

# KONSUMKREDIT-INDEX (KKI)

Frühjahrsprognose 2013

# Inhalt

1. Zielsetzung und Studiendesign
2. Ergebnisse im Einzelnen
3. Frühjahrsprognose 2013
4. Summary

# Zielsetzung



Seit 2008 führt der Bankenfachverband gemeinsam mit der GfK Finanzmarktforschung eine regelmäßige Studie zum Thema Konsum- und Kfz-Finanzierung durch.

Ziel dieser Studie ist es, die Bekanntheit von unterschiedlichen Finanzierungsformen, Verbrauchereinstellungen sowie das tatsächliche Verbraucherverhalten in Bezug auf die Nutzung von Konsumkrediten im Zeitverlauf zu ermitteln.

Um diese Ziele zu vertiefen, wurde ab Frühjahr 2011 ein Konsumkredit-Index (KKI) auf Grundlage des derzeitigen Finanzierungsverhaltens etabliert, der geeignet ist, das zukünftige Finanzierungsverhalten von Endkunden für verschiedene Konsumkreditformen abzuschätzen.

Der vorliegende Frühjahrs-Index basiert auf den Einschätzungen der Haushalte Anfang des Jahres 2013.



### Erhebungsmethode

Schriftliche Befragung, Trägerstudie: GfK Finanzmarktpanel

### Zielgruppe

Repräsentative Stichprobe der deutschen Haushalte bis 75 Jahre

### Befragungsgebiet

Bundesrepublik Deutschland

### Stichprobe

n=1.767 Interviews, die Ergebnisse wurden nachgewichtet

### Befragungszeitraum

25. Januar 2013 bis 21. Februar 2013





### 1. Tatsächliche Anschaffungen der letzten 12 Monate

- Art der Anschaffung (Neuwagen, Gebrauchtwagen, Möbel, ...)
- Spontanität der Anschaffung (geplant, ungeplant)
- Kreditfinanzierung der Anschaffung
- Genutzte Kreditform der Anschaffung
- Höhe der genutzten Kredite



### 2. Geplante Anschaffungen der nächsten 12 Monate

- Art der geplanten Anschaffung (Neuwagen, Gebrauchtwagen, Möbel, ...)
- Kreditfinanzierung der geplanten Anschaffung
- Voraussichtliche Kreditform der Anschaffung
- Voraussichtliche Höhe der Kredite



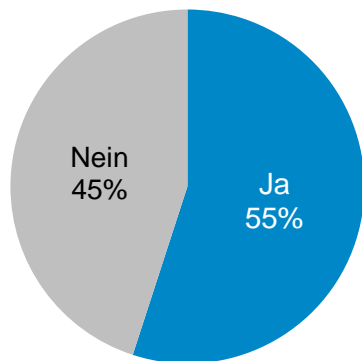
# Inhalt

1. Zielsetzung und Studiendesign
2. Ergebnisse im Einzelnen
3. Frühjahrsprognose 2013
4. Summary

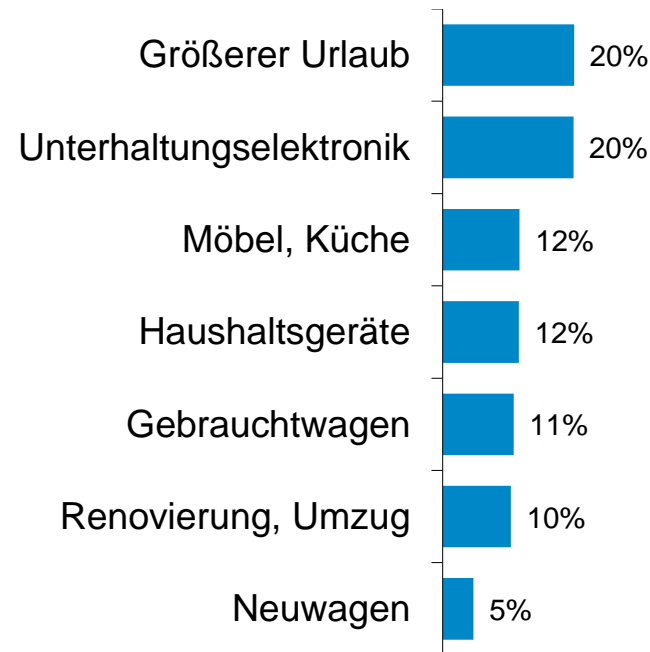
# Anschaffungen in den letzten 12 Monaten

## Gesamt und nach einzelnen Anschaffungen

**Anschaffung  
in den letzten 12 Monaten**  
n = 1.767



**Art der Anschaffung  
in den letzten 12 Monaten**  
n = 1.767



55% aller Befragten haben in den letzten 12 Monaten größere Anschaffungen getätigt.

Dabei standen vor allem größere Urlaubsreisen, aber auch Unterhaltungselektronik im Fokus. Der Kauf von Neuwagen liegt mit 5% deutlich darunter.



Lesebeispiel: 20% aller Befragten haben sich im letzten Jahr Unterhaltungselektronik angeschafft.

F1a: Welche der folgenden größeren Anschaffungen / Ausgaben haben Sie in Ihrem Haushalt in den letzten 12 Monaten getätigt?

Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt

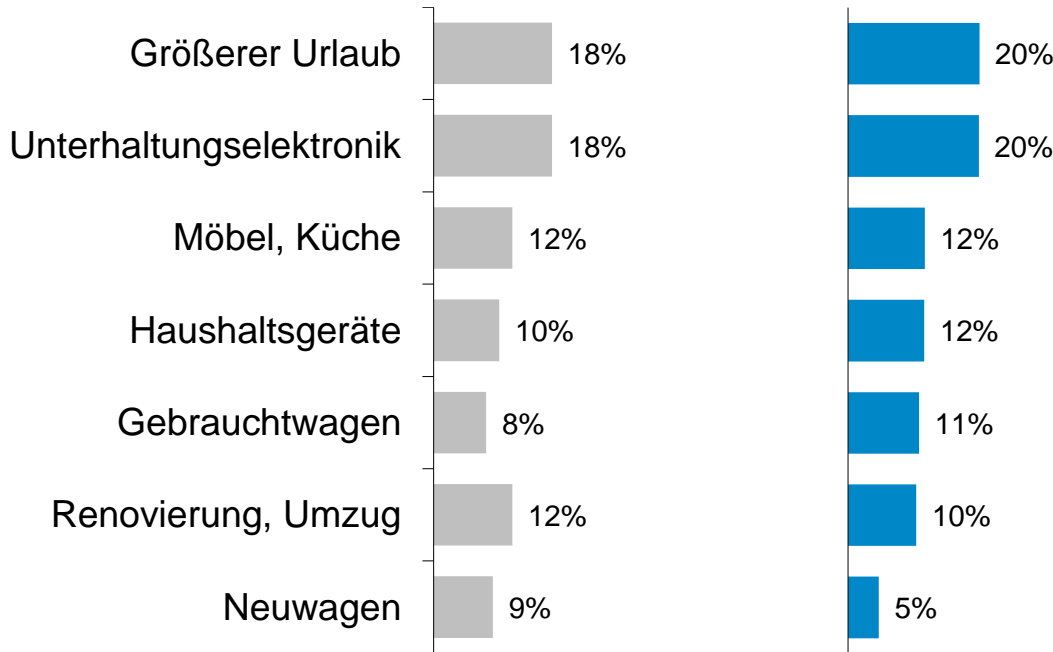
© GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

# Anschaffungen in den letzten 12 Monaten

## Jahresvergleich: Frühjahr 2013 zu Frühjahr 2012

**Art der Anschaffung in den letzten 12 Monaten (KKI Frühjahr 2012)**  
n = 2.250

**Art der Anschaffung in den letzten 12 Monaten (KKI Frühjahr 2013)**  
n = 1.767



Das Anschaffungsniveau ist weiterhin hoch. Bis auf die Anschaffungen von Neuwagen - welche deutlich zurück gingen – lassen sich im Vergleich zur Erhebung aus dem Frühjahr 2012 kaum Veränderungen in den Anschaffungen messen.



Lesebeispiel: 20% aller Befragten haben sich im letzten Jahr Unterhaltungselektronik angeschafft. Dieser Wert ist im Vergleich zum Frühjahr 2012 leicht positiv (+2%-Punkte).

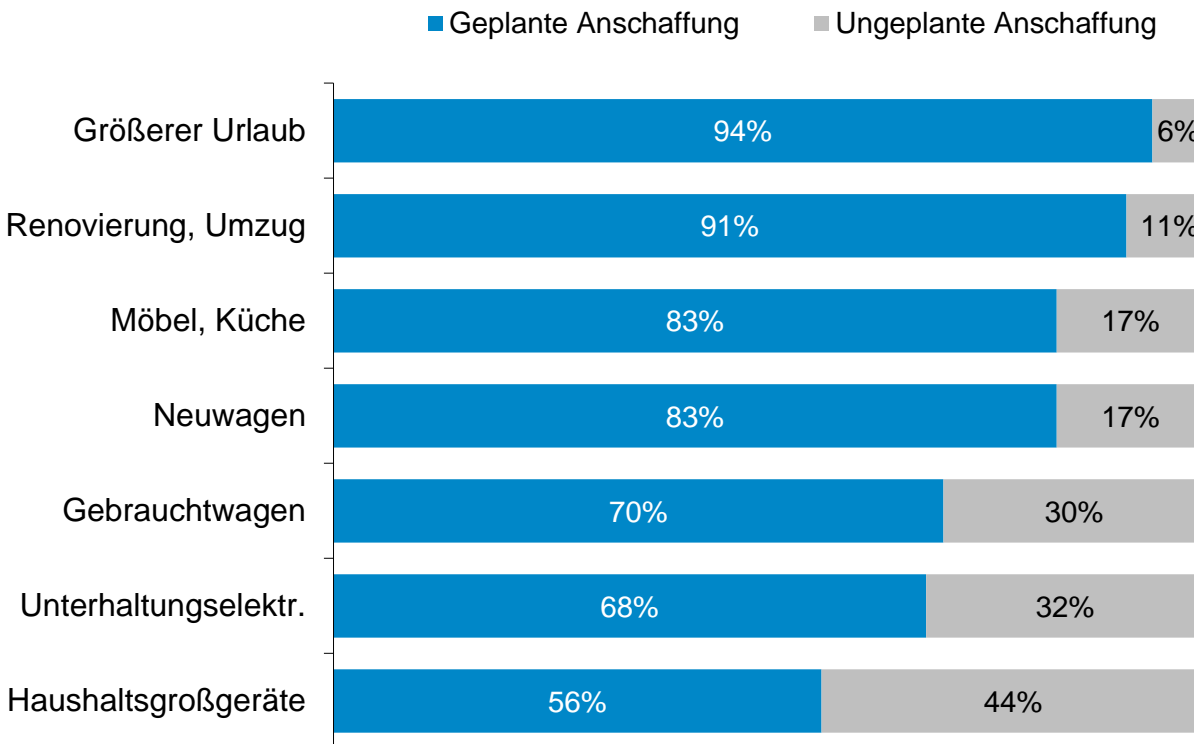
F1a: Welche der folgenden größeren Anschaffungen / Ausgaben haben Sie in Ihrem Haushalt in den letzten 12 Monaten getätigt?  
Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt (Frühjahr 2012: 2.250 Befragte)



# Anschaffungen in den letzten 12 Monaten

## Anteil an den geplanten Anschaffungen

### Teilgruppe: Hat jeweils das Produkt angeschafft



Größere Urlaubsreisen, Renovierungen oder die Anschaffung von Möbeln oder Küchen werden geplant.

