

Europäer reagieren auf die Finanzkrise unterschiedlich

Während die Deutschen ihr Kaufverhalten kaum geändert haben, setzen die Engländer verstärkt darauf ihr Geld zusammenzuhalten

München [18. August 2009]: Eine europäische Umfrage, durchgeführt von Ciao, Europas führende Verbraucher- und Shopping-Community*, bringt neue Erkenntnisse ans Licht: Wie wirkt sich die Finanzkrise bei den Menschen in Europa im täglichen Leben wirklich aus?

In erster Linie gaben die befragten Personen an, dass sie sich jetzt generell stärker informieren, bevor sie Kaufentscheidungen treffen. Jeder fünfte Engländer beispielsweise tätigt einen Kauf erst, wenn dem eine ausführliche Online-Recherche vorausgegangen ist. In Deutschland sind es **27 Prozent** und in Frankreich **13 Prozent**. In Spanien und Italien hat sich die Recherche vor einem Kauf nur bei **jedem Zehnten** erhöht.

„Uns interessierte, welchen Einfluss die Finanzkrise in den einzelnen Ländern hat und ob es Unterschiede in der Wahrnehmung der Krise gibt. Dazu haben wir die Umfrage europaweit durchgeführt“, sagt Stephan Musikan, General Manager, Ciao Commerce Division bei Microsoft. „Die Ergebnisse zeigen einige wirklich interessante Unterschiede in den einzelnen Regionen auf. Bei einem waren sich jedoch alle einig: Shopping steht für die Leute weiter im Mittelpunkt; allerdings legen sie deutlich Wert darauf, auch das Beste für ihr Geld zu bekommen“.

Engländer und Italiener fühlen sich besonders stark von der Finanzkrise betroffen. **82 Prozent** der Engländer und **86 Prozent** der Italiener gaben an, dass sie persönlich davon betroffen sein. Die Franzosen ließ die Krise dagegen nahezu unbeeindruckt. 63 Prozent gaben an, dass sie auch jetzt noch nichts von den Auswirkungen der Krise spüren. Das ist allerdings die Ausnahme: für die meisten Leute in den anderen Ländern steht das Geldsparen an erster Stelle. Und mithilfe des Internets ist ihnen dies möglich.

Deike Haase

Hotwire PR

Tel +49 69 25 66 93-31

deike.haase@hotwirepr.com

Ulrike Piesch

PR Manager

Tel +49 89 25551 796

Fax +49 89 25551 700

ulrikep@microsoft.com

Sonja Mohr

PR & Marketing Manager

Tel +49 89 25551 626

Fax +49 89 25551 700

somohr@microsoft.com

www.ciao-group.com

www.ciao.de

www.socialmedia.ciao.de

www.twitter.com/ciaode

Microsoft Deutschland GmbH

Ciao Commerce Division

Leopoldstr. 236

80807 München | Deutschland

Geschäftsführung:

Achim Berg (Vorsitzender), Marcel

Schneider, Benjamin O. Orndorff,

Keith Dolliver

Amtsgericht München, HRB 70438

Zum Beispiel:

- * **Jeder zehnte** Deutsche gab an, dass bei den Ausgaben die Einrichtung der persönlichen vier Wände an erster Stelle steht – das sind mehr als doppelt so viel wie in den anderen befragten Ländern. >> Die Deutschen ziehen sich in der Krise also eher in die eigenen vier Wände zurück.
- * **Jeder dritte** Engländer spart Geld, indem er seinen Zigarettenkonsum einschränkt. >> Die Finanzkrise hat somit auch eine gute Seite: Sie fördert die Gesundheit.
- * Die Italiener sind während der Krise eher uneigennützig. **Jeder vierte** geht lieber einer ehrenamtlichen Tätigkeit nach, als das Geld beim Einkaufen unter die Leute zu bringen. >> Ein Land, dessen Bewohner in schlechten Tagen füreinander einstehen und sich gegenseitig helfen.
- * Die Franzosen wiederum gehen einen ganz anderen Weg: **36 Prozent** reagieren auf die Krise, indem sie mehr Zeit damit verbringen mit Freunden zu feiern!

Die gute Nachricht für die Engländer ist außerdem, dass sie eine gewisse Weitsicht in ihre Entscheidungen einfließen lassen – **54 Prozent** unternehmen bewusste Anstrengungen, um Geld zu sparen. In Deutschland hingegen setzen nur 29 Prozent darauf, ihr Geld zusammen zu halten. In Spanien sind es **57 Prozent**, in Frankreich **41 Prozent** und in Italien **65 Prozent**.

Über Ciao

Ciao ist Europas führendes Shopping- und Verbraucherportal^[1] und stellt Konsumenten in Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Spanien, Italien, den Niederlanden und Schweden in der jeweiligen Landessprache eine der umfangreichsten Einkaufsberatungen im Internet zur Verfügung. Internethelfer finden zu über sieben Millionen Produkten mehr als fünf Millionen unabhängige Produktbewertungen und Erfahrungsberichte in über 20 Top-Kategorien.

Die sieben Ciao-Portale (www.ciao.de, www.ciao.co.uk, www.ciao.fr, www.ciao.it, www.ciao.es, www.ciao-shopping.nl, www.ciao.se) werden von der 1999 gegründeten Ciao GmbH mit Hauptsitz in München betrieben. Weitere regionale Ciao-Standorte befinden sich in London, Timișoara (Rumänien) und Wrocław (Polen). Nach der Übernahme durch die Microsoft Corporation im Oktober 2008 verstärkt Ciao als Commerce Division das europäische E-Commerce-Geschäft von Microsoft. Die 1975 gegründete Microsoft Corporation (Nasdaq „MSFT“) ist der weltweit führende Hersteller von Standardsoftware, Services und Lösungen, die Menschen und Unternehmen aller Branchen und Größen helfen, ihr Potenzial voll zu entfalten.

[1] comScore Media Metrix, April 2009 gemessen in Unique Visitors in den Ländern Deutschland, Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Niederlande, Schweden

presseinfo | press release | comunicato stampa | comunicado de prensa | communiqué de presse | persbericht

Weitere Informationen sowie digitales Bildmaterial finden Sie im Ciao-Pressebereich unter:
<http://www.ciao-group.com> oder <http://socialmedia.ciao.de>