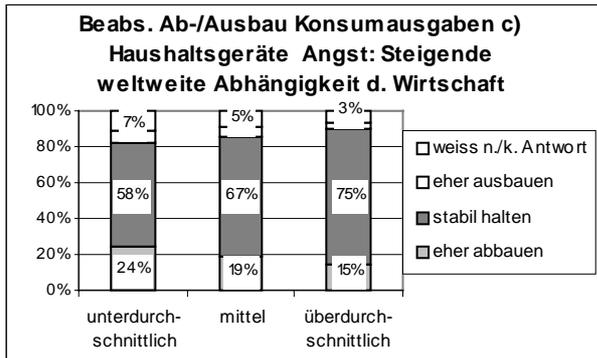
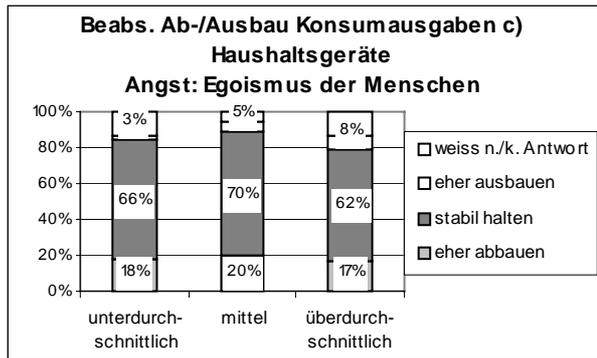
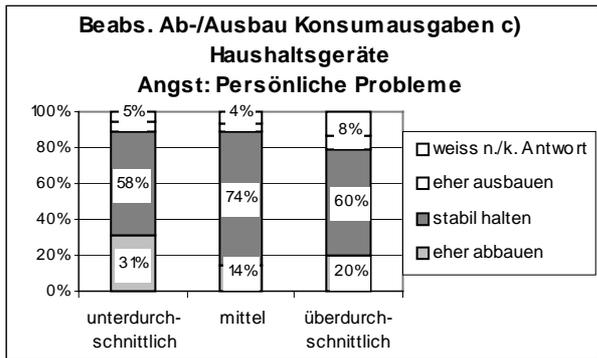
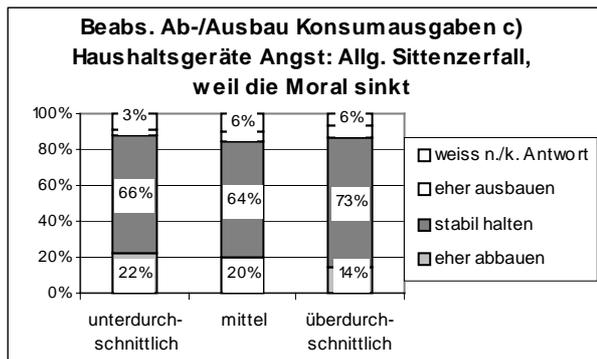
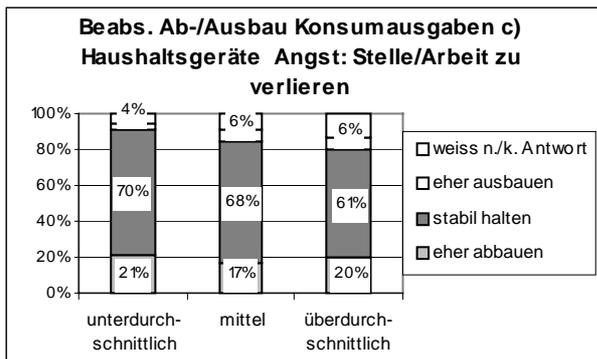
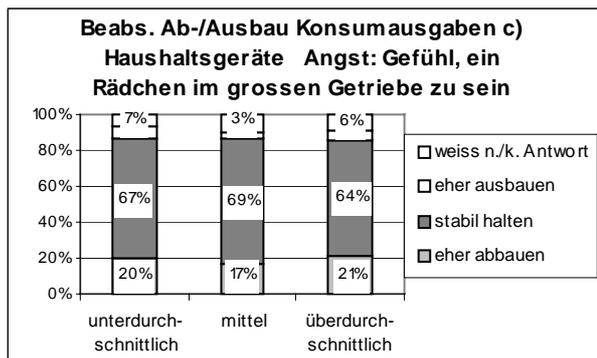
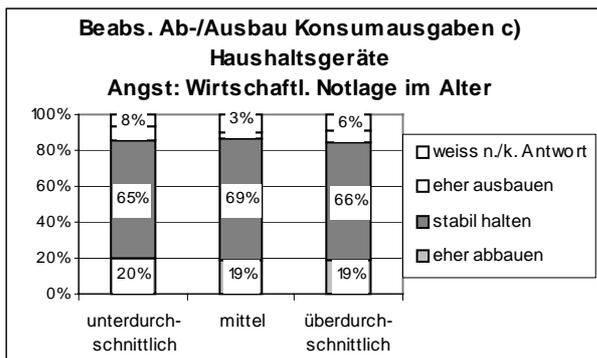
Ihr Budget für **Möbel** abzubauen beabsichtigen Personen mit höheren Ängsten hinsichtlich dem Egoismus der Menschen und dem Gefühl, nur ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein. Klar überdurchschnittlich **abbauen** möchten dieses Budget interessanterweise zudem Personen, die sich relativ **wenig durch die Globalisierung bedroht** fühlen. Überdurchschnittlich oft ausbauen möchten es Personen mit geringer Angst vor Arbeitslosigkeit. Die Angst, zu wenig Geld haben zum Leben, beeinflusst auch hier die vorgesehenen Budgetänderungen in keine eindeutige Richtung.

Es gibt interessanterweise **keinen Hinweis** darauf, dass Personen mit **überdurchschnittlichen Ängsten** in irgendeiner Hinsicht ihre **Ausgaben für Haushaltsgeräte** eher **abbauen** würden - wenn schon, scheint bei einzelnen Ängsten eher das Gegenteil der Fall zu sein: Die Ausgaben für Haushaltsgeräte reduzieren möchten eher Personen mit *unterdurchschnittlichen* Ängsten hinsichtlich persönlicher Probleme, Sittenzerfall und Globalisierung. Zudem ist auch bei der dritten Kategorie untersuchter langfristiger "Haushalts-Investitionsgüter" wiederum kein Einfluss der Angst, zu wenig Geld haben zum Leben, auf den beabsichtigten Konsum festzustellen.

Es scheint also generell zu gelten, dass die grundlegende "budgetbezogene" Angst zu wenig Geld haben zum Leben die Kaufabsichten bei langfristigen Investitionsgütern nicht zu verändern scheint.







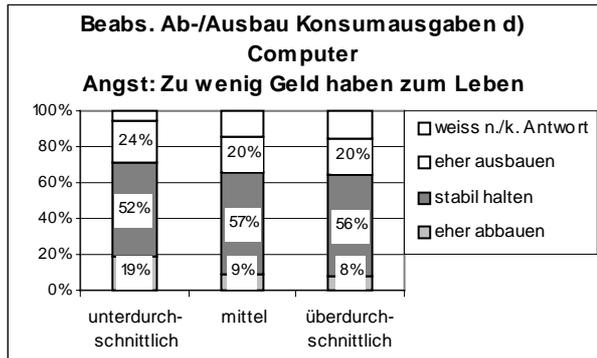
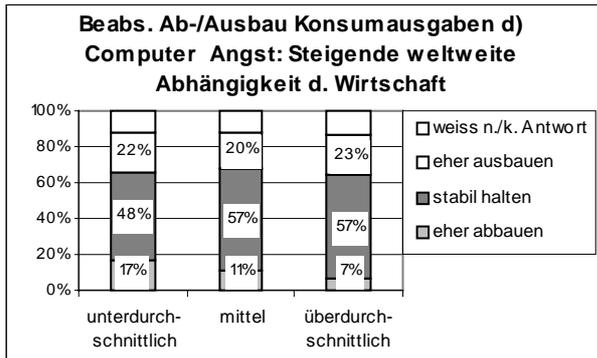
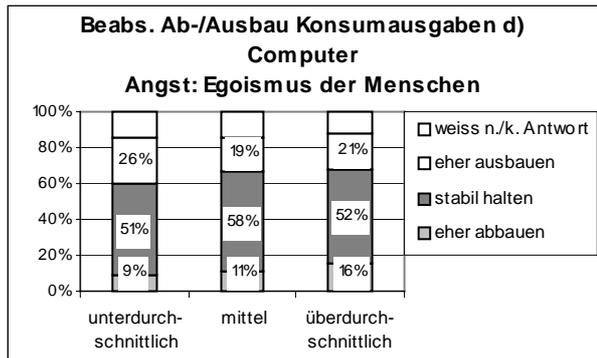
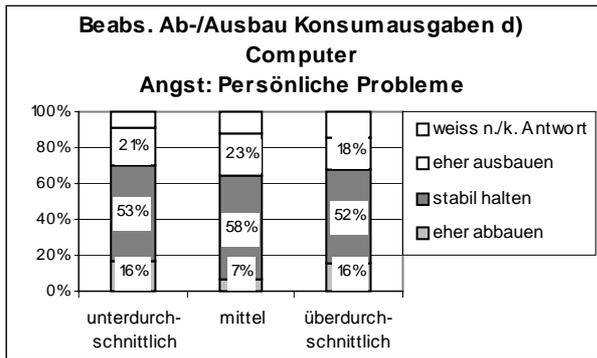
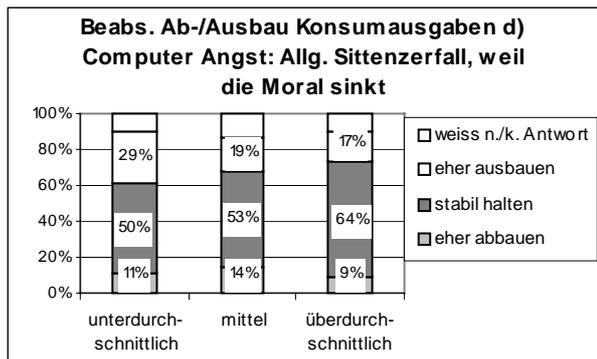
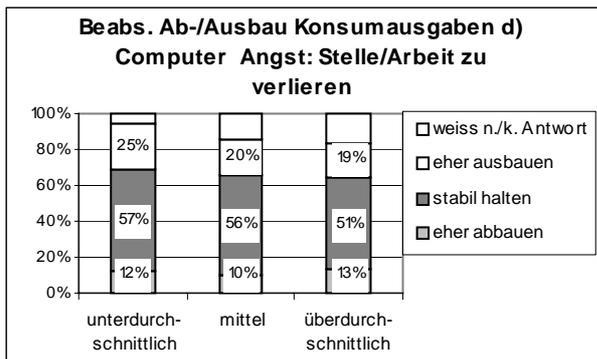
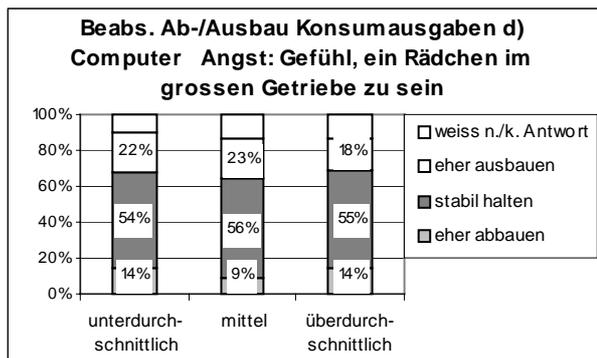
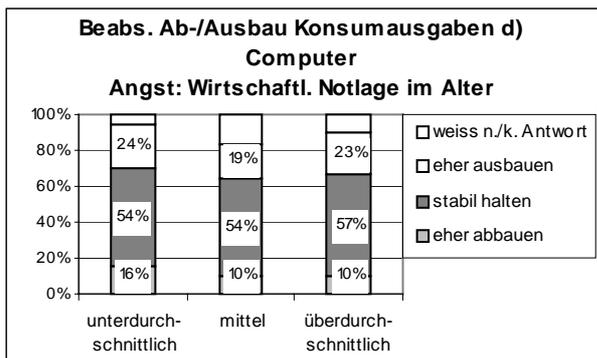
4.2.2 *Unterhaltungselektronik und EDV*