Bei Haushaltsgrößgeräten halten sich Planung und spontaner Kauf nahezu die Waage.



Lesebeispiel: 94% aller größeren Urlaubsreisen werden im Vorfeld geplant, 44% aller Haushaltsgrößgeräte werden spontan gekauft.

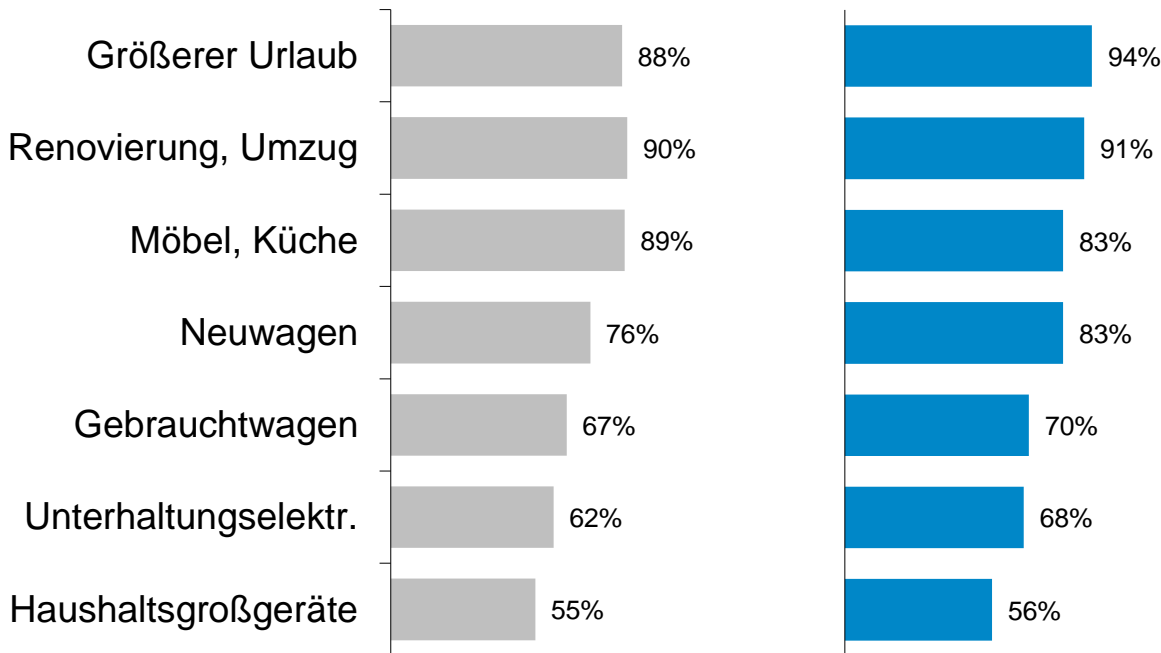
F1a: Welche größeren Anschaffungen / Ausgaben haben Sie in Ihrem Haushalt in den letzten 12 Monaten getätigt?

F1b: Bitte geben Sie für alle getätigten Anschaffungen / Ausgaben an, ob diese geplant waren. Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt

# Anschaffungen in den letzten 12 Monaten

## Anteil an geplanten Anschaffungen im Zeitverlauf

**Anteil an geplanten Anschaffungen (KKI Frühjahr 2012)** **Anteil an geplanten Anschaffungen (KKI Frühjahr 2013)**  
n = 2.250 n = 1.767



Die Anteile an geplanten Käufen/ Anschaffungen steigen insgesamt leicht an. Die Anschaffung von Unterhaltungselektronik ist bereits zu 68% im Vorfeld geplant gewesen.



Lesebeispiel: 94% aller größeren Urlaubsreisen werden im Vorfeld geplant.

F1a: Welche größeren Anschaffungen / Ausgaben haben Sie in Ihrem Haushalt in den letzten 12 Monaten getätigt?

F1b: Bitte geben Sie für alle getätigten Anschaffungen / Ausgaben an, ob diese geplant waren.

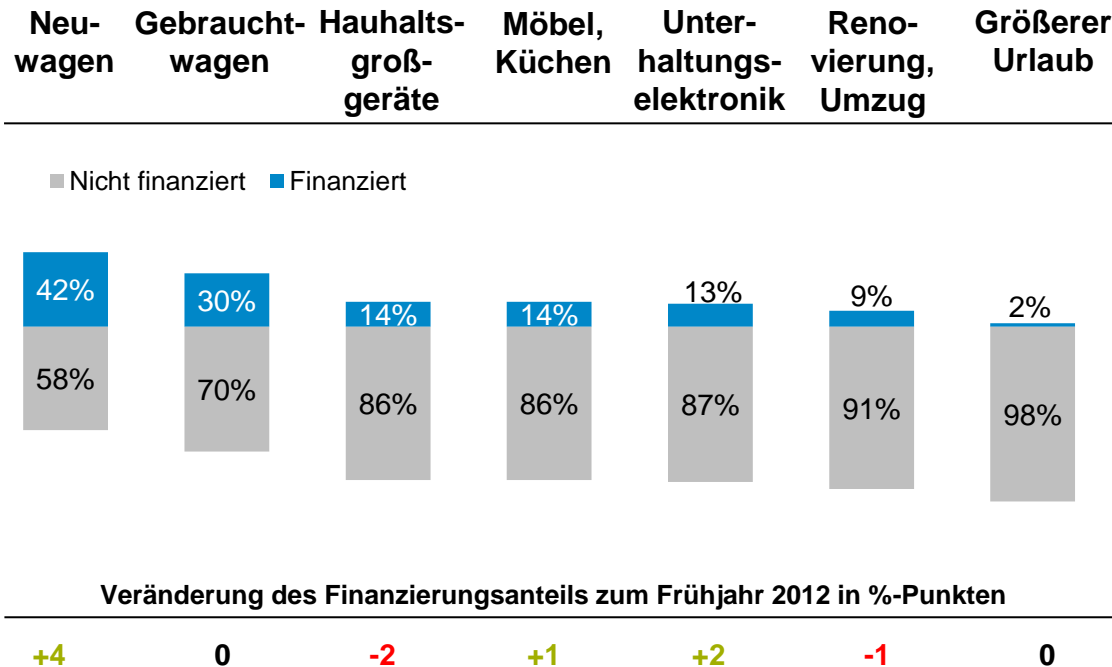
Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt (Frühjahr 2012: 2.250 Befragte)

© GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

# Anschaffungen in den letzten 12 Monaten

## Finanzierung

### Anschaffung in den letzten 12 Monaten getätigt



42% aller Neuwagen werden derzeit zumindest teilfinanziert. Die Bereitschaft, Kredite aufzunehmen, ist im Vergleich zum Vorjahr insgesamt leicht gestiegen.



Lesebeispiel: 42% aller Neuwagenkäufer haben ihr Fahrzeug finanziert.

F1a: Welche größeren Anschaffungen / Ausgaben haben Sie in Ihrem Haushalt in den letzten 12 Monaten getätigt?

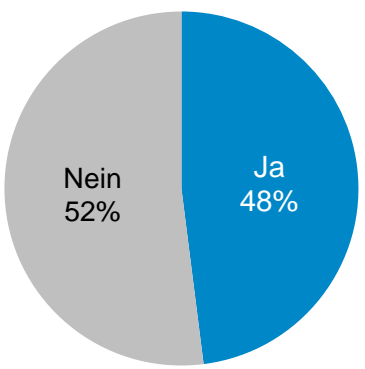
F1c: Haben Sie dafür einen der unten genannten Kredite aufgenommen? (Frühjahr 2012: n=2.250 Befragte)

Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt

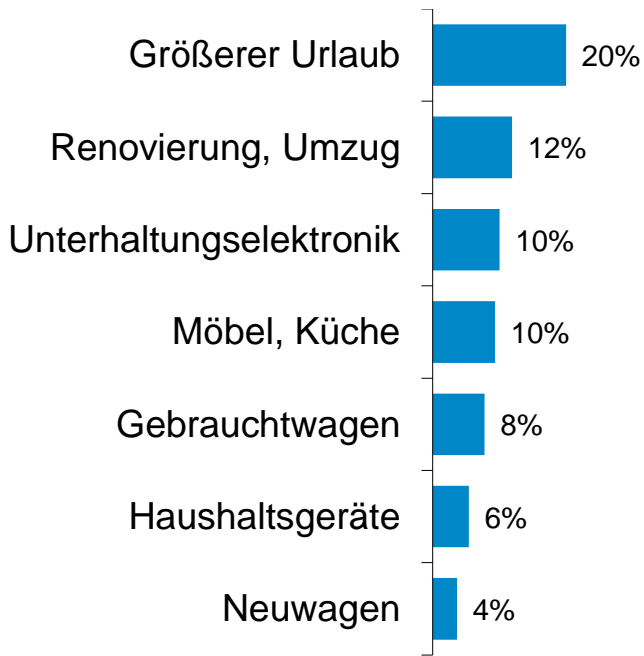
© GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

# Geplante Anschaffungen in den nächsten 12 Monaten


**Geplante Anschaffungen  
in den nächsten 12 Monaten**  
n = 1.767



**Art der geplanten Anschaffungen  
in den nächsten 12 Monaten**  
n = 1.767



48% aller Befragten planen derzeit größere Anschaffungen/Ausgaben zu tätigen – im Fokus: Urlaubsreisen und Renovierungen.

