



Millennials: verantwortungsbewusster Konsum statt Kaufrausch

Von wegen unbekümmert und unstedet. Zwar lieben Millennials das Shoppen, aber sie konsumieren mit Bedacht. Nach den Ergebnissen des Konsumbarometer 2018 von Consors Finanz versuchen drei Viertel der Befragten, ihre Ausgaben auf das zu beschränken, was nötig ist. 72 Prozent geben an, lieber weniger Produkte zu kaufen, dafür aber hochwertige. „Die europäischen Millennials gehen gerne einkaufen, aber der Kaufrausch scheint aus der Mode zu kommen“, resümiert Dr. Anja Wenk, Bereichsleiterin Retail Financial Solutions von Consors Finanz. „Die Generation macht sich mehr Gedanken über Notwendigkeit und Nachhaltigkeit ihrer Kaufentscheidung.“ Dieses Ergebnis korrespondiert mit der Tatsache, dass sich immerhin 41 Prozent der Millennials (44 Prozent in Deutschland) selbst als verantwortungsbewusst bezeichnen.

Wider die Wegwerfgesellschaft

Dieses Verantwortungsbewusstsein der Millennials zeigt sich auch bei ihrer Haltung zum kollaborativen Konsum. Produkte zu teilen, zu tauschen oder zu mieten, finden die meisten Vertreter der jungen Generation (80 Prozent) gut. Zum Vergleich: Bei den über 35-Jährigen sind es 72 Prozent. Der Kauf und Verkauf von gebrauchten Gütern ist für die Millennials dabei die gängigste Form des Teilens. Bereits 57 Prozent haben das selbst schon einmal ausprobiert. Das Ver- und Anmieten von Privatunterkünften wird von knapp einem Drittel der Millennials praktiziert, und fast jeder Vierte hat schon Mitfahrgelegenheiten genutzt. 21 Prozent würden ein Produkt lieber mieten, statt es selbst zu erwerben. Dazu eignen sich aus Sicht der jungen Leute vor allem Heimwerkerartikel (19 Prozent), Sportausrüstung (16 Prozent) und Haushaltsgeräte (10 Prozent).

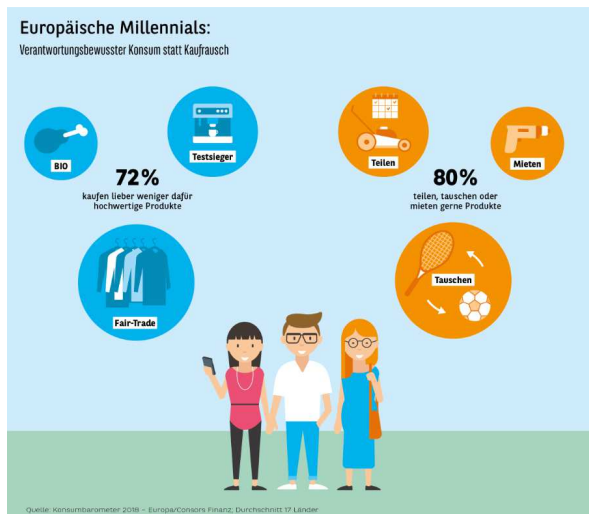
Mit neuen Services können Händler ihre Beraterrolle stärken

„Das Eigentum als solches steht für die Millennials nicht mehr so sehr im Fokus“, so Wenk. Der jungen Generation kommt es mehr auf den Nutzen an. „Händler können darauf reagieren, indem sie eigene Services im Sinne eines kollaborativen Konsums anbieten“, sagt die Expertin. Beispiele sind etwa das Vermieten von Produkten, Reparaturservices oder im Laden integrierte Secondhand-Börsen. Über solche Angebote festigt der Händler zudem seine Rolle als Produktberater. Genau diese Funktion schätzen die Millennials besonders am stationären Handel (73 Prozent). Sein Produktwissen ist 72 Prozent der jungen Käufer wichtig, seine Hilfsbereitschaft 71 Prozent. „Wer diese Stärken ausspielt, kann zugleich die Kundenbindung intensivieren“, ist Wenk überzeugt.

Die vollständige Studie kann abgerufen werden unter studien.consorsfinanz.de.

Studien-Newsletter: Erfahren, was Verbraucher erwarten

Die Consors Finanz erstellt regelmäßig Studien und Umfragen zum Thema Konsum in Europa. Der Studien-Newsletter informiert über die Ergebnisse, fasst wichtige Fakten zusammen und zeigt Trends auf. Anmeldung unter studien.consorsfinanz.de.



Bildunterschrift: Europäische Millennials: verantwortungsbewusster Konsum statt Kaufrausch

Über die Studie

Das Konsumbarometer – Europa wird jährlich von Consors Finanz herausgegeben. Die Verbraucherstudie wurde vom 2. Oktober bis zum 2. November 2017 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Kantar TNS in den Ländern Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien, Norwegen, Österreich, Polen, Portugal, Rumänien, Schweden, Slowakei, Spanien, Tschechische Republik und Ungarn durchgeführt. Als repräsentative stichprobenartige Erhebung wurden 13.800 Konsumenten im Alter von 18 bis 75 Jahren sowie innerhalb einer zusätzlichen Befragung 3.400 Konsumenten im Alter von 18 bis 35 Jahren (Millennials) befragt. Die Befragungen erfolgten auf dem CAWI-System.

Über die Consors Finanz

Consors Finanz ist eine Marke der internationalen BNP Paribas Gruppe. Sie gehört zu den führenden Consumer-Finance-Anbietern in Deutschland. Im Unternehmensfokus steht die Vergabe von Konsumentenkrediten, insbesondere die Absatzfinanzierung im Einzel- und Online-Handel sowie in Auto-, Caravan- und Motorradhäusern.

Das Produktportfolio umfasst Ratenkredite, Kartenprodukte mit Verfügungsrahmen und endfällige Kredite sowie in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern ergänzende Versicherungs- und Zusatzprodukte. Vertriebspartner sind Handelsunternehmen jeder Größe, Banken und Versicherungen. Als Mitglied des Bankenfachverbandes hat sich Consors Finanz dazu verpflichtet, den strengen Verhaltensregeln der verantwortungsvollen Kreditvergabe von Verbraucherkrediten zu folgen.
www.consorsfinanz.de

Über BNP Paribas in Deutschland

BNP Paribas ist eine führende europäische Bank mit internationaler Reichweite. Sie ist mit mehr als 198.000 Mitarbeitern in 73 Ländern vertreten, davon nahezu 150.000 in Europa. In Deutschland ist die BNP Paribas Gruppe seit 1947 aktiv und hat sich mit 13 Gesellschaften erfolgreich am Markt positioniert. Privatkunden, Unternehmen und institutionelle Kunden werden von rund 5.300 Mitarbeitern bundesweit in allen relevanten Wirtschaftsregionen betreut. Das breit aufgestellte Produkt- und Dienstleistungsangebot von BNP Paribas entspricht dem einer innovativen Universalbank.
www.bnpparibas.de

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Consors Finanz

Dr. Stefan Mette

Pressesprecher

Tel.: +49 (0) 89 55 11 3140

E-Mail: presse@consorsfinanz.de