



Möbel stehen weiterhin hoch im Kurs

- **Trotz gestiegener Kaufkraft wollen deutsche Konsumenten mehr sparen**
- **Ein Drittel der Befragten plant dennoch Budget für Möbel und Einrichtungsgegenstände ein**
- **Herkunft und Umweltauswirkungen der Produkte werden für Verbraucher wichtiger**

Obwohl das wirtschaftliche, politische und soziale Klima weltweit immer rauer erscheint, beurteilen die deutschen Verbraucher die Lage im eigenen Land und ihre persönliche Situation noch immer positiv. Nach dem Konsumbarometer 2019 von Consors Finanz geben die Befragten der aktuellen Situation in Deutschland auf einer Skala von 1 bis 10 die Note 6,6; der europäische Durchschnittswert liegt lediglich bei 5,4. Die Note 6,5 erteilen sie ihrer persönlichen Situation, was sogar eine Verbesserung von 0,3 Punkten gegenüber dem Vorjahr bedeutet. Zum Vergleich: Hier liegt der Durchschnittswert aller europäischen Konsumenten bei 6,1.

Konsumausgaben für Reisen, Elektrogeräte und Möbel

Dennoch sind die deutschen Konsumenten etwas vorsichtiger mit ihren Ausgaben geworden. Obwohl die Kaufkraft für 54 Prozent gleich geblieben und für 23 Prozent sogar angestiegen ist, wollen 44 Prozent höhere Sparbeträge zurücklegen. Das sind fünf Prozentpunkte mehr als im vergangenen Jahr. Konsumausgaben planen die Deutschen in der nächsten Zeit vor allem für Reisen (59 Prozent), Gestaltungs- und Renovierungsarbeiten (39 Prozent) sowie elektrische Haushaltsgeräte und Smartphones (37/31 Prozent) ein. Möbel und Einrichtungsgegenstände rangieren mit 33 Prozent auf Platz vier. Hier ist jedoch ein leichter Rückgang zu verzeichnen. 2018 hatten noch 34 Prozent Budget für Einrichtung fest eingeplant, 2017 sogar 36 Prozent.

Die Mehrheit der Verbraucher bevorzugt Möbel aus landeseigener Herstellung, aber ...

Bei der Auswahl von Möbeln oder Dekoartikeln achten die Deutschen vor allem auf den Preis (63 Prozent), die Qualität (55 Prozent), den Stil (37 Prozent) und den Gesamteindruck des Produkts (34 Prozent). Inzwischen spielen aber auch Kriterien wie Herkunft des Gegenstands (12 Prozent) und Umweltauswirkungen (11 Prozent) eine wichtigere Rolle. Das bestätigt einen allgemeinen Trend, den das Konsumbarometer in diesem Jahr gezeigt hat: Heimische Produkte rücken stärker ins Bewusstsein der europäischen Konsumenten. 89 Prozent der Europäer mögen Produkte aus ihrer Region, 93 Prozent bringen ihnen großes Vertrauen entgegen. In erster Linie sind es Lebensmittel (87 Prozent) sowie Hygiene- und Pflegeprodukte (65 Prozent), die die Europäer aus landeseigener Herstellung bevorzugen. Mit 60 Prozent folgen aber bereits auf Rang 3 die Möbel.

In Deutschland ist die Reihenfolge dieselbe, nur die Prozentpunkte weichen mit 89, 70 und 58 Prozent leicht vom europäischen Durchschnitt ab. „Allerdings glauben lediglich 48 Prozent der Deutschen, dass es überhaupt ein ausreichendes Angebot an regionalen Einrichtungsgegenständen gibt“, sagt Dr. Anja Wenk, Leiterin des Bereichs Retail Financial Solutions von Consors Finanz. Dieser Wert liegt deutlich unter dem europäischen Durchschnitt (59 Prozent). „Hier ergibt sich also ein mögliches Betätigungsfeld für Möbelhersteller und -händler, die dem steigenden Interesse an regionalen Produkten nachkommen wollen“, folgert Wenk.