 Lesebeispiel: 12% aller Befragten planen Renovierungen oder Umzüge in den nächstens 12 Monaten.

F2a: Planen Sie eine oder mehrere der im Folgenden genannten Anschaffungen/Ausgaben in den nächsten 12 Monaten?  
Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt  
© GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

# Geplante Anschaffungen in den nächsten 12 Monaten

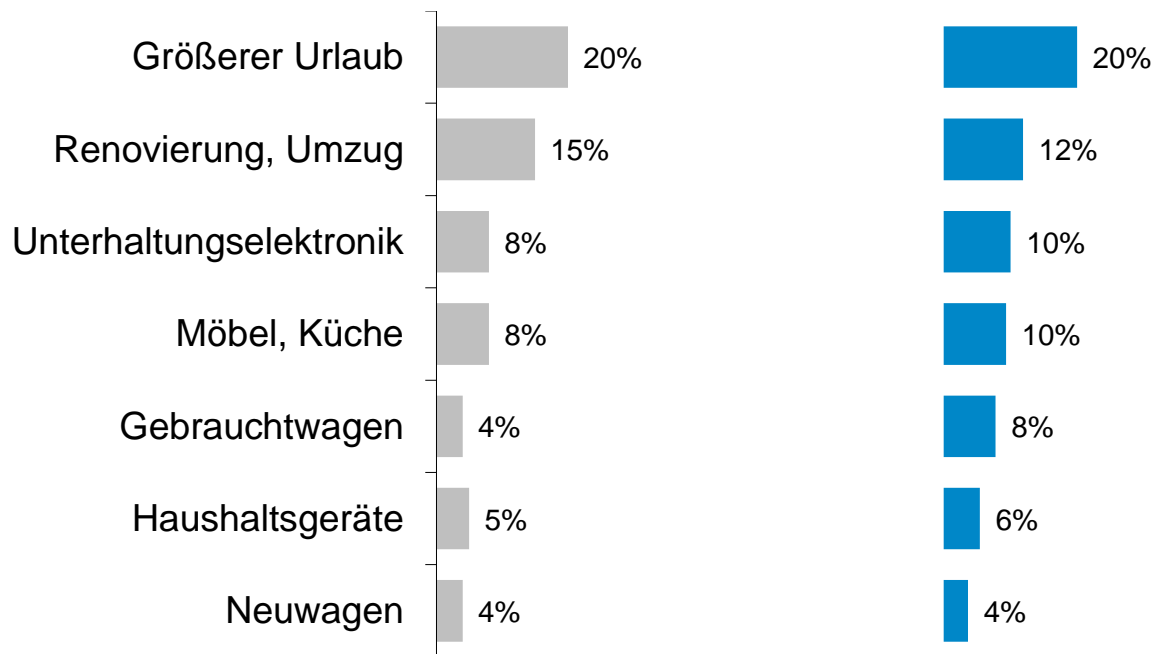
## Jahresvergleich: Frühjahr 2013 zu Frühjahr 2012

### Art der geplanten Anschaffungen in den nächsten 12 Monaten (KKI Frühjahr 2012)

n = 2.250

### Art der geplanten Anschaffungen in den nächsten 12 Monaten (KKI Frühjahr 2013)

n = 1.767



Die Anschaffungsneigung bleibt weiterhin hoch. 20% aller Haushalte planen für die nächsten 12 Monate größere Urlaubsreisen zu unternehmen, 12% planen größere Renovierungsarbeiten oder einen Umzug.



Lesebeispiel: 12% aller Befragten planen Renovierungen oder Umzüge in den nächstens 12 Monaten.

F2a: Planen Sie eine oder mehrere der im Folgenden genannten Anschaffungen/Ausgaben in den nächsten 12 Monaten?

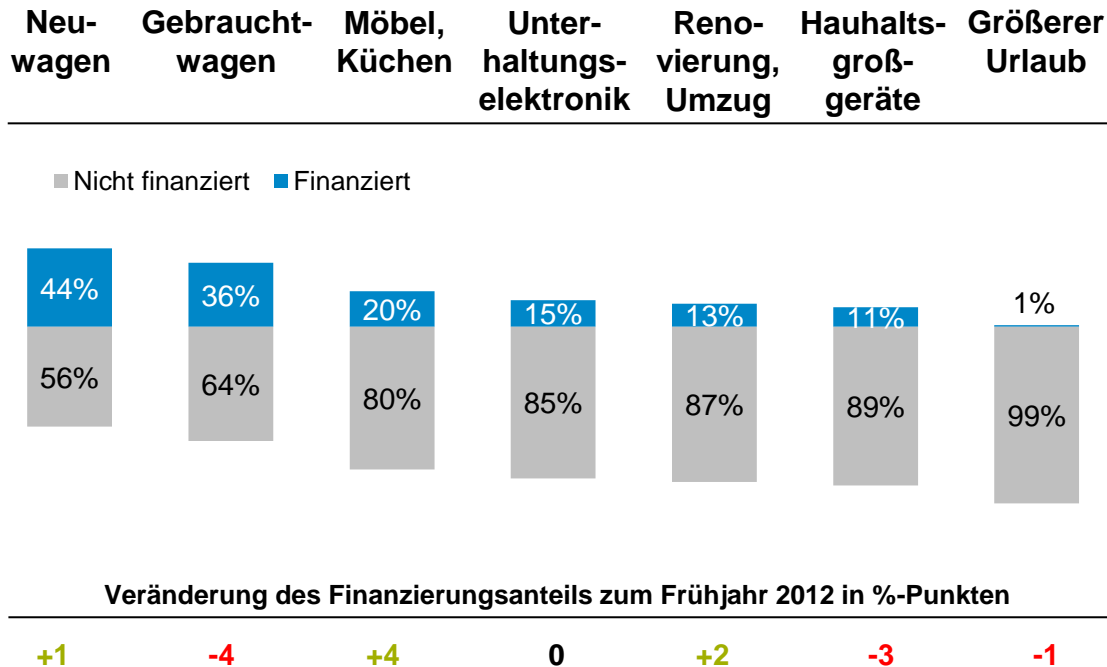
Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt (Frühjahr 2012: 2.250 Befragte)

© GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

# Geplante Anschaffungen in den nächsten 12 Monaten

## Finanzierung

### Kreditfinanzierung vorstellbar – Planer der jeweiligen Anschaffung



Die Finanzierungsbereitschaft für einzelne Produkte ist sehr hoch, im Vergleich zum Vorjahr ist vor allem bei der Möbel- und Küchenfinanzierung ein leichter Zuwachs zu verzeichnen.



Lesebeispiel: 44% aller Befragten, die einen Neuwagen kaufen wollen, halten eine Kreditaufnahme dafür für möglich.

F 2a: Planen Sie eine oder mehrere der im Folgenden genannten Anschaffungen/Ausgaben in den nächsten 12 Monaten?

F 2b: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, dafür einen Kredit in Anspruch zu nehmen?

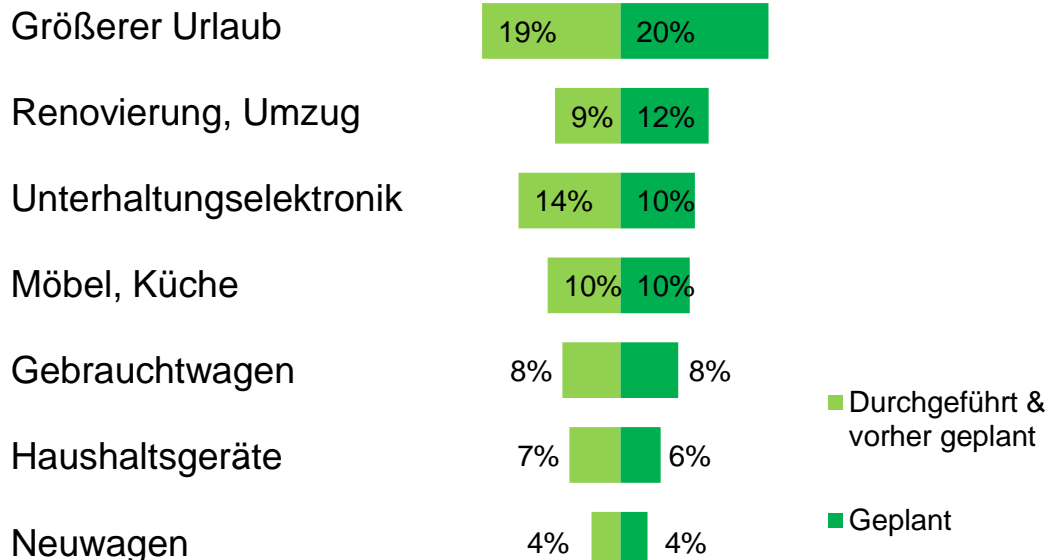
Basis: 1.767 Befragte; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt (Frühjahr 2012: 2.250 Befragte)

© GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

# Geplante Anschaffungen in der Vergangenheit und in den nächsten 12 Monaten

**Art der geplanten Anschaffung in den letzten 12 Monaten**  
n=976 Befragte

**Art der geplanten Anschaffung in den nächsten 12 Monaten**  
n=1.767 Befragte



20% aller Befragten planen größere Urlaubsreisen; 19% haben in den vergangenen 12 Monaten eine geplante Urlaubsreise durchgeführt.