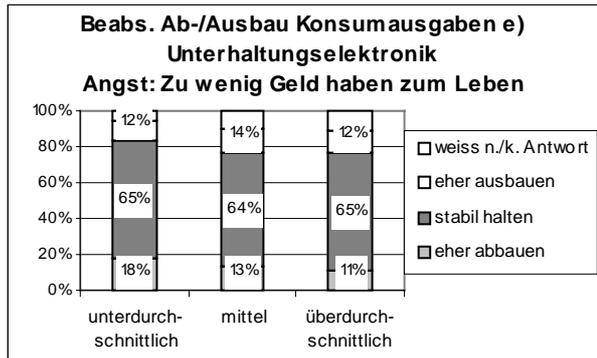
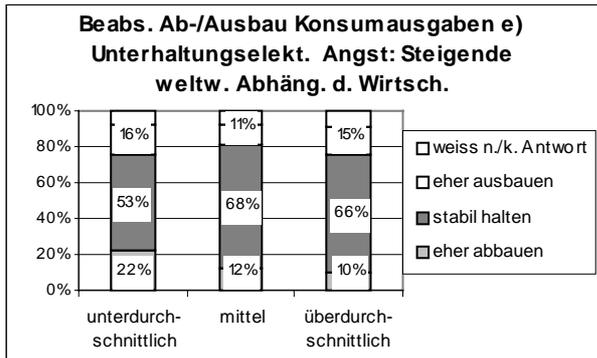
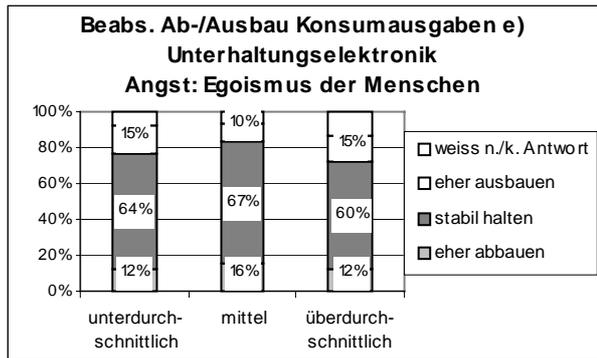
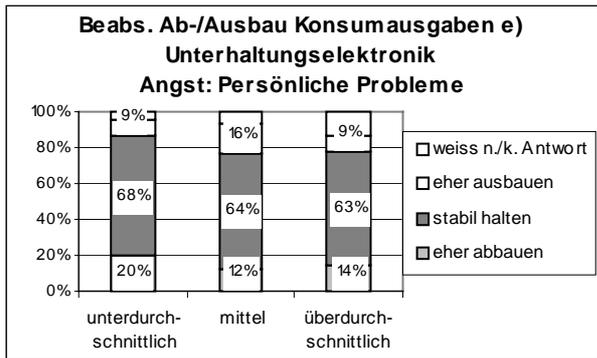
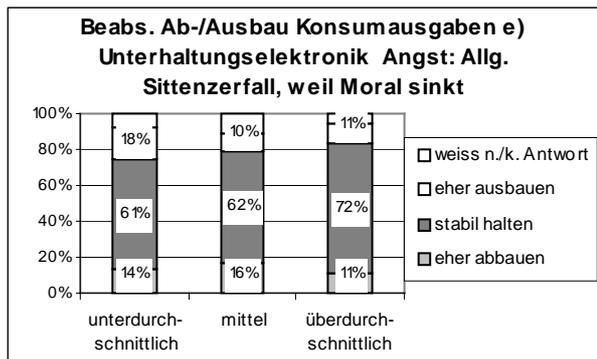
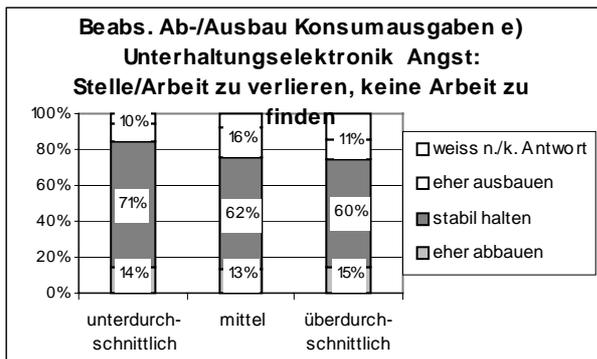
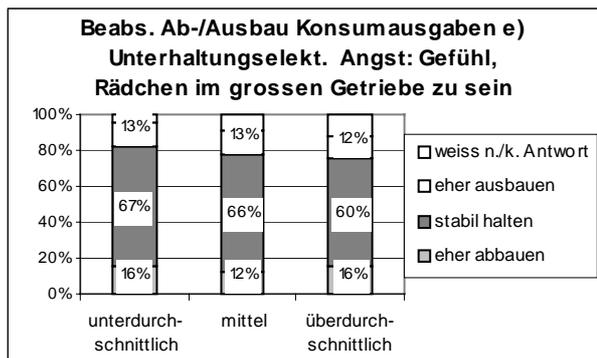
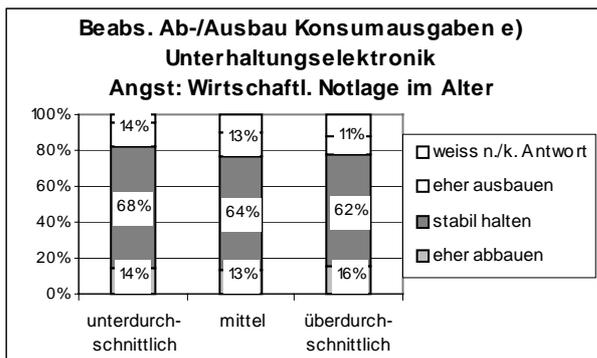
Im Bereich Unterhaltungselektronik und EDV erwarteten die Befragten generell keine grösseren Ausgabenveränderungen. Die Erwartungen sind leicht unterschiedlich: Während im Computerbereich leicht mehr Personen einen Aus- wie einen Abbau der Ausgaben erwarten, gedenken leicht mehr Personen ihre Unterhaltungselektronik-Einkäufe aus- denn abzubauen.

Die **Computer-Ausgaben** eher **abbauen** möchten Personen mit **überproportionalen Ängsten** hinsichtlich **Egoismus der Menschen** sowie solche mit **unterdurchschnittlichen Ängsten** hinsichtlich **wirtschaftlicher Notlage im Alter, Globalisierung** und **zu wenig Geld** haben zum Leben. **Ausbauen** möchten Sie eher Personen mit **kleinen Ängsten** hinsichtlich **Arbeitslosigkeit, Egoismus der Menschen** und **zu wenig Geld** haben zum Leben.

Bei der Unterhaltungselektronik eher **abbauen** möchten Personen mit **kleineren Ängsten** hinsichtlich **persönlicher Probleme, Globalisierung** und **zu wenig Geld** haben zum Leben. **Ausbauen** möchten eher Personen mit **kleinen Ängsten** hinsichtlich **Sittenerfall**.

Im Gegensatz zu den zuvor untersuchten langfristigen Investitionsgütern ist hier also ein Zusammenhang festzustellen mit der hinsichtlich Budgetüberlegungen zentralen Angst, zu wenig Geld haben zum Leben. Und zwar in dem Sinne, dass ein kleinerer Bedrohungsgrad eher mit einem Abbau korreliert.