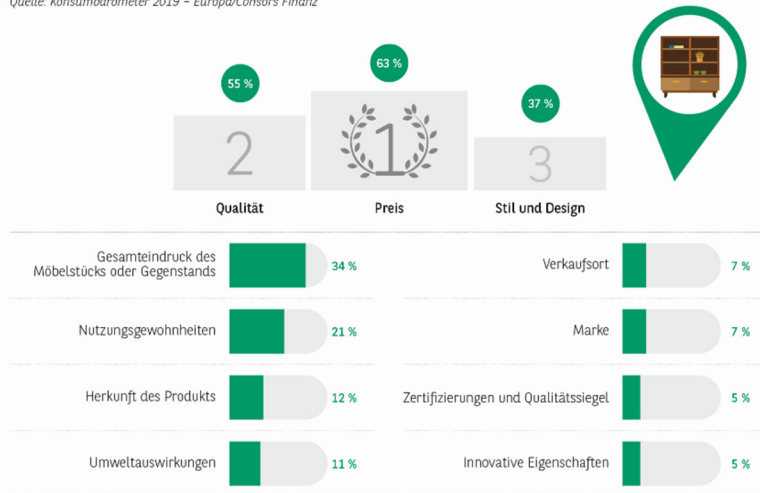
Die vollständige Studie kann abgerufen werden unter studien.consorsfinanz.de.



Grafik:

Die wichtigsten Auswahlkriterien der befragten deutschen Verbraucher beim Kauf von Einrichtungsgegenständen.

Multiple-Choice – drei Antworten möglich
Quelle: Konsumbarometer 2019 – Europa/Consors Finanz



Bildunterschrift: Die wichtigsten Auswahlkriterien der befragten deutschen Verbraucher beim Kauf von Einrichtungsgegenständen

Über die Studie

Das Konsumbarometer – Europa wird jährlich von Consors Finanz herausgegeben. Die Verbraucherstudie wurde vom 27. November bis zum 10. Dezember 2018 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut Harris Interactive 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 befragt. Die Befragungen erfolgten auf dem CAWI-System.

Über Consors Finanz

Consors Finanz ist eine Marke der internationalen BNP Paribas Gruppe. Als einer der führenden Consumer-Finance-Anbieter in Deutschland bietet Consors Finanz Lösungen, die die Absatzfinanzierung für Händler sowie den Bezahlvorgang für Kunden am Point of Sale und im E-Commerce einfacher machen – jederzeit und überall. Das Unternehmen gestaltet die Zukunft des digitalen Bezahls und Finanzierens aktiv mit und ermöglicht Kunden, ihre Liquidität komplett online zu managen.

Das Produktportfolio umfasst Ratenkredite zur Finanzierung von Konsumwünschen bis hin zur nachhaltigen Kreditschuldung, Kartenprodukte mit Verfügungsrahmen sowie in Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern ergänzende Versicherungs- und Zusatzprodukte. Kunden profitieren von diesem Angebot direkt bei Consors Finanz und über angeschlossene Partner wie Handelsunternehmen, Makler, Banken oder Versicherungen.
www.consorsfinanz.de

Über BNP Paribas in Deutschland

BNP Paribas ist eine führende europäische Bank mit internationaler Reichweite. Sie ist mit mehr als 202.000 Mitarbeitern in 72 Ländern vertreten, davon nahezu 154.000 in Europa. In Deutschland ist die BNP Paribas Gruppe seit 1947 aktiv und hat sich mit 12 Geschäftseinheiten 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



CONSORS FINANZ
BNP PARIBAS



Weitere Informationen erhalten Sie bei:

Consors Finanz

Dr. Stefan Mette

Pressesprecher

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

E-Mail: presse@consorsfinanz.de