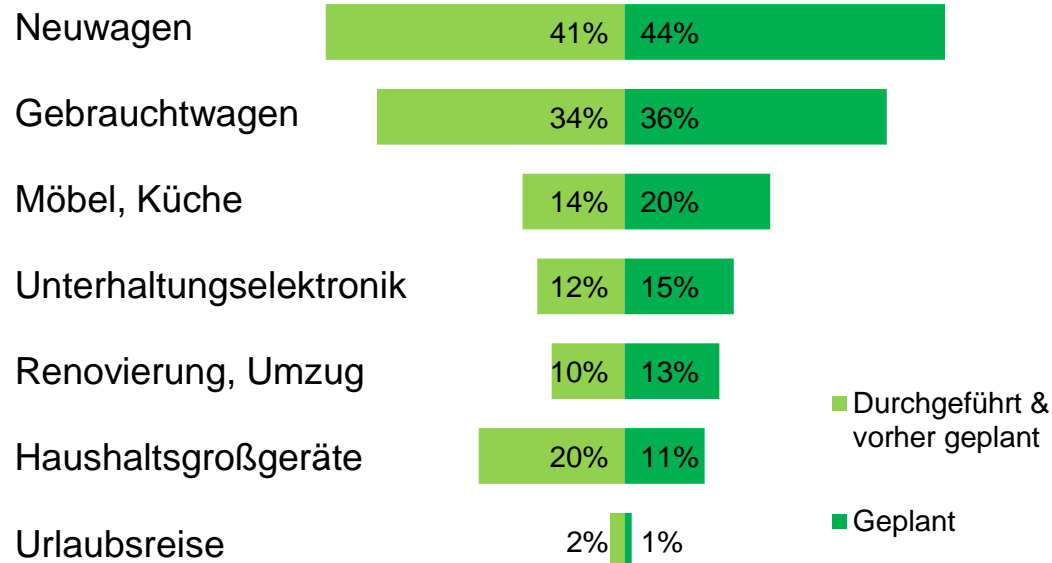
F1a: Welche größeren Anschaffungen / Ausgaben haben Sie in Ihrem Haushalt in den letzten 12 Monaten getätigt?  
 F1b: Teilgruppe: Hat die Anschaffung geplant  
 F2a: Planen Sie eine oder mehrere der im Folgenden genannten Anschaffungen/Ausgaben in den nächsten 12 Monaten?  
 Basis: 1.767 Befragte, davon 976 mit geplanten Anschaffungen; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt  
 © GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

# Getätigte und vorstellbare Finanzierungen

Teilgruppe: Geplante Anschaffung in der Vergangenheit und in den nächsten 12 Monaten

**Kreditfinanzierer  
in den letzten 12 Monaten**  
Teilgruppe: Planer\*

**Voraussichtliche Kreditfinanzierer  
in den nächsten 12 Monaten**



44% aller Neuwagenkäufe und 36% aller Gebrauchtwagenkäufe sollen in den nächsten 12 Monaten finanziert werden.



Lesebeispiel: 11% aller geplanten Haushaltsgroßgeräte – sollen finanziert werden.

F1c: Haben Sie dafür einen der unten genannten Kredite aufgenommen?  
F2b: Können Sie sich grundsätzlich vorstellen, dafür einen Kredit in Anspruch zu nehmen?  
Teilgruppe: Planer \*Die Anschaffung war geplant.  
Basis: 976 Befragte mit geplanten Anschaffungen; Sonstige Anschaffungen nicht dargestellt  
© GfK 2013 | GfK Consumer Experiences | Konsumkredit-Index Frühjahrsprognose 2013

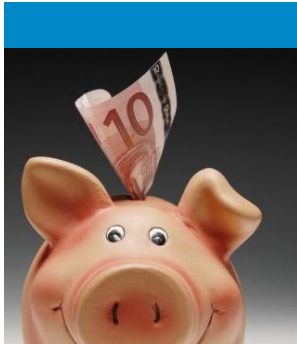


# Inhalt

1. Zielsetzung und Studiendesign
2. Ergebnisse im Einzelnen
- 3. Frühjahrsprognose 2013**
4. Summary

# Konsumkredit-Index

## Methodische Grundlagen



Der Konsumkredit-Index baut auf den Ergebnissen mehrerer Untersuchungen auf:

1. KKI – Herbstprognose 2012
  2. KKI – Frühjahrsprognose 2013 (aktuelle Befragung)
- ➔ Dadurch stützt sich der Konsumkredit-Index sowohl auf aktuelle Ist- und Planwerte als auch auf Ist- und Planwerte Werte aus der Vergangenheit.



Im Einzelnen wurden folgende Kennwerte aus beiden Untersuchungen für die anschließende Berechnung berücksichtigt:

1. Getätigte und vorher geplante Anschaffungen der letzten 12 Monate
2. Kreditfinanzierung der getätigten und geplanten Anschaffungen der letzten 12 Monate
3. Geplante Anschaffungen der nächsten 12 Monate
4. Geplante Kreditfinanzierung der nächsten 12 Monate



Dies hat den Vorteil, auch Bewertungen aus der Vergangenheit, die sich aber auf den aktuellen Zeithorizont beziehen, in die Analyse zu integrieren. Dadurch wird die Aussagekraft des KKI erhöht.

# Konsumkredit-Index

## Methodische Grundlagen



Der Konsumkredit-Index baut auf den geplanten Aktivitäten der Haushalte in den einzelnen Finanzierungsbereichen auf.

Im Rahmen der Analysen wurden folgende Annahmen getroffen:

1. Die finanzierten Summen pro Anschaffung bleiben in den betrachteten Kategorien auch für die kommende Periode (12 Monate) konstant.
2. Die Anteile der geplanten Anschaffungen spiegeln auch die Anteile der tatsächlichen Neugeschäfte wider.
3. Die getätigten Anschaffungen der letzten 12 Monate sind ein guter Indikator für zukünftige Entwicklungen.
4. Bewertungen aus der Vergangenheit haben auch weiterhin ihre Gültigkeit.

# Konsumkredit-Index

## Methodische Grundlagen



Der Konsumkredit-Index berücksichtigt alle abgefragten Anschaffungsformen und setzt sich aus zwei Teilwerten zusammen:

- Anschaffungsplanung
- Finanzierungsplanung



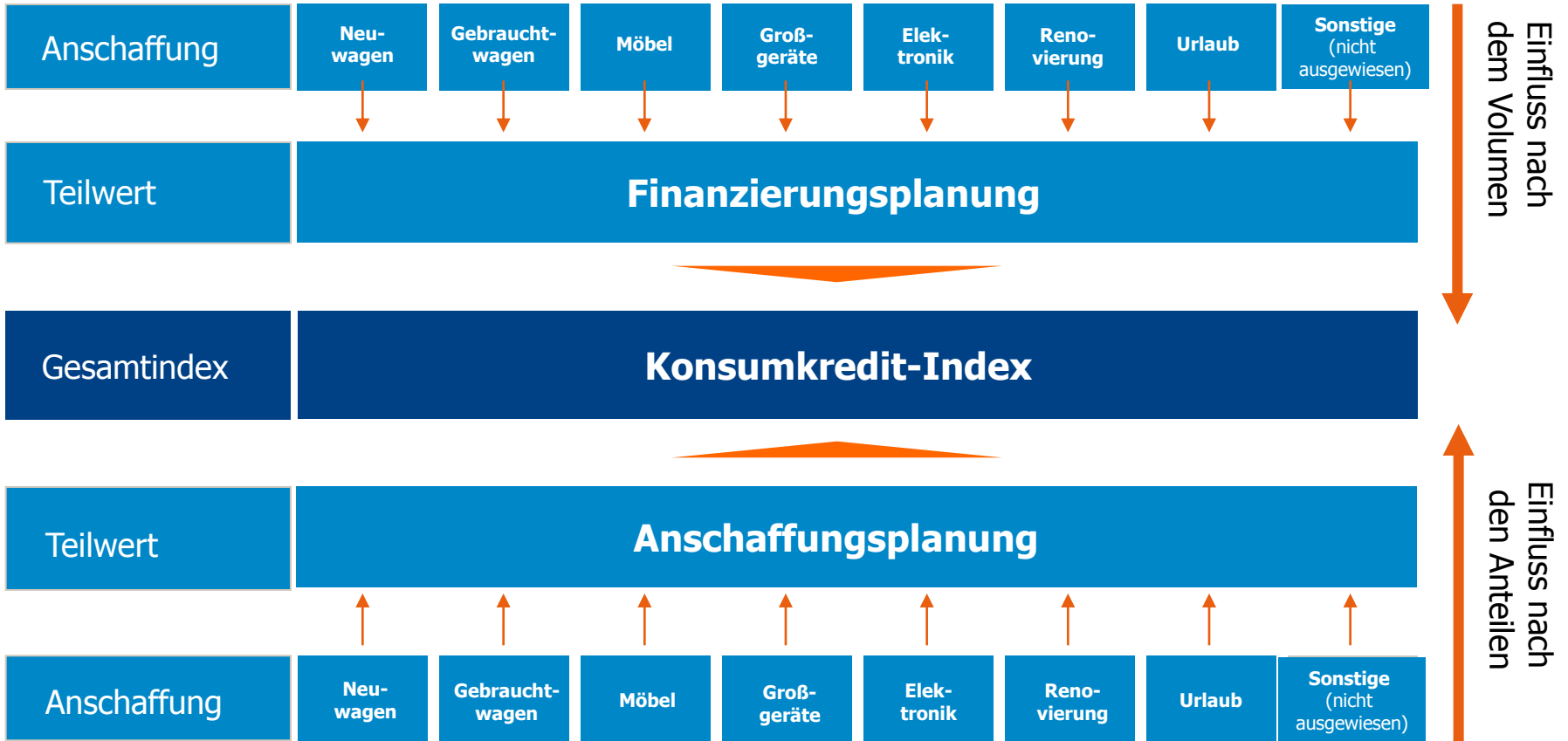
Sowohl die einzelnen Teilwerte, als auch der Konsumkredit-Index selbst, wurden auf Grundlage der einzelnen Kategorien gewichtet und nach dem Kreditvolumen und der getätigten Anschaffung berechnet.

Der Indexwert zeigt an, welche Veränderungen (in %) durchschnittlich in den einzelnen Segmenten zu erwarten sind. Ein Indexwert unter 75 zeigt eine Reduktion, ein Indexwert zwischen 75 bis 125 zeigt ein relativ konstantes Marktniveau im Jahr 2013, ein Indexwert von 126-150 zeigt eine leichte Steigerung, ein Indexwert von mehr als 150 zeigt eine deutliche Steigerung an.



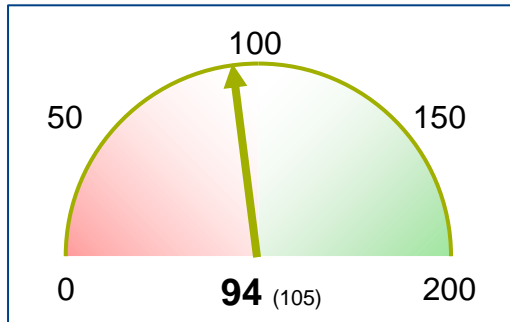
# Konsumkredit-Index

## Schematischer Aufbau



# Anschaffungsplanung

## Berechnungsgrundlage



**Die Anschaffungsplanung** ist eine Maßzahl für die zukünftig zu erwartenden Anschaffungen der Haushalte.

Ein Wert von derzeit 94 Punkten lässt ein nahezu konstantes Niveau der Anschaffungen im Frühjahr 2013 erwarten.

Für die Berechnung wurden folgende Kennwerte der aktuellen und vorausgegangenen Untersuchung im Verhältnis 2:1 für die geplanten Anschaffungen in die Berechnung integriert:

- Anschaffung war geplant und wurde in den letzten 12 Monaten durchgeführt = Ausgangswert
- Anschaffung ist in den nächsten 12 Monaten geplant = Entwicklung

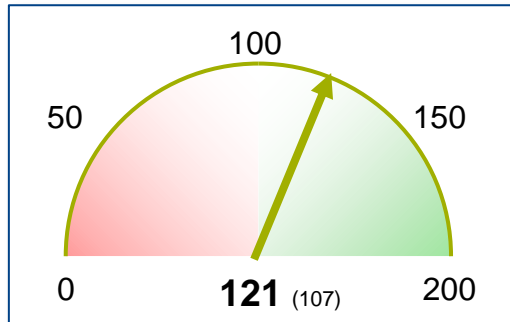
---

Anschaffungsplanung = (Entwicklung Herbst 2012 + Entwicklung Frühjahr 2013 x 2) / 3 / Ausgangswert  
[gewichtet nach den aktuellen Anteilen]

(in Klammern: Anschaffungsplanung Frühjahr 2012)

# Finanzierungsplanung

## Berechnungsgrundlage



**Die Finanzierungsplanung** ist eine Maßzahl für die Bereitschaft zukünftig Kredite aufzunehmen.

Ein Wert von aktuell 121 Punkten lässt auf eine positive Entwicklung schließen.

Für die Berechnung wurden folgende Kennwerte der aktuellen und vorausgegangenen Untersuchung pro geplanter Anschaffung im Verhältnis 2:1 in die Berechnung integriert:

- Anteil der derzeitigen Finanzierungen an allen Anschaffungen 2013 = Ausgangswert
- Anteil den geplanten Finanzierungen an allen geplanten Anschaffungen 2013 = Entwicklung

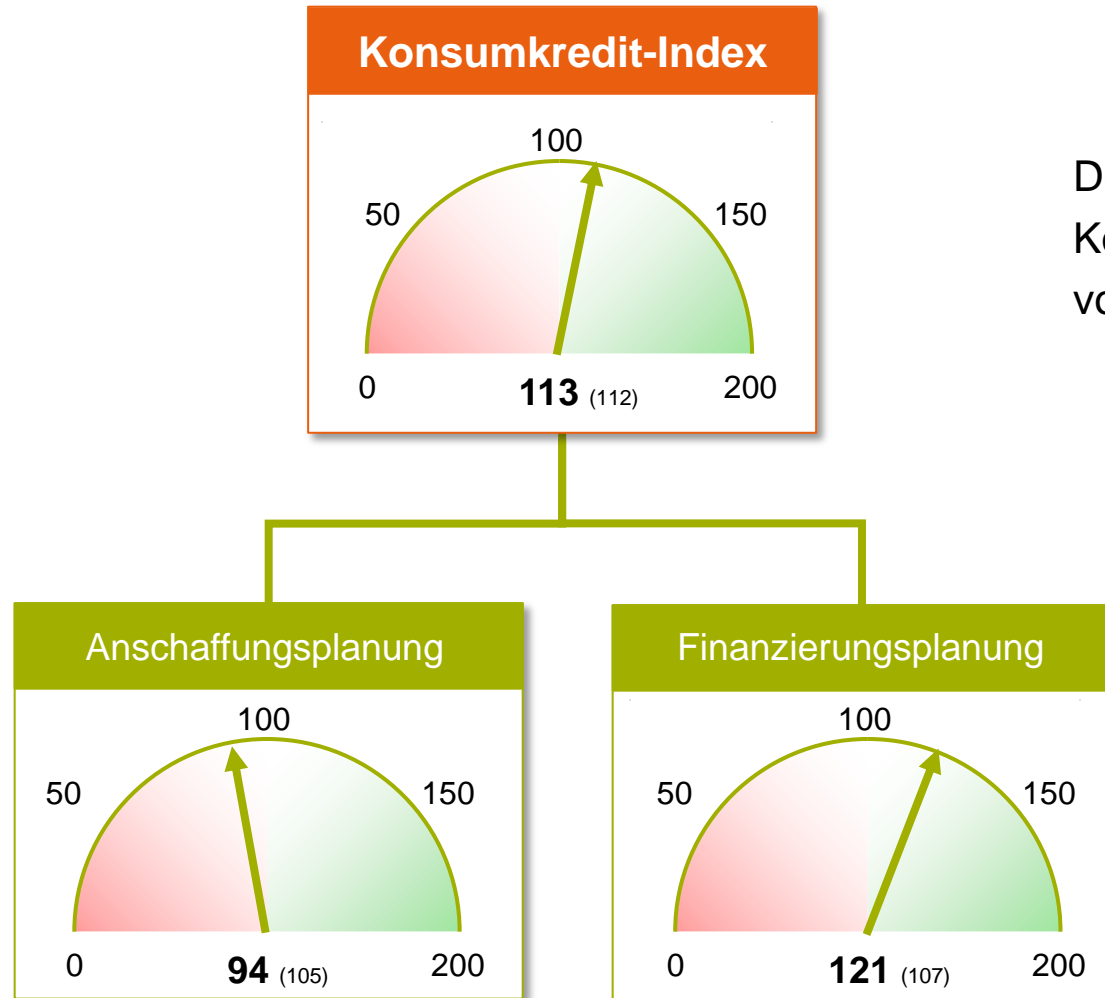
---

Finanzierungsplanung = (Entwicklung Herbst 2012 + Entwicklung Frühjahr 2013 x 2) / 3 / Ausgangswert  
[gewichtet nach dem aktuellen Kreditvolumen]

(in Klammern: Finanzierungsplanung Frühjahr 2012)

# Konsumkredit-Index

## Kennwerte

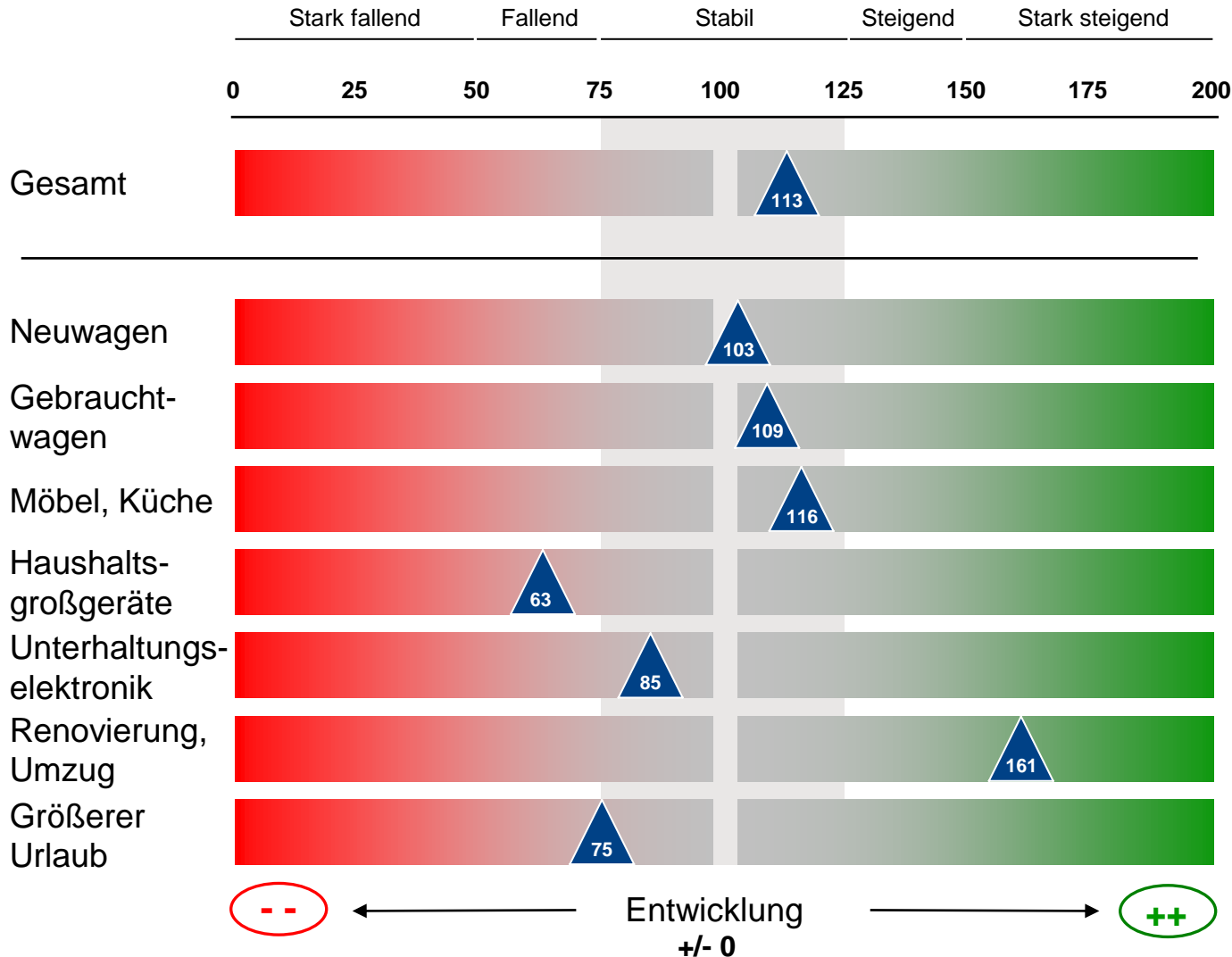


Derzeit erreicht der Konsumkredit-Index einen Wert von 113 Punkten.

**i** Sind beide Teilwerte positiv oder negativ, so verstärkt sich der Ausschlag des Konsumkredit-Index.  
in Klammern: Frühjahrswerte 2012



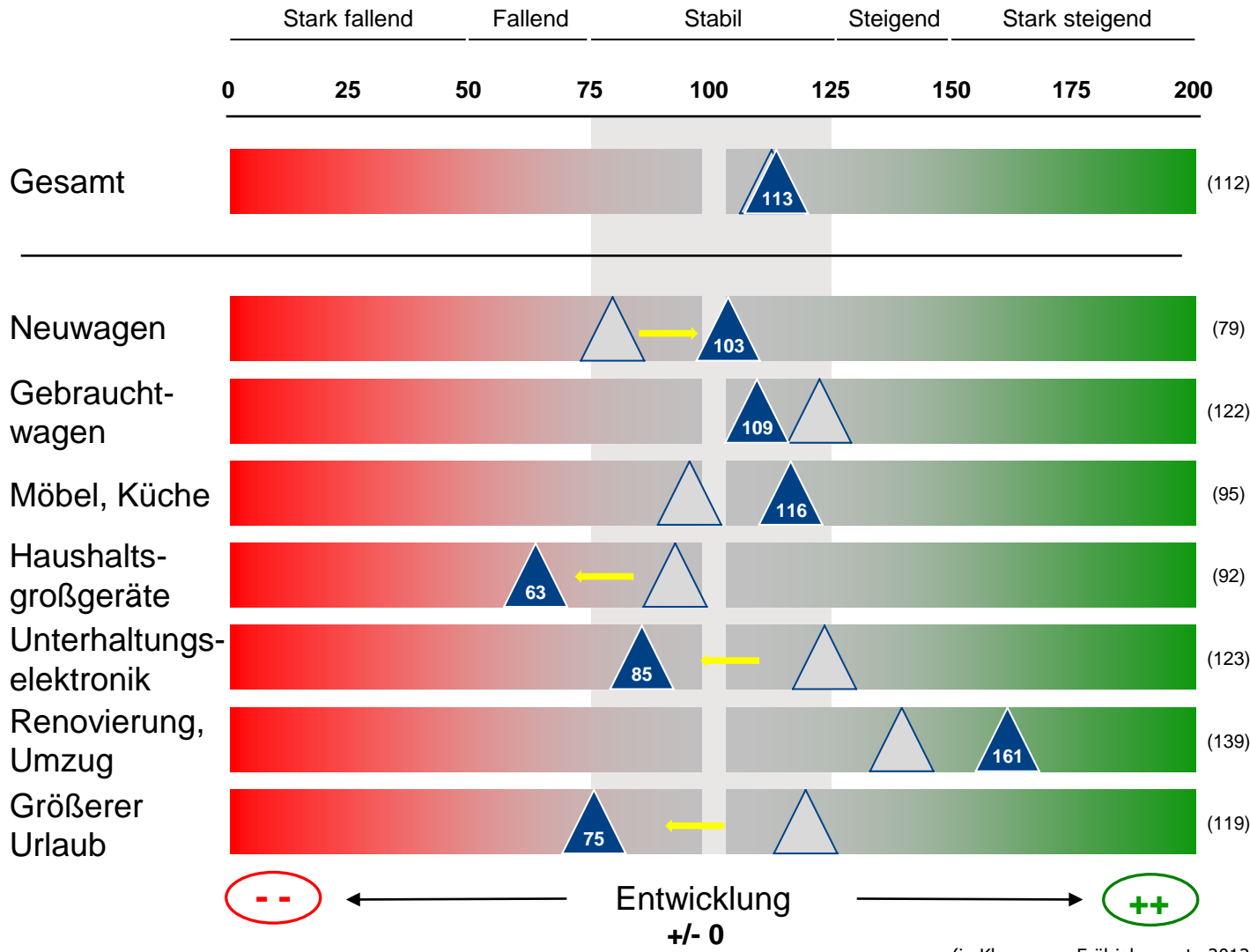
# Konsumkredit-Index im Detail





Der Konsumkredit-Index für 2013 ist mit 113 Punkten relativ stabil, mit einer leicht positiven Tendenz.

Dieser Wert wird vor allem durch die Bereitschaft der Verbraucher, mehr Kredite für Renovierungen und Möbel aufnehmen zu wollen, gespeist.

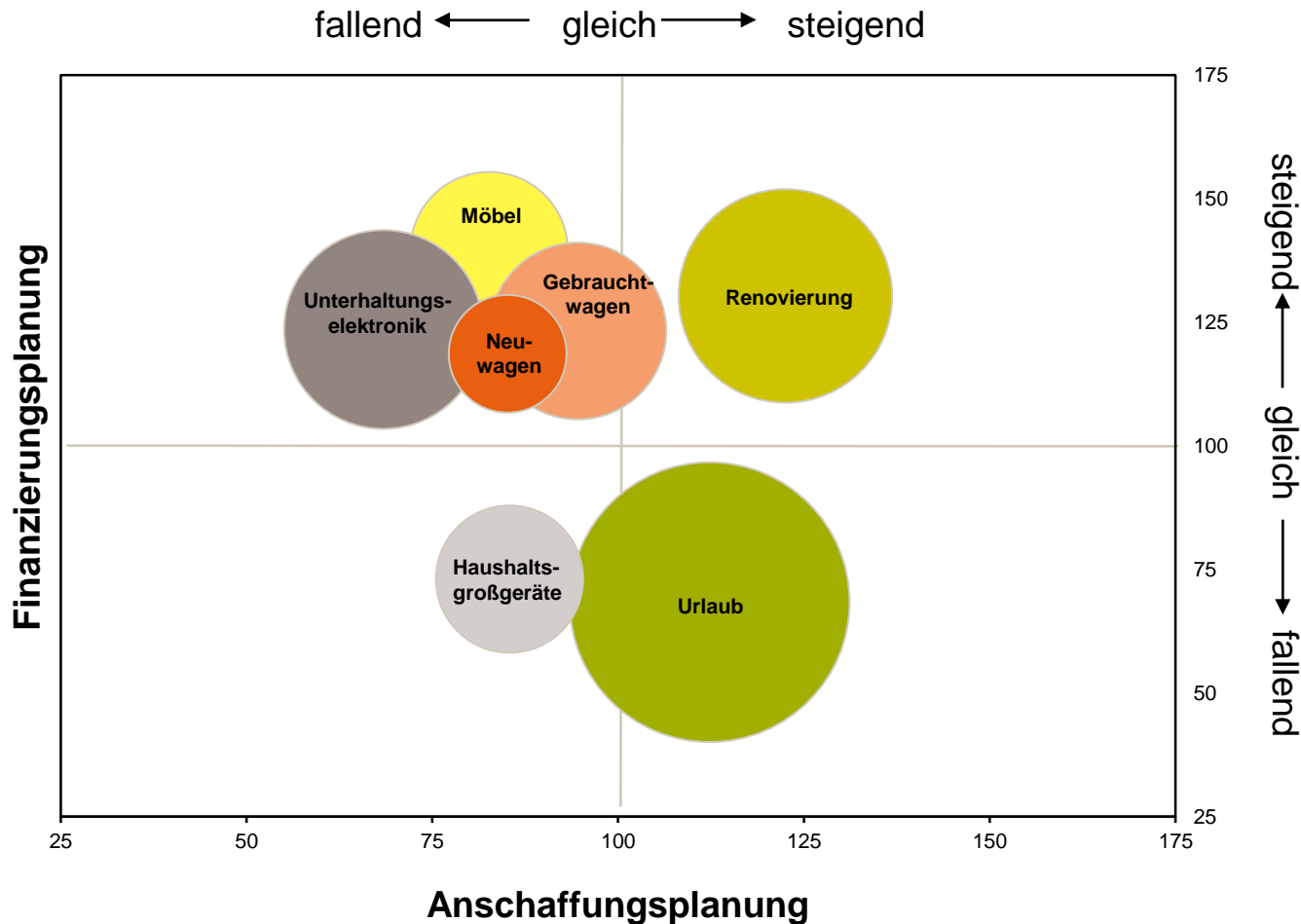
# Konsumkredit-Index im Vergleich zum Frühjahr 2012



Der Konsumkredit-Index für 2013 ist mit 113 Punkten relativ stabil, mit einer leicht positiven Tendenz - auf Einzelprodukt-ebene werden allerdings stärkere Verschiebungen deutlich.

 KKI-Frühjahr 2013  
 KKI-Frühjahr 2012

# Konsumkredit-Index im Überblick



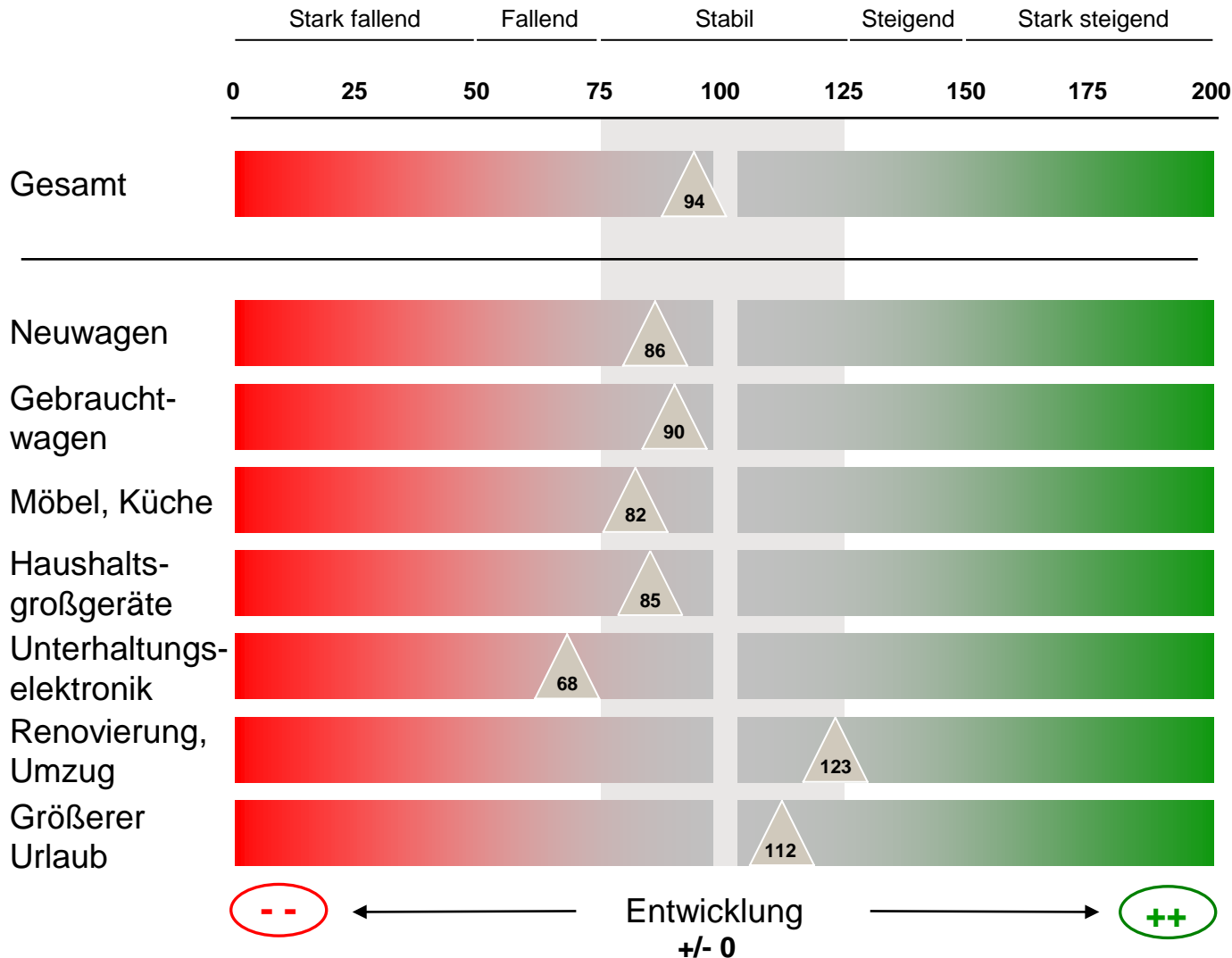
Urlaub und Renovierungsmaßnahmen werden derzeit weiterhin überproportional geplant.

Im Bereich der Finanzierung spielen bis auf Haushaltsgroßgeräte und Urlaubsreisen alle Themenfelder eine maßgebliche Rolle.



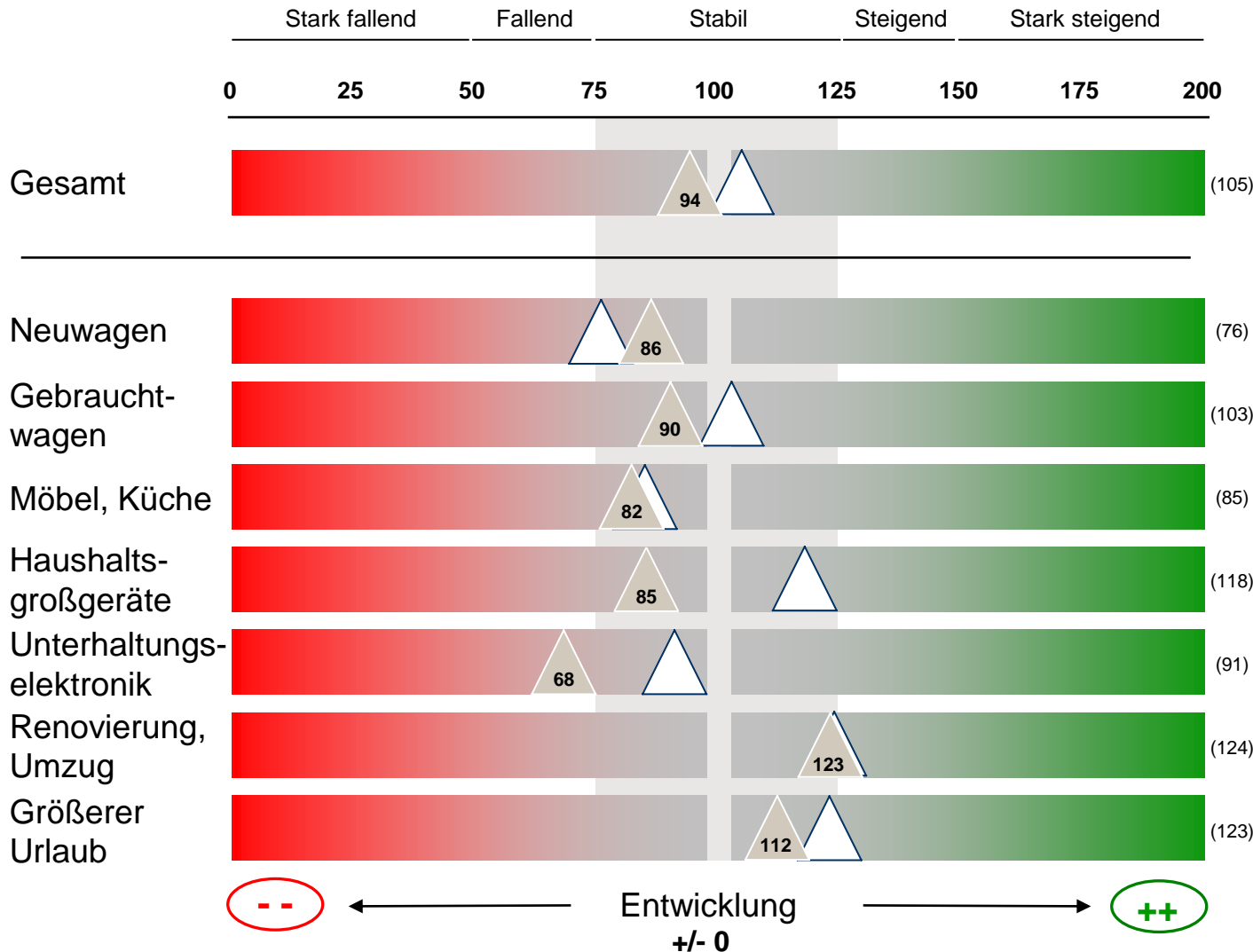
Die Kreisgrößen spiegeln die Größe des Marktsegmentes wider.

# Anschaffungsplanung im Detail





Renovierungen, Umzüge, aber auch größere Urlaubsreisen stehen derzeit im Fokus der Kunden. Langfristige Gebrauchsgüter werden dagegen etwas zurückhaltender betrachtet.

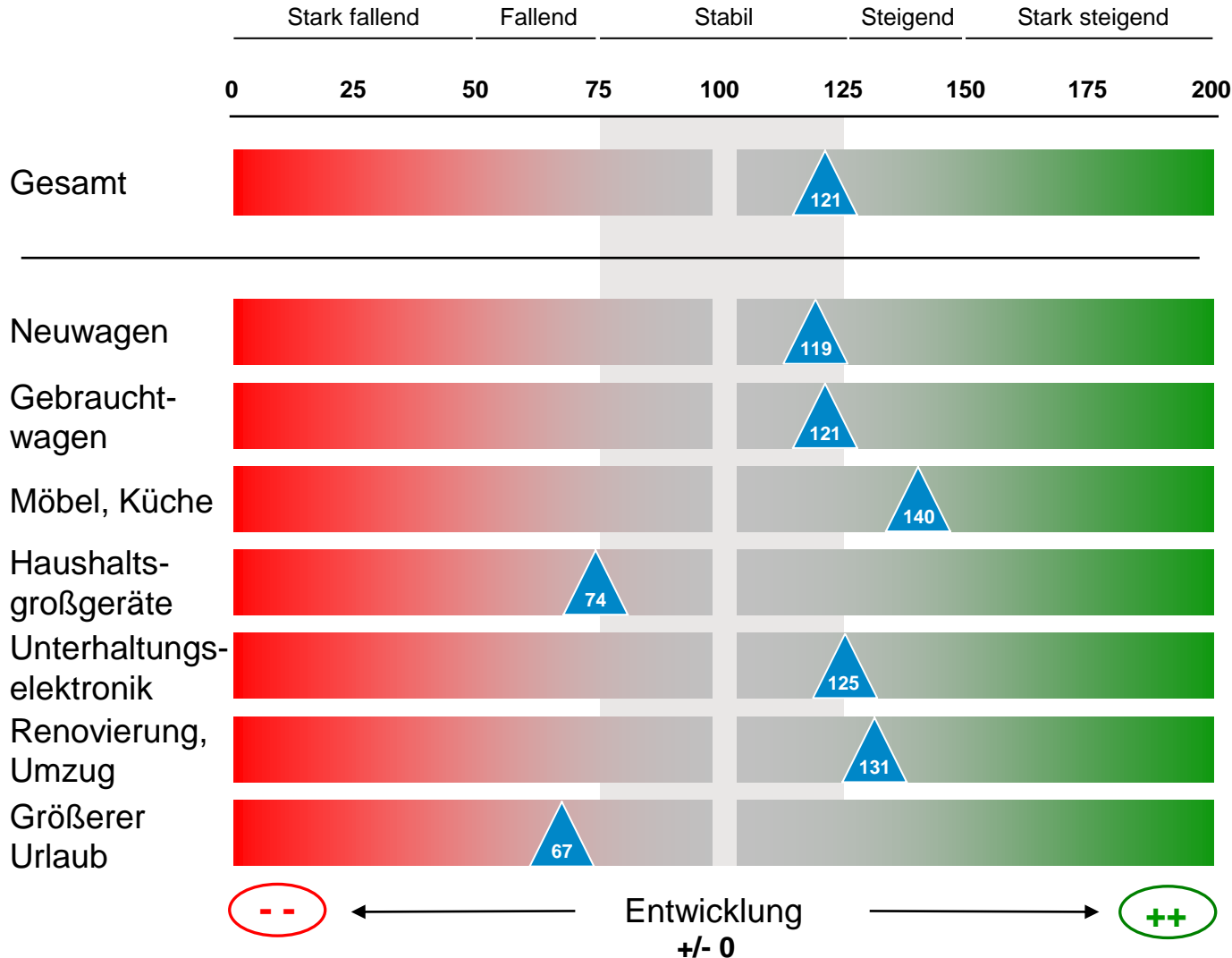
# Anschaffungsplanung im Vergleich zum Frühjahr 2012



Im Vergleich zum Frühjahr 2012 ist die Anschaffungsplanung im Aggregat leicht gesunken.

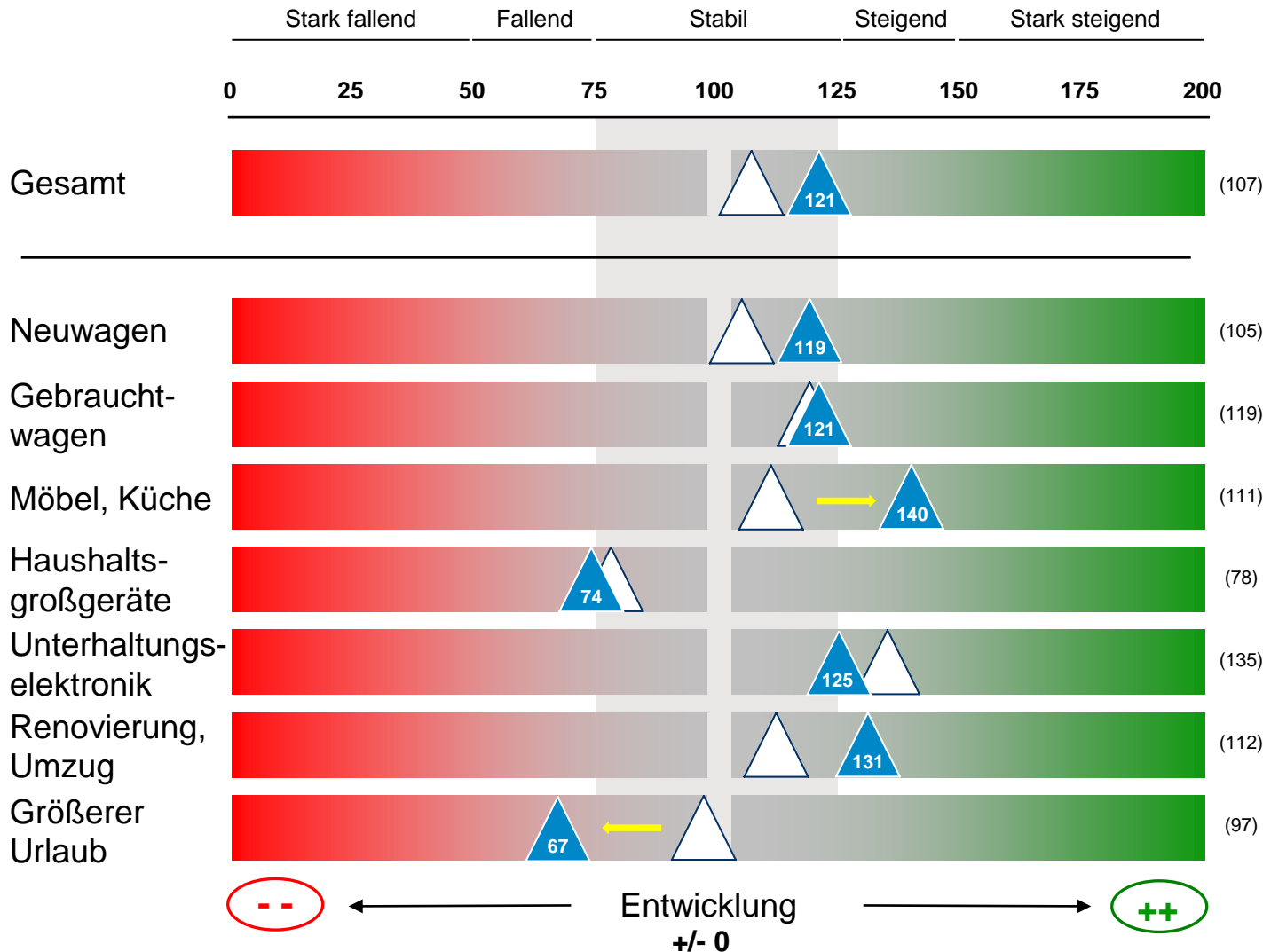
 Frühjahr 2013  
 Frühjahr 2012

# Finanzierungsplanung im Detail





Die Bereitschaft, für Anschaffungen Kredite aufzunehmen, ist derzeit weiterhin hoch - vor allem Möbel und Küche, die Renovierung und der Kauf von Unterhaltungselektronik liegen hier im Fokus.

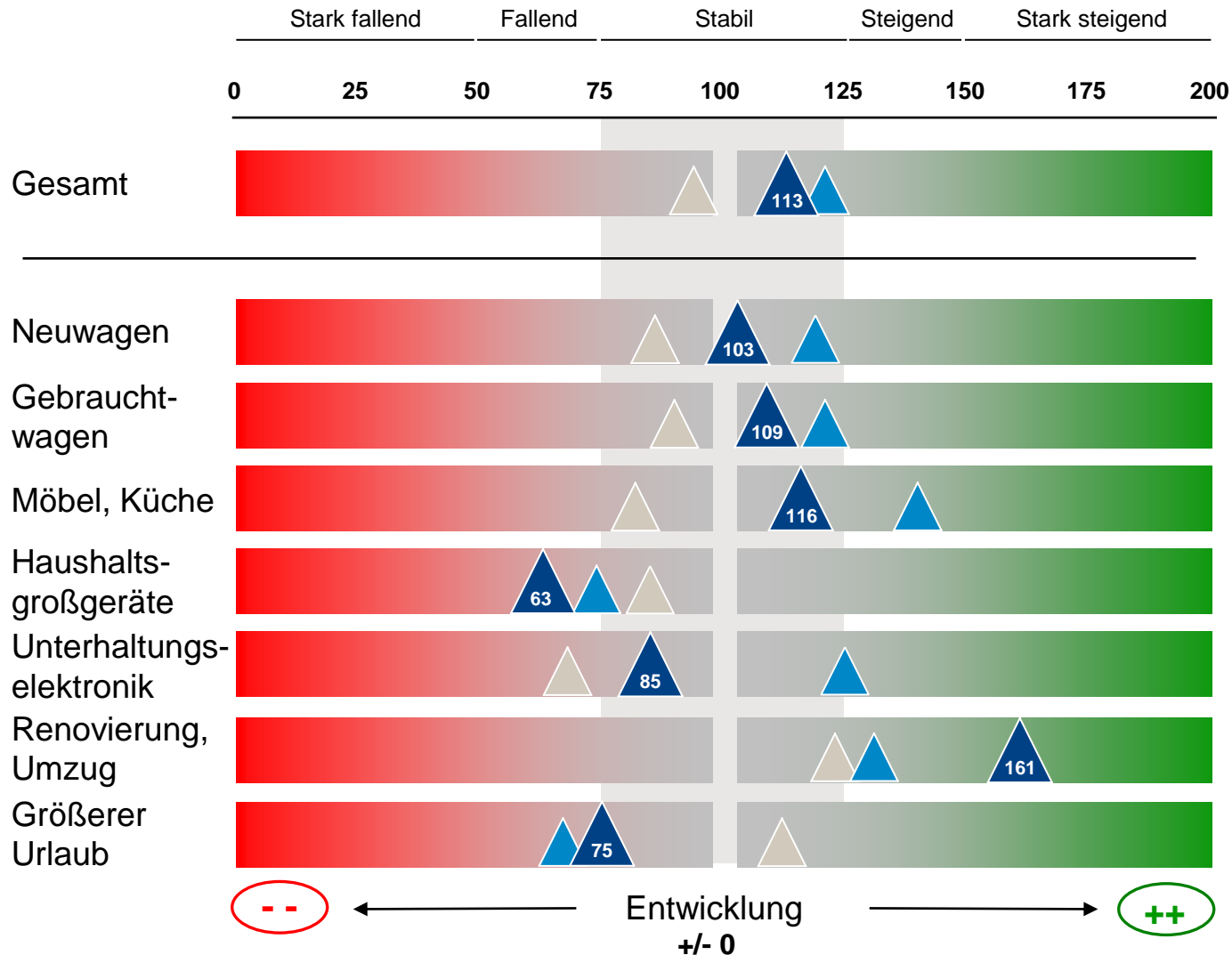
# Finanzierungsplanung im Vergleich zum Frühjahr 2012



Im Vergleich zum Frühjahr 2012 ist die Bereitschaft, Möbel und Küchen auf Kredit zu finanzieren, deutlich angestiegen.

 Frühjahr 2013  
 Frühjahr 2012

# Konsumkredit-Index, Anschaffungsplanung und Finanzierungsplanung im Detail



Derzeit erreicht der Konsumkredit-Index einen Wert von 113 Punkten.



# Inhalt

1. Zielsetzung und Studiendesign
2. Ergebnisse im Einzelnen
3. Frühjahrsprognose 2013
4. **Summary**

# Summary



## Konsumkredit-Index

Der Konsumkredit-Index für das Frühjahr 2013 ist mit 113 Punkten stabil. Dementsprechend wird die Kreditaufnahme der Verbraucher in den kommenden zwölf Monaten voraussichtlich noch auf dem aktuell hohen Niveau verbleiben.

Bei Krediten für Möbel und Küchen und für eigene Renovierungsmaßnahmen bzw. einen Umzug ist noch von einer weiteren Steigerung auszugehen. Eher zurückhaltend zeigen sich die Verbraucher derzeit bei anderen Anschaffungen. Das Kreditniveau bei Haushaltsgroßgeräten und größeren Urlaubsreisen geht leicht zurück.

## Anschaffungsplanung

Die Bereitschaft der Verbraucher, Anschaffungen zu tätigen, ist auch für die nächsten 12 Monate im Aggregat noch nahezu stabil – mit einer leicht rückläufigen Tendenz. Dieser erste negative Trend wird vor allem aus einer Zurückhaltung bei der geplanten Anschaffung von Neuwagen, Gebrauchtwagen, Möbeln, Küchen und Unterhaltungselektronik gespeist. Bei größeren Renovierungsmaßnahmen lässt sich ein positiver Trend erkennen.

## Finanzierungsplanung

Die Verbraucher, die Anschaffungen planen, können sich sehr gut vorstellen, für diese Anschaffungen Kredite in Anspruch zu nehmen (Indexwert: 121 Punkte). Dabei steht die mögliche Finanzierung für Möbel und Küchen, Renovierungsmaßnahmen, aber auch für Unterhaltungselektronik im Fokus.

# Sie haben Fragen?

## Ihr Kontakt:

Stephan Moll  
Referatsleiter Markt und PR  
Bankenfachverband e. V.

Tel. +49 30 2462596 14  
[stephan.moll@bfach.de](mailto:stephan.moll@bfach.de)

Markus Schmidt  
Research Manager  
GfK SE

Tel. +49 911 395 3160  
[markus.schmidt@gfk.com](mailto:markus.schmidt@gfk.com)