4.2.3 Freizeit und Lektüre

Etwa gleich viele Leute möchten bei den **Printmedien** in Form von Büchern und Zeitschriften ihre Ausgaben aus- wie abbauen (12% resp. 10%); hohe 73% beabsichtigen allerdings eine Ausgabenstabilisierung. Eher abbauen möchten hier Personen mit kleineren Ängsten hinsichtlich persönlicher Probleme. Eher **ausbauen** möchten Personen mit **unterdurchschnittlichen Ängsten** beim Gefühl, nur ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, und bei der Bedrohung, **zu wenig Geld** zum Leben zu haben; bei vielen Ängsten gibt es hier aber keine klaren Korrelationen.

Bei der beabsichtigten **Reisetätigkeit** ist generell eine Tendenz zu vermehrten Ausgaben festzustellen. Inland-**Reisen abbauen** möchten überproportional Personen mit **überdurchschnittlichen Ängsten** hinsichtlich **sämtlicher** acht hier **untersuchter Bedrohungslagen**, womit hier ein auffallend grosser Zusammenhang zu Ängsten generell festzustellen ist. Bei Auslandsreisen gilt dieser Zusammenhang nicht bei allen Bedrohungstypen: Er gilt für die fünf Ängste wirtschaftliche Notlage im Alter, Gefühl ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, Sittenzerfall, Egoismus der Menschen und Globalisierung. Beim Abbau von Auslandsreisen präsentiert sich der Zusammenhang hinsichtlich Globalisierungsangst somit anders als bei den Inlandsreisen: Hier möchten vorab Personen mit unterdurchschnittlicher Globalisierungsangst ausbauen. - Inland-Reisen **ausbauen** möchten tendenziell Personen mit unterdurchschnittlichen Ängsten hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter, dem Gefühl ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, und zu wenig Geld zum Leben zu haben sowie solche mit überproportionalen Globalisierungsängsten. Auslandsreisen ausbauen möchten Personen mit unterdurchschnittlichen Ängsten hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter, dem Gefühl nur ein Rädchen im grossen Getriebe zu sein, Arbeitslosigkeit, Sittenzerfall und Globalisierung. Die Einstellung zur Globalisierung und die Lust auf Auslandsreisen scheinen demnach klar zusammen zu hängen.

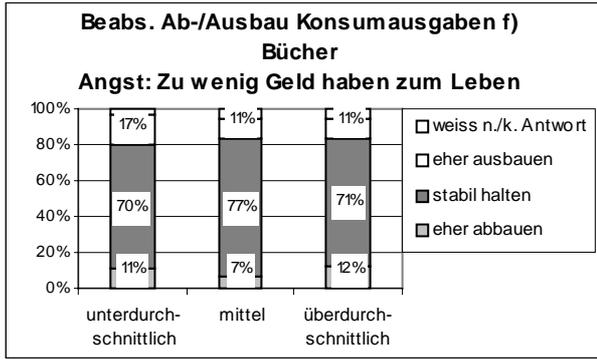
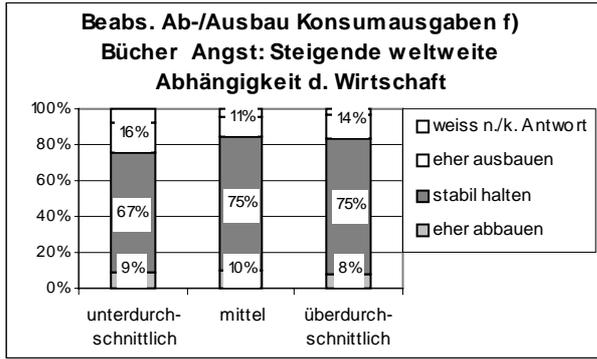
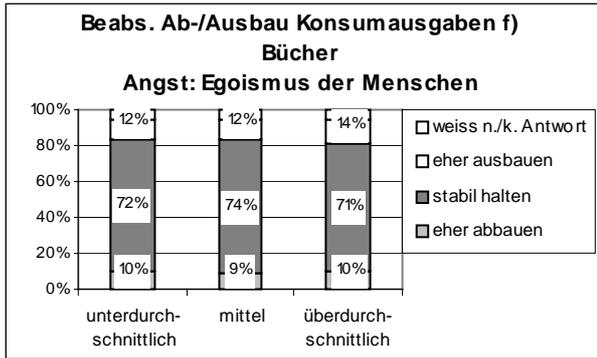
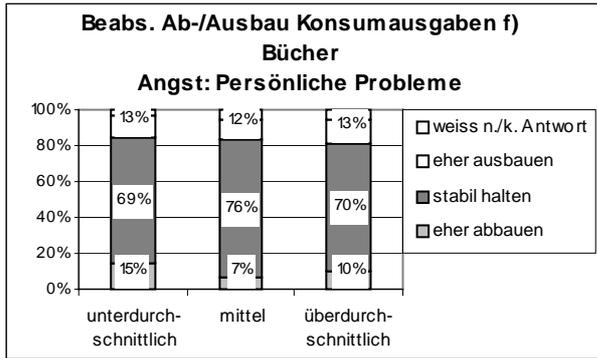
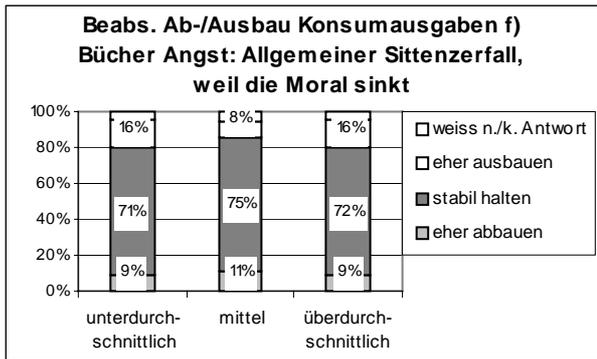
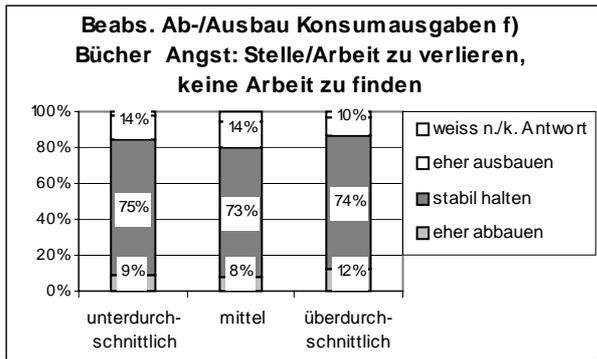
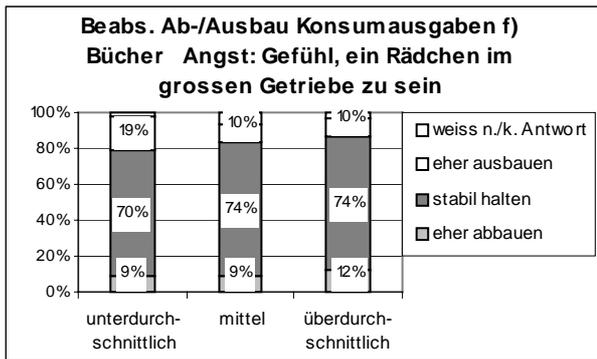
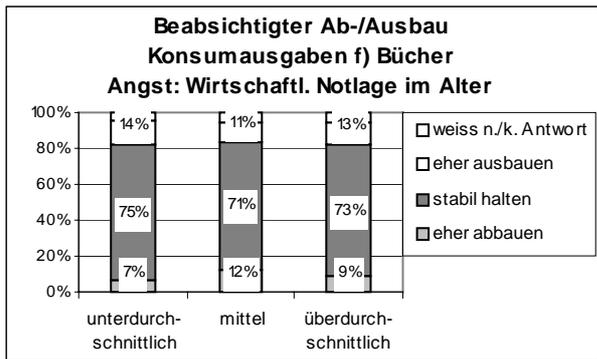
Relativ stabil sehen die Befragten ihre Konsumabsichten beim auswärts Essen und Trinken: 13% gedenken, ihre Ausgaben bei der Gastronomie zu reduzieren, und etwa gleich viele (10%) denken eher an einen Ausbau. Bei Theater-, Kino- und Konzertbesuchen zeigen die Proportionen bei ebenfalls fast Ausgeglichenheit in die andere Richtung (17% Zu-, 13% Abnahme). Die Sportausgaben liegen sogar etwas klarer im Trend: 18% wollen hier die Ausgaben (weiter) ausbauen, und nur 8% wollen diese Ausgaben eher reduzieren.

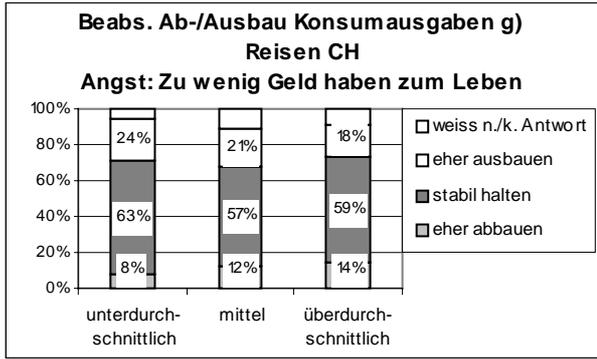
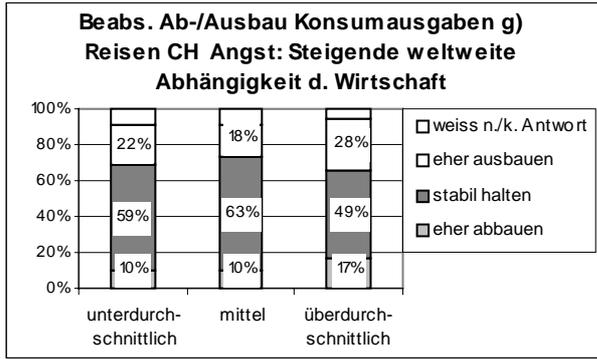
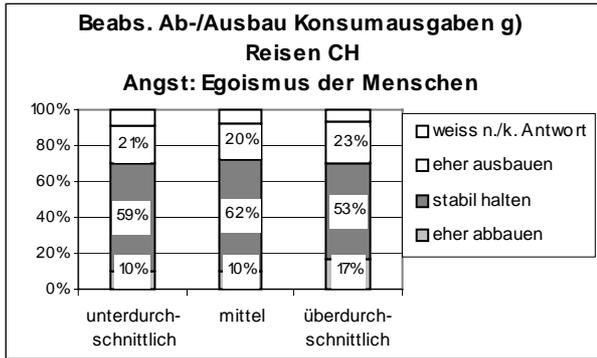
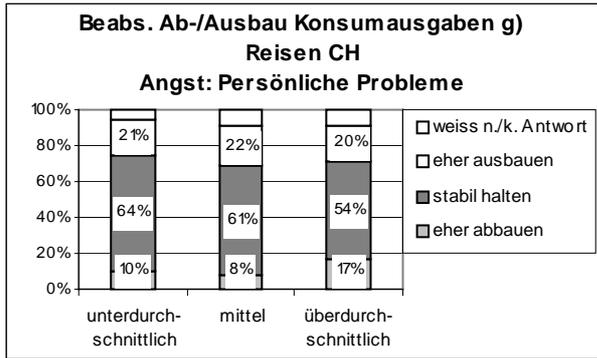
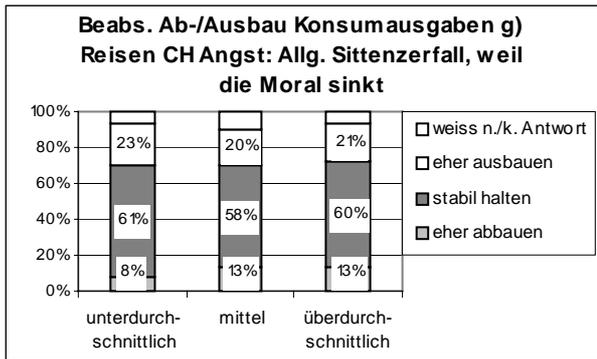
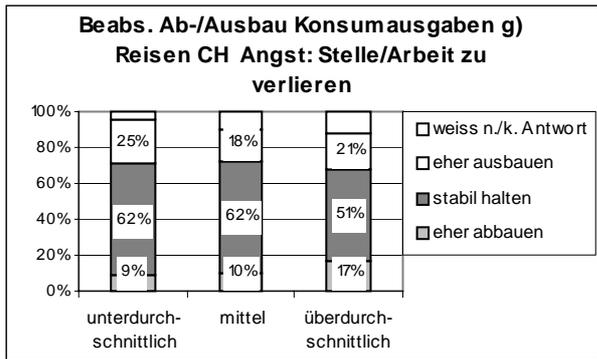
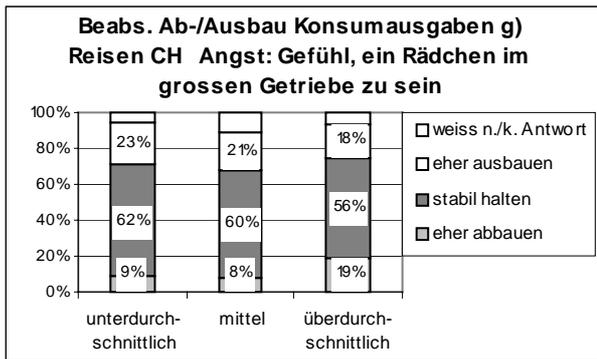
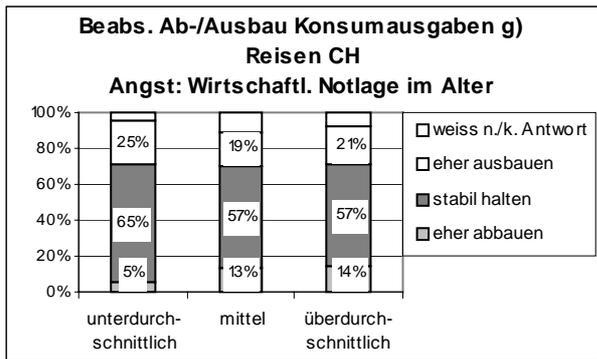
Beim **auswärts Essen** möchten Personen mit **überdurchschnittlichem** Bedrohungsgefühl bei **fast allen** untersuchten **Ängsten** (ausser Globalisierungsangst) ihren Konsum eher **abbauen**. Ausbauen möchten vorab Personen mit relativ kleinen Ängsten bezüglich dem Gefühl ein Rädchen im Getriebe zu sein und Egoismus der Menschen.

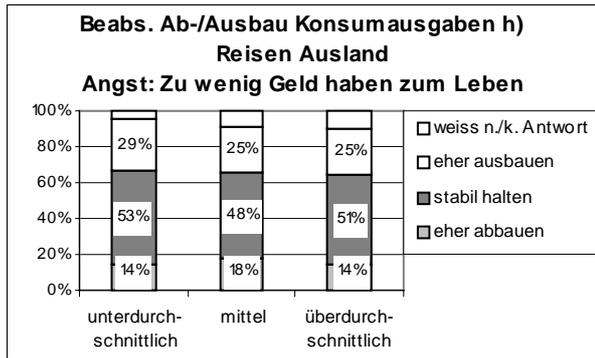
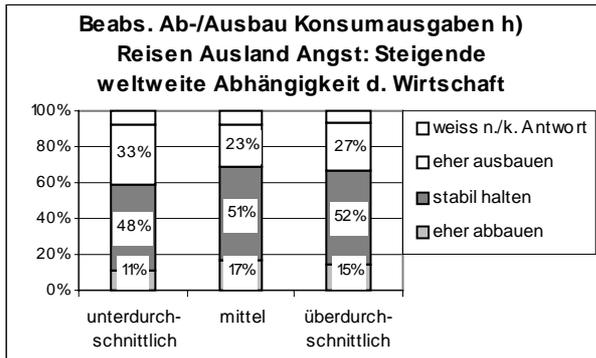
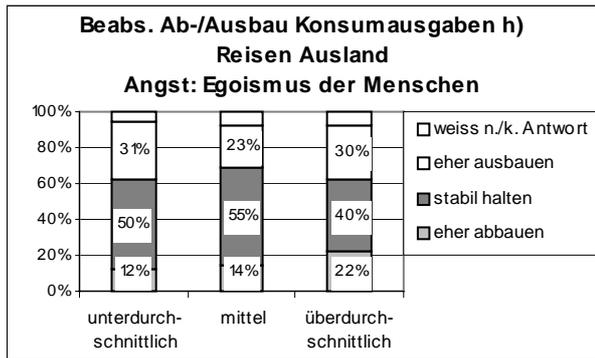
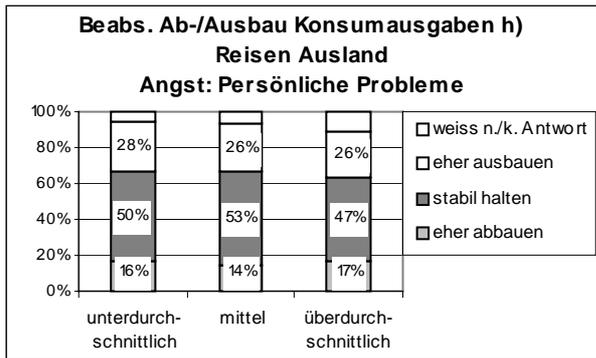
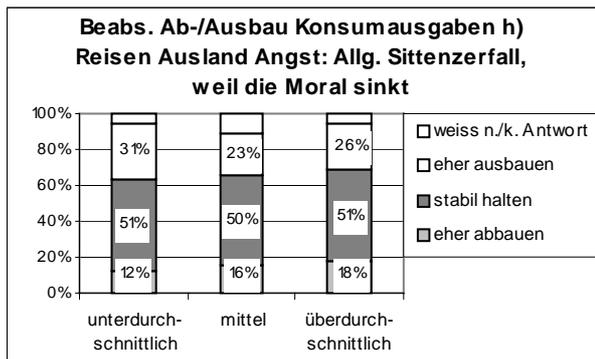
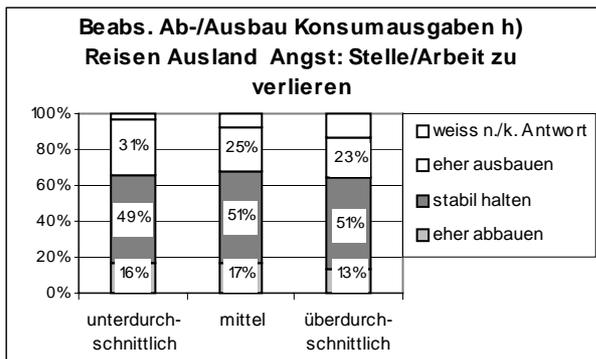
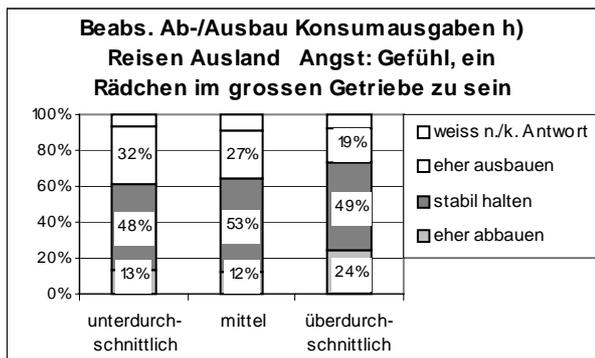
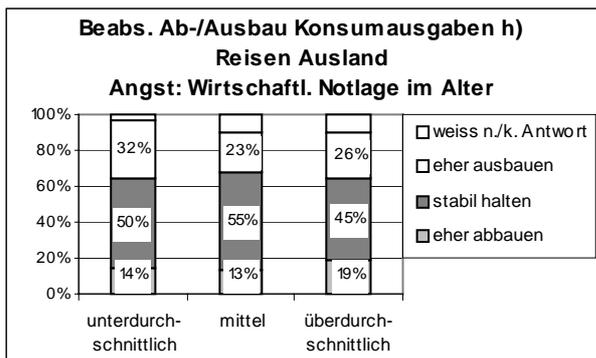
Ihre **Theater-, Kino- und Konzertbesuche abbauen** möchten vorab Personen mit mittleren oder **grösseren Ängsten** hinsichtlich **wirtschaftlicher Notlage im Alter, Arbeitslosigkeit** und **zu wenig Geld** haben zum Leben. **Ausgebaut** wird vorab bei Personen mit **unterdurchschnittlichen Ängsten** hinsichtlich **wirtschaftlicher Notlage im Alter, Sittenzerfall** und **zu wenig Geld** haben zum Leben, und mit **überproportionalen Globalisierungsängsten**. Es handelt sich somit offensichtlich um

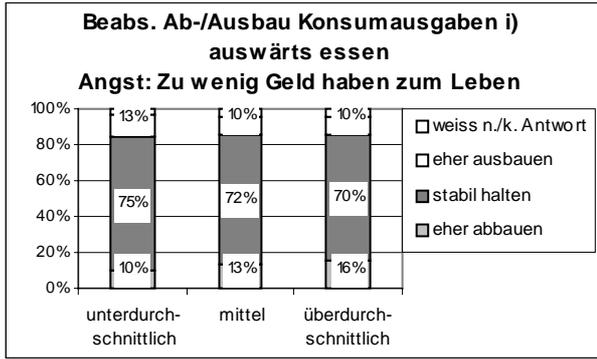
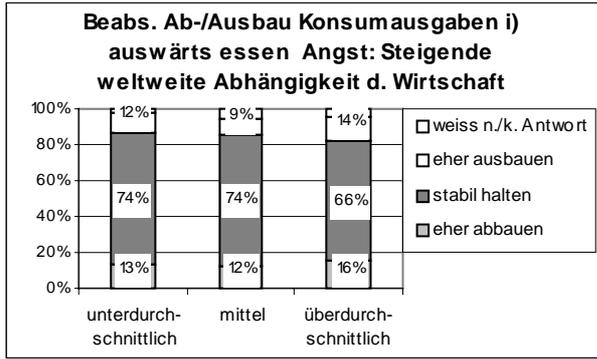
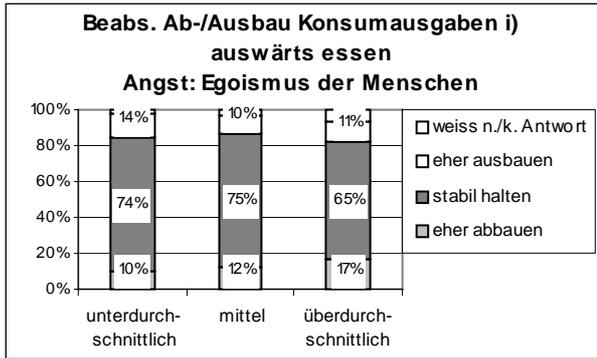
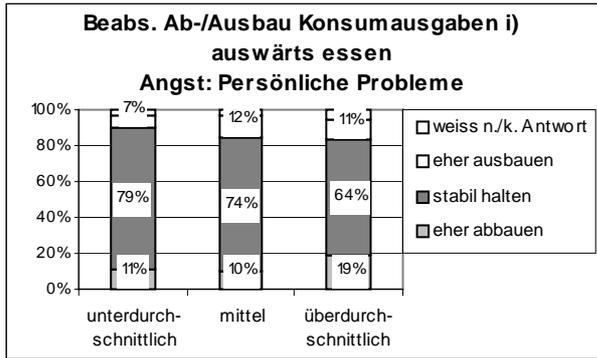
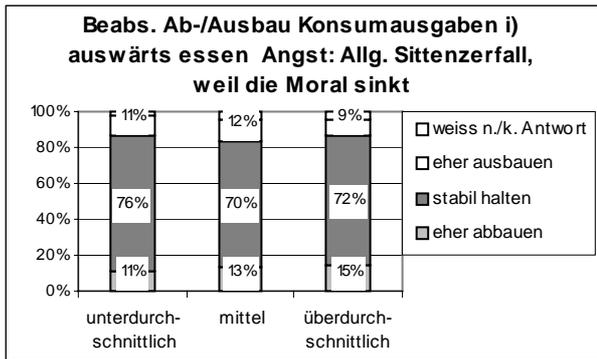
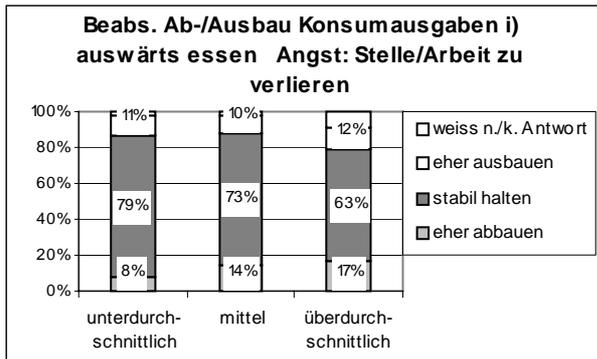
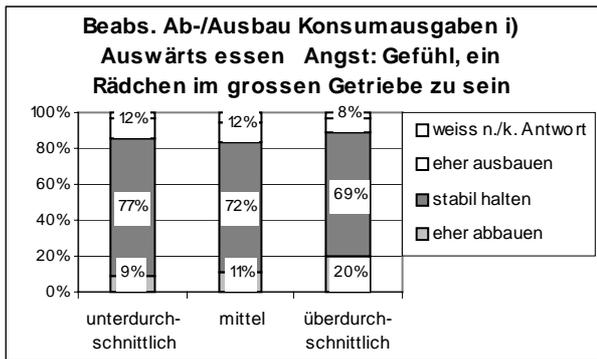
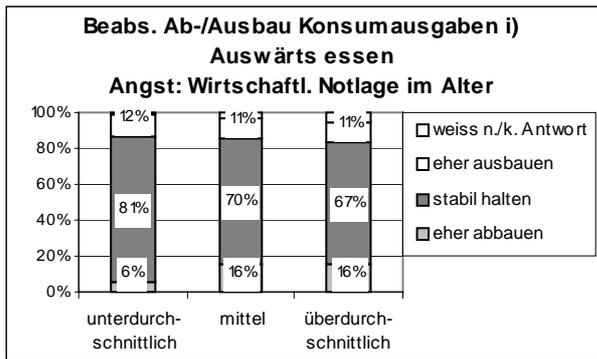
Ausgabenkategorien, wo insbesondere **bei klassischen "budgetbezogenen Ängsten" gespart** wird.

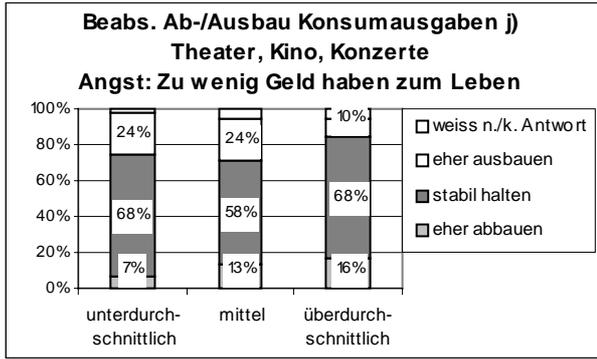
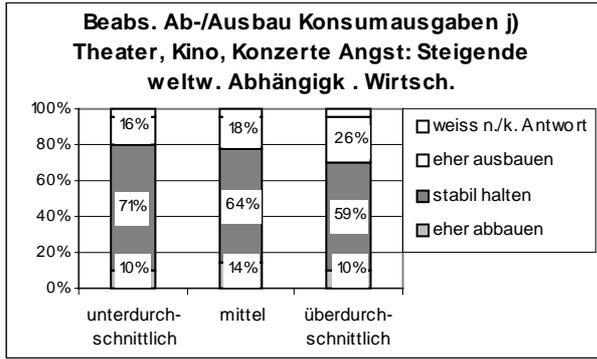
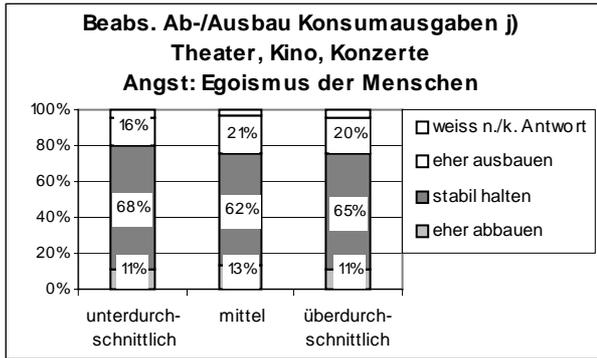
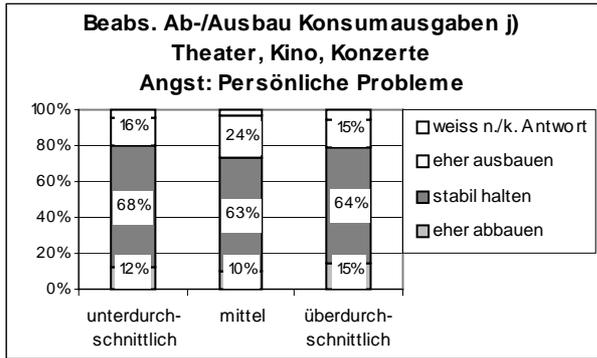
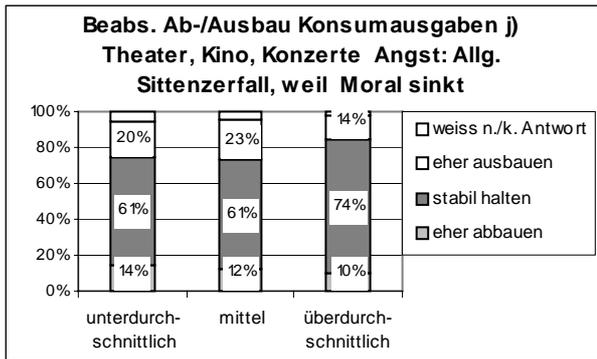
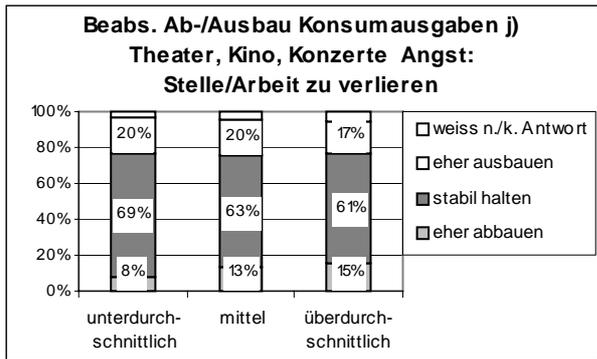
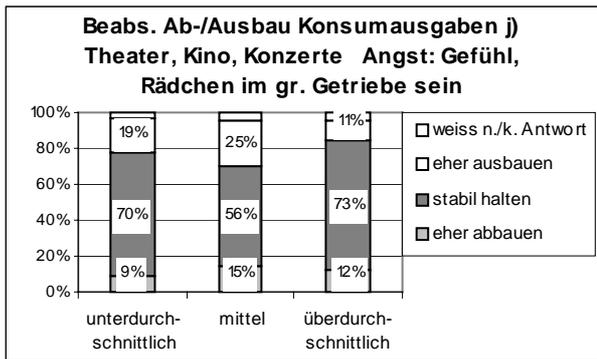
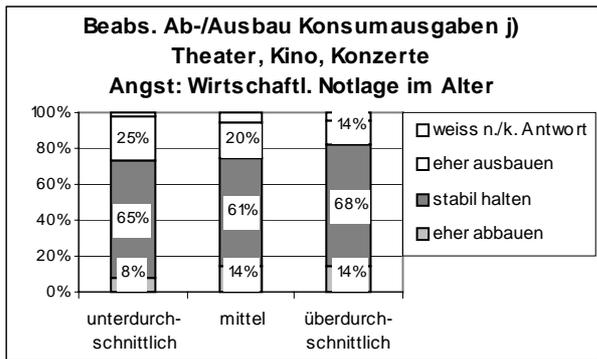
Sportausgaben reduzieren möchten tendenziell eher Befragte mit **grösseren Ängsten** hinsichtlich dem Gefühl ein **Rädchen im grossen Getriebe** zu sein, **Arbeitslosigkeit** und **zu wenig Geld** haben zum Leben. Ausbauen möchten hier Personen mit relativ **geringem Bedrohungsempfinden** bezüglich **wirtschaftlicher Notlage im Alter**, Gefühl **nur ein Rädchen im grossen Getriebe** zu sein, **Arbeitslosigkeit** und **zu wenig Geld** haben zum Leben und mit eher **grösserer Globalisierungsangst**.

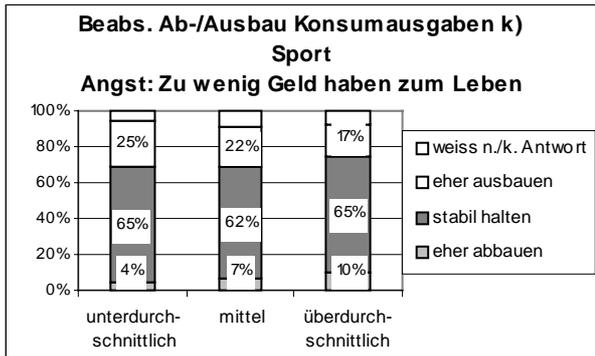
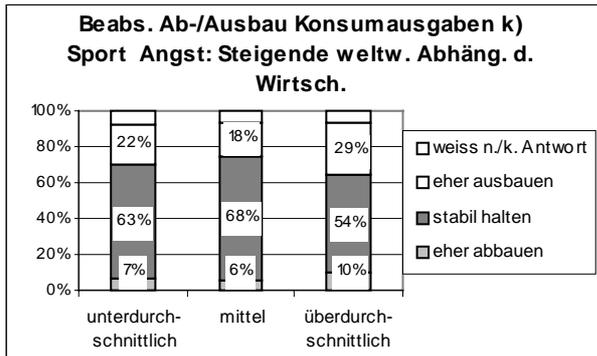
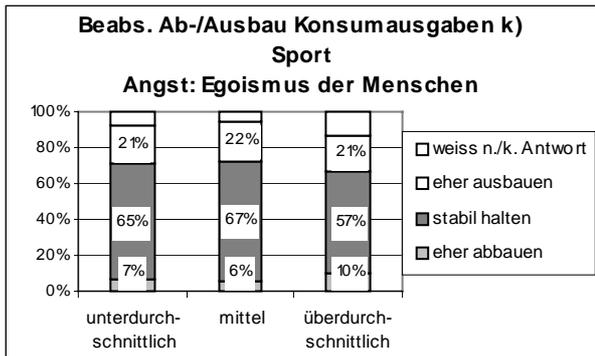
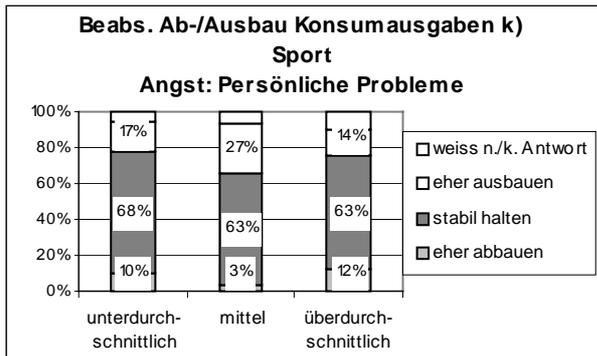
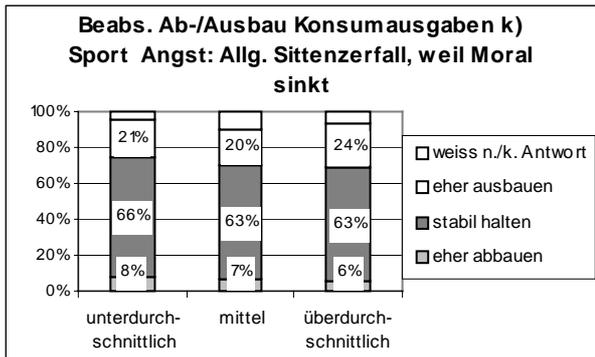
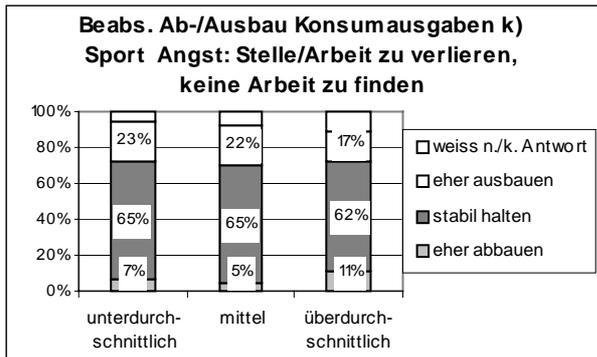
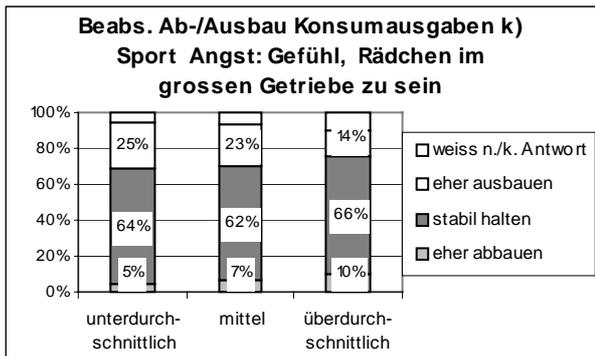
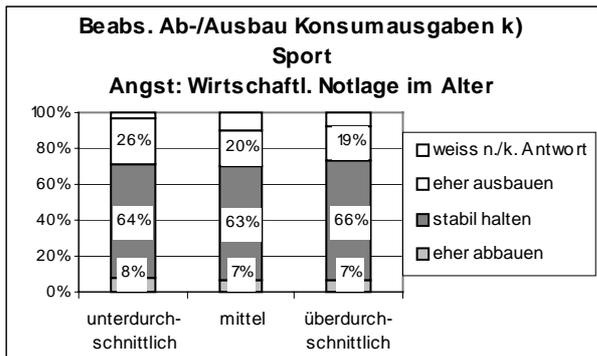


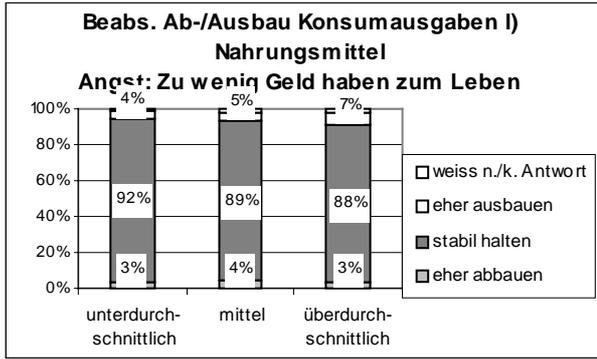
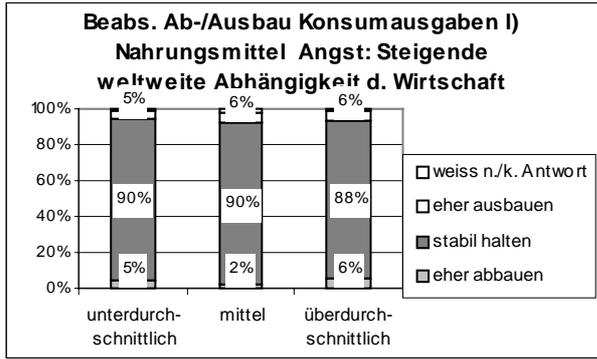
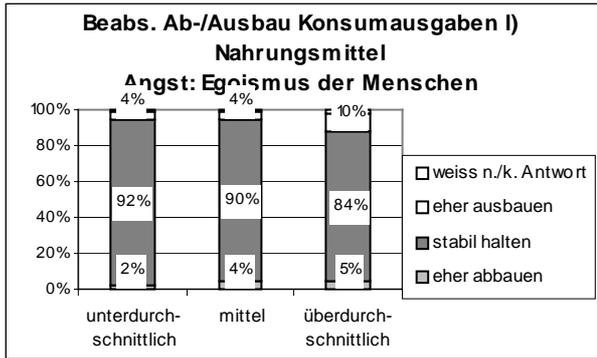
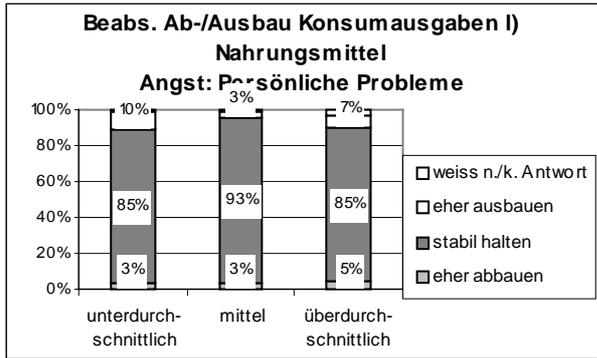
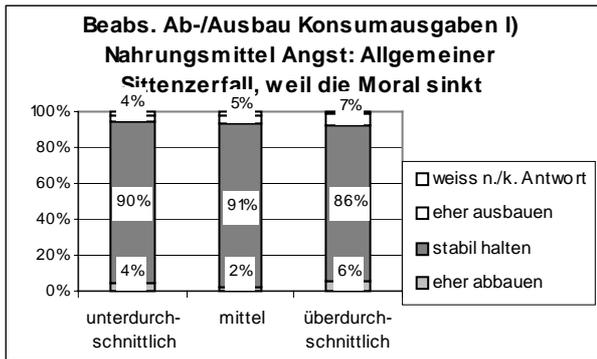
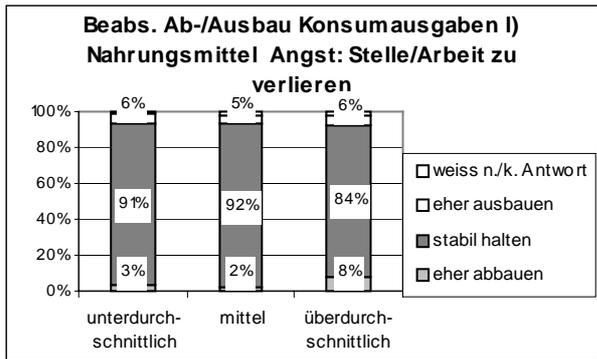
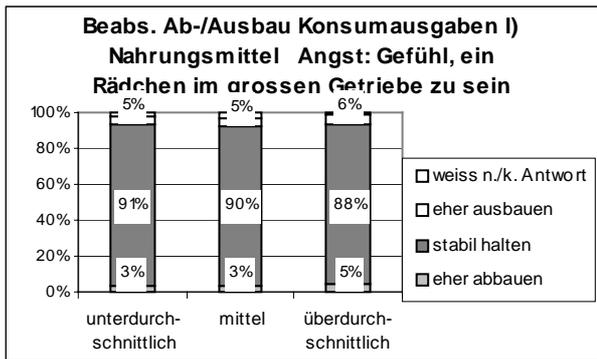
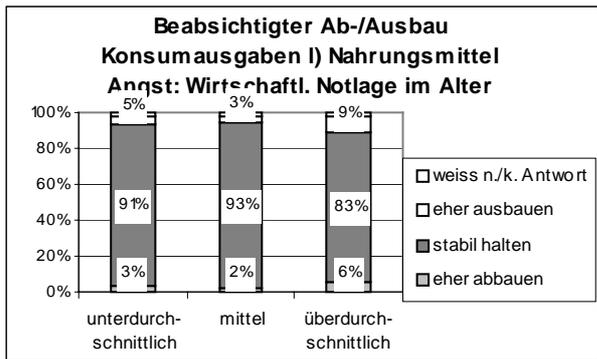












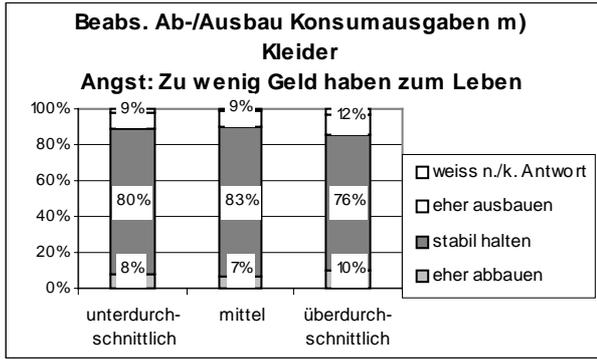
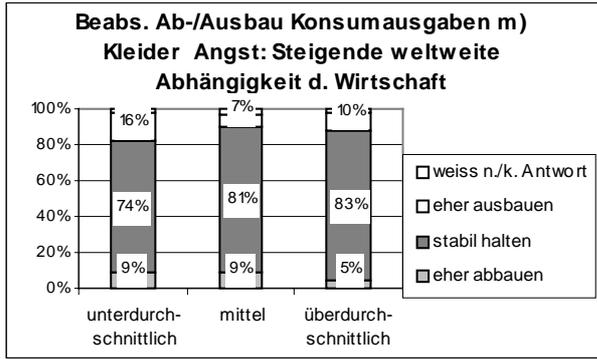
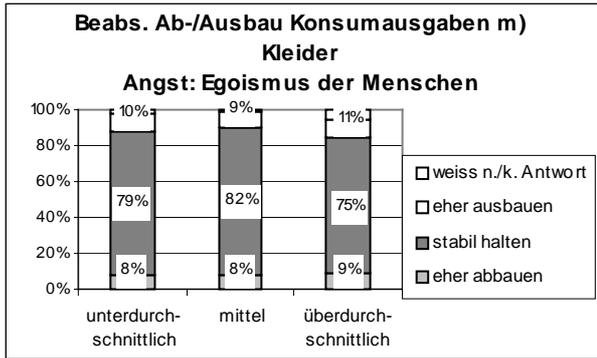
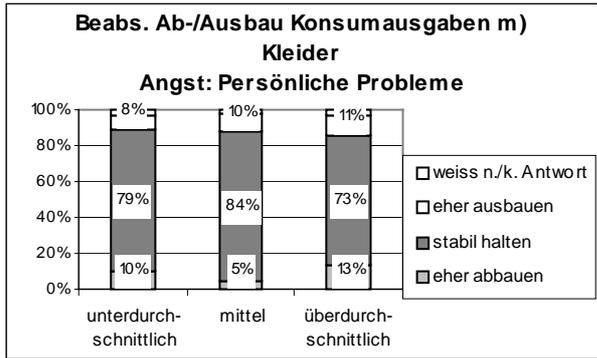
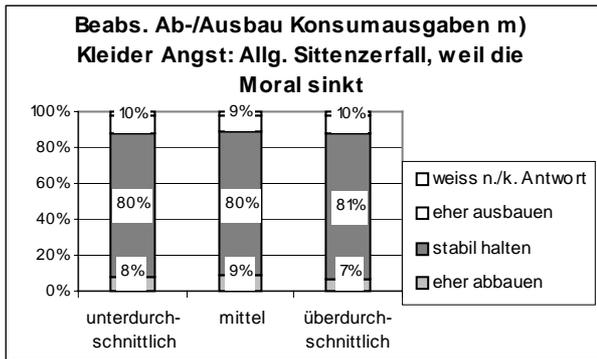
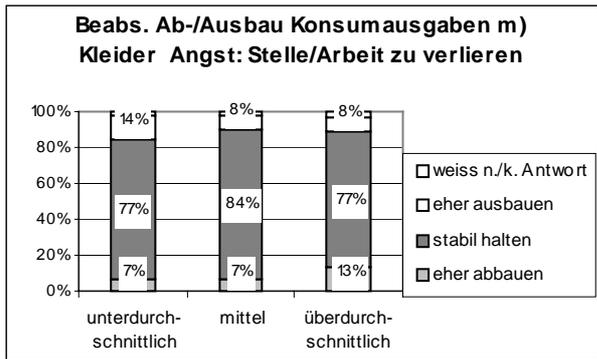
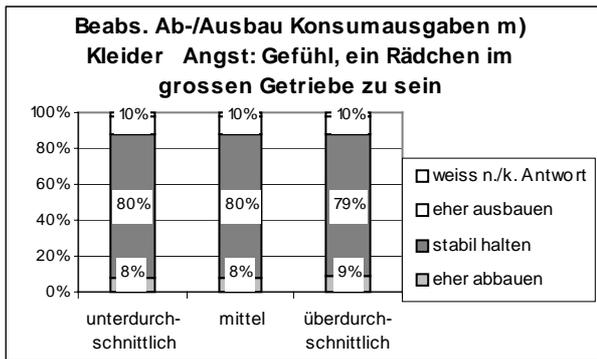
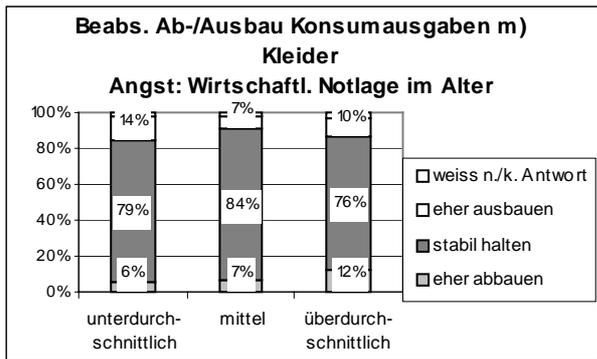
4.2.4 Alltags-Gebrauchsgüter

Bereiche wie der Nahrungsmittelkonsum und Kleiderkäufe, welche dem alltäglichen oder periodischen Grundbedarf zugeordnet werden, unterliegen weniger starken Nachfrageschwankungen im Zeitverlauf, wenngleich die Zusammensetzung des Konsums auch hier durchaus einigen (Mode-) Trends folgt. Dementsprechend liegen die Anteile derjenigen Personen, die hier ihre Ausgaben erhöhen oder reduzieren wollen, seit 1997 jeweils etwa ähnlich hoch. (rund 5% bei den **Nahrungsmitteln**, 10% bei den **Kleidern**).

Ihre **Nahrungsmittelausgaben** reduzieren möchten eher Personen mit **grösseren Ängsten hinsichtlich Arbeitslosigkeit**, und ausbauen möchten sie solche mit überdurchschnittlichen Ängsten hinsichtlich Egoismus der Menschen. Im **allgemeinen** scheinen aber Nahrungsmittelausgaben recht **unabhängig von den Ängsten** der Befragten zu sein.

Die **Kleiderausgaben** reduzieren möchten überdurchschnittlich oft Personen mit grösseren Ängsten hinsichtlich wirtschaftlicher Notlage im Alter und Arbeitslosigkeit. Erhöhen möchten Sie Personen mit kleineren Ängsten bezüglich Arbeitslosigkeit und Globalisierung. Auch hier ist generell **relativ wenig Zusammenhang zwischen Ängsten** und beabsichtigten Budgetveränderungen festzustellen.

Dass der Bereich des Grundbedarfs weniger auf Ängste reagiert, war denn auch aufgrund der grösseren Notwendigkeit und des geringeren Luxuscharakters dieser Güter zu erwarten.



V Fazit

Die finanzielle Lage drückt sehr direkt auf die Befindlichkeit der Leute bei verschiedenen spezifischen Ängsten. Im Kontrast dazu glauben aber Personen mit generell grösseren Ängsten auch überdurchschnittlich an eine künftige Verbesserung der finanziellen Lage - ein hoffnungsvolles und für die langfristige gesellschaftliche und wirtschaftliche Stabilität doch wichtiges Resultat.

Der Besitz von Aktien und anderen risikoorientierten Geldanlagen korreliert insbesondere mit Ängsten rund um die private wirtschaftliche Situation; dies bestätigt den zu erwartenden Zusammenhang klar. Es kann entsprechend davon ausgegangen werden, dass mit einer weiteren Zunahme der Unsicherheit rund um die wirtschaftliche Lage und Arbeitslosigkeit der Besitz von Aktien und ähnlichen Anlagen weiter zurück gehen wird (und zwar nicht nur aus "objektiven" Rendite- oder Budget- Überlegungen, sondern auch aus psychologischen Gründen). Ähnliches kann bezüglich ökologischer Anlagen gesagt werden: Wer insbesondere mit wirtschaftlichen Ängsten konfrontiert ist, hat andere Prioritäten als die ethische Ausrichtung seiner Geldanlagen - dies trotz wichtiger werdender Diskussion um ethische Aspekte in der Wirtschaft.

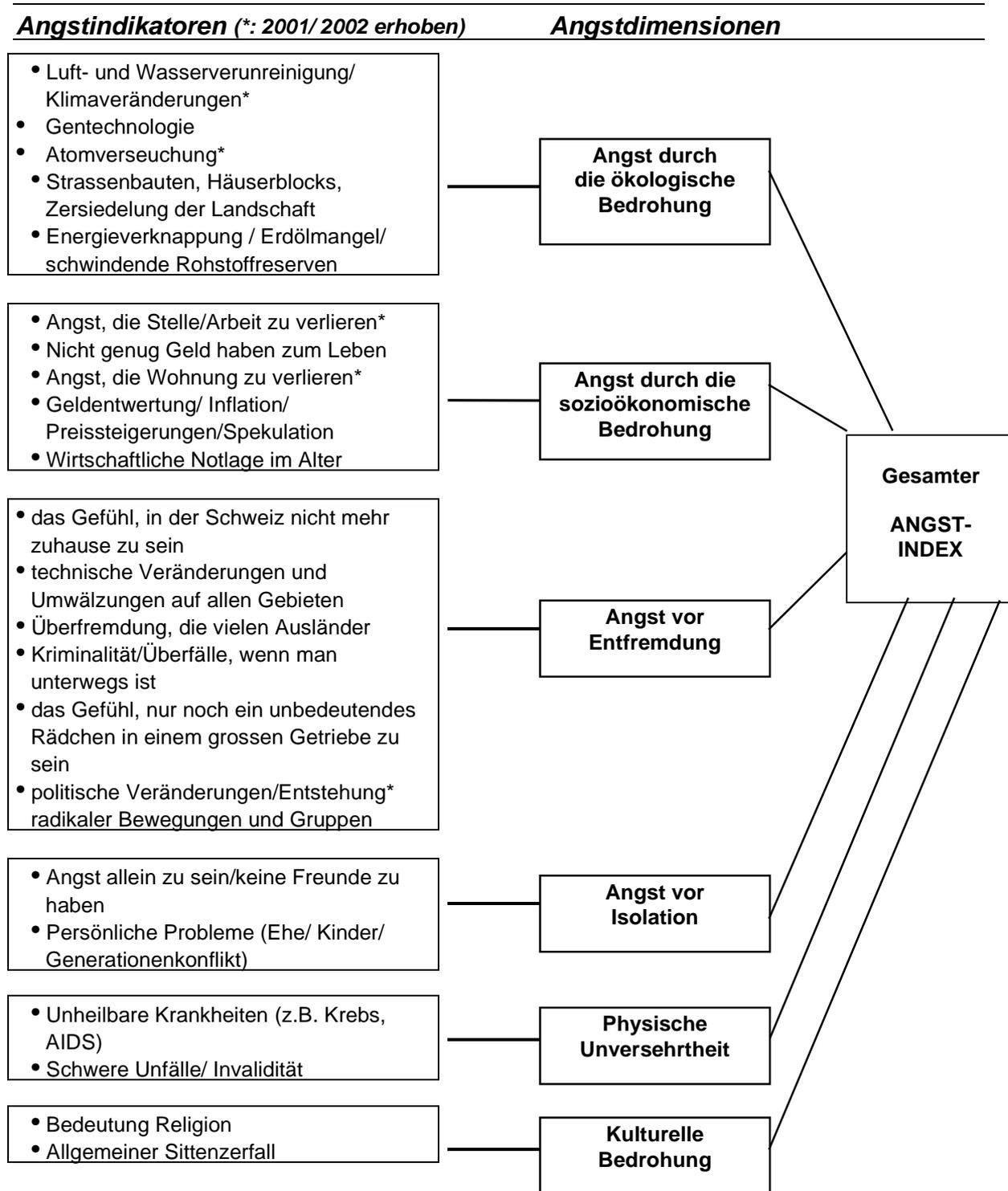
Ein weiteres Ansteigen grundlegender "budgetbezogener" Ängste (zu wenig Geld haben zum Leben, Arbeitslosigkeit) scheint die Kaufabsichten bei langfristigen privaten Investitionsgütern (Auto, Möbel und Haushalts-Geräte) gemäss deren Selbst-Deklaration nicht gross zu verändern. Beim auswärts Essen, bei Theater-, Kino- und Konzertbesuchen und bei Sportausgaben hingegen möchten Personen mit überdurchschnittlichem Bedrohungsgefühl bei direkt Wirtschaftslage-bezogenen Ängsten hingegen ihren Konsum eher abbauen. Dies könnte im Falle einer längeren anhaltenden wirtschaftlichen Stagnation oder Rezession entsprechend noch zusätzliche Konsumauswirkungen haben. Allerdings reagieren je nach öffentlicher Diskussion Ängste erfahrungsgemäss erst mit einer gewissen Verzögerung auf die faktische Veränderung der Wirtschaftszahlen, Arbeitslosigkeit etc., können dann aber den bereits rein budgetbedingt etwas geringeren privaten Konsum aus psychologischen Gründen nochmals reduzieren.

Bezüglich Detailhandel fällt auf, dass die Migros-Kundschaft insbesondere bei der Angst, zu wenig Geld haben zum Leben, überproportional vertreten ist. Dies bestätigt denn auch eine klare Segmentierung zwischen den beiden "Grossen" im Detailhandel: Die Kundschaft der beiden Unternehmen bringt bezüglich ihrer wirtschaftlichen Prioritäten unterschiedliche Voraussetzungen mit (Migros wird eher mit "M-Budget" und COOP eher mit ethisch-qualitativen Aspekten identifiziert, dies trotz des Engagements der Migros im "Kulturprozent"), und diese Segmentierung scheint sich durch die unterschiedliche Marktausrichtung der beiden Unternehmen in den letzten Jahren gar noch zu verstärken. - Bei den Banken scheint die entsprechende "angst-bezogene" Kundensegmentierung etwas weniger klar zu sein; immerhin aber sind etwa CS-Kunden im Vergleich zur anderen Grossbank, UBS, insbesondere seltener anzutreffen bei Personen mit grösseren Ängsten, zu wenig Geld haben zum Leben.

Weitere **massgeschneiderte Sonderanalysen** zur Thematik sind auf Anfrage lieferbar.

Anhang

Schematische Darstellung des gesamten Angstbarometers (22 Items)



**Gesamter
ANGST-
INDEX**

Zusätzliche Items, aber nicht Teil einzelner Dimensionen:

- Krieg*
- Weltweite Abhängigkeit der Wirtschaft*