

Creditplus Bank AG Verbraucherindex

Jeder dritte Deutsche plant Möbelkauf

Dienstag, 15.05.2018



35% aller Deutschen möchte sich in den kommenden drei Monaten neue Möbel in die Wohnung stellen. Dies zeigt der Verbraucherindex Frühjahr 2018 der Creditplus Bank AG. Die Nachfrage entspricht damit dem Niveau der Vorgängerbefragung vom Herbst 2017 (34%). Der aktuelle Index zeigt allerdings eine leichte Verschiebung hin zum Luxussegment: 38% der Kaufinteressierten planen, mehr als 1.250 Euro für neue Einrichtung zu investieren. Im vergangenen Herbst lag dieser Wert bei 36%.

Zwei Drittel der Haushalte, in denen Neuanschaffungen geplant sind, investieren in einem überschaubaren Rahmen: 36% werden voraussichtlich bis zu 625 Euro ausgeben, weitere 26% zwischen 625 und 1250 Euro. 5% aller Möbelkäufer werden sogar mehr als 6.250 Euro ausgeben.

Wohnzimmermöbel am gefragtsten

58% planen Neuanschaffungen fürs Wohnzimmer. An zweiter Stelle folgt das Schlafzimmer – 38% der Möbelkäufer wollen an Bett oder Kleiderschrank etwas verändern. Eine neue Küche nehmen 21% für die kommenden drei Monaten in Angriff, im Badezimmer soll es für 17% hübscher werden. Esstisch, Stühle oder Vitrine beabsichtigen 15% noch vor dem Sommer anzuschaffen. In die Kinderzimmer 12% aller investieren, die einen Kauf geplant haben.

Anschaffung auf Kredit im Westen populärer

Bei der Bereitschaft, die Neuerwerbungen über Kredite zu finanzieren, zeigt der Verbraucherindex eine Veränderung gegenüber den vorigen Studien: 2017 war die Bereitschaft dazu in den östlichen

Bundesländern höher. Dieses Verhältnis hat sich 2018 verschoben. In den alten Bundesländern waren 48% der Befragten, die eine größere Anschaffung planen, ganz oder teilweise zur Kreditfinanzierung bereit. In den neuen Ländern sind es 44%. Über die Gesamtbevölkerung betrachtet liegt der Wert bei 47%.

Zur Studie: Im Februar 2018 wurden 2.000 Personen ab 14 Jahren online durch das Marktforschungsinstitut Toluna befragt. Die Studie ist repräsentativ und bietet einen Einblick in das Verbraucherverhalten der Bevölkerung. Die Ergebnisse stellen Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Verbrauchergruppen heraus.

Jeder dritte Deutsche plant Möbelkauf