

# Studie: Ist bald Schluss mit dem „geilen Geiz“?

## Die Deutschen und die Preise 2005

### Zusatzanalysen zum Trendletter



Headlines aus der

**FINANCIAL TIMES**  
DEUTSCHLAND

**Allianz heizt Kampf in Autoversicherung an**

Financial Times Deutschland, 09.06.2005, Seite 22

**Vodafone geht unter die Discounter**

Financial Times Deutschland online, 14.09.2005

**Europa erlebt Preisschub zu Jahresbeginn**

Financial Times Deutschland, 22.01.2004, Seite 18

**Discounter zwingt Lufthansa zu Preiskrieg**

Financial Times Deutschland, 28.07.2005, Seite 7

**Ford und GM heizen Rabattschlacht an**

Financial Times Deutschland, 02.06.2005, Seite 3

**Assekuranz stellt Industrie sinkende Preise in Aussicht**

Financial Times Deutschland, 07.11.2004, Seite 20

**Preiskrieg verdirbt Internetgeschäft**

Financial Times Deutschland, 10.08.2004, Seite 4

**Der Preiskampf im Einzelhandel geht weiter**

Financial Times Deutschland, 27.10.2000, Seite 33

**Preis und Qualität sind nicht zu trennen**

Financial Times Deutschland, 21.01.2004, Seite 29

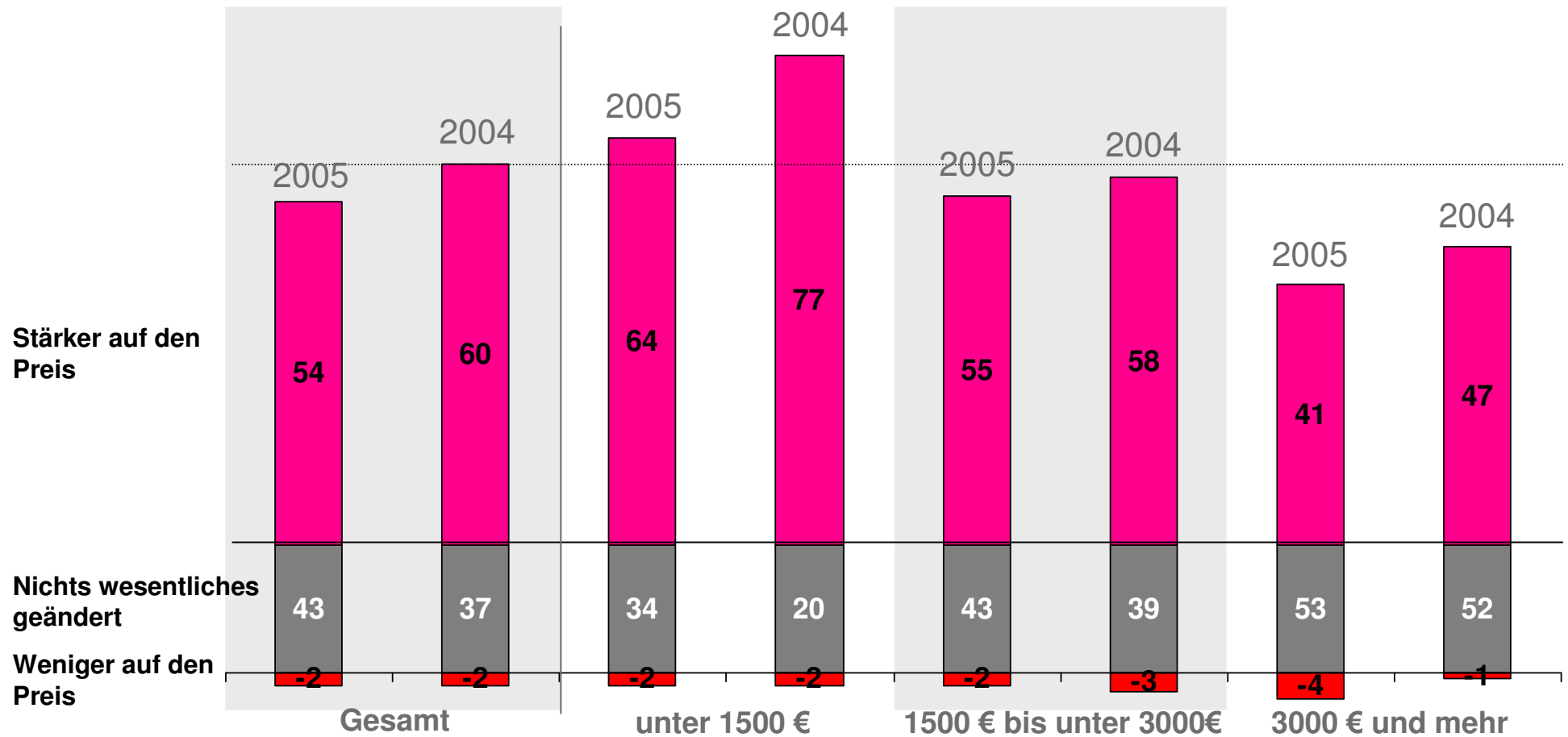
# Untersuchungsanlage

## Repräsentative Untersuchung der TNS Infratest

- **Grundgesamtheit:** Bevölkerung ab 18 Jahren in Deutschland
- **Feldzeit:** 26. und 27. September
- **Stichprobengröße:** 1.019 Interviews
- **Erhebungsmethode:** Computergestützte Telefonerhebung (CATI)
- **Zielpersonenauswahl:** random-digit-dialing-Verfahren

# Wichtigkeit des Preises beim Einkauf im Vergleich zum Vorjahr

Wenn Sie jetzt einmal ihre heutigen Einkäufe mit denen vor einem Jahr vergleichen. Würden Sie sagen, Sie achten jetzt stärker auf den Preis als im letzten Jahr, weniger auf den Preis oder hat sich da im Vergleich zum letzten Jahr nichts Wesentliches geändert?



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

B: 1019 (2005 Gesamt)

# Einstellungen zu Preisthemen

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

(geg. 2004) trifft eher zu trifft eher nicht zu (2004)

**Ich bekomme heute nicht mehr soviel für mein Geld, wie früher**

B: 494 (2005)

(+1) 92

8

(-1)

**Durch die Einführung des Euro ist für mich alles teurer geworden**

B: 525 (2005)

(+2) 87

13

(-2)

**Durch die wirtschaftliche Situation bin ich auf günstige Produkte angewiesen**

B: 525 (2005)

(-6) 63

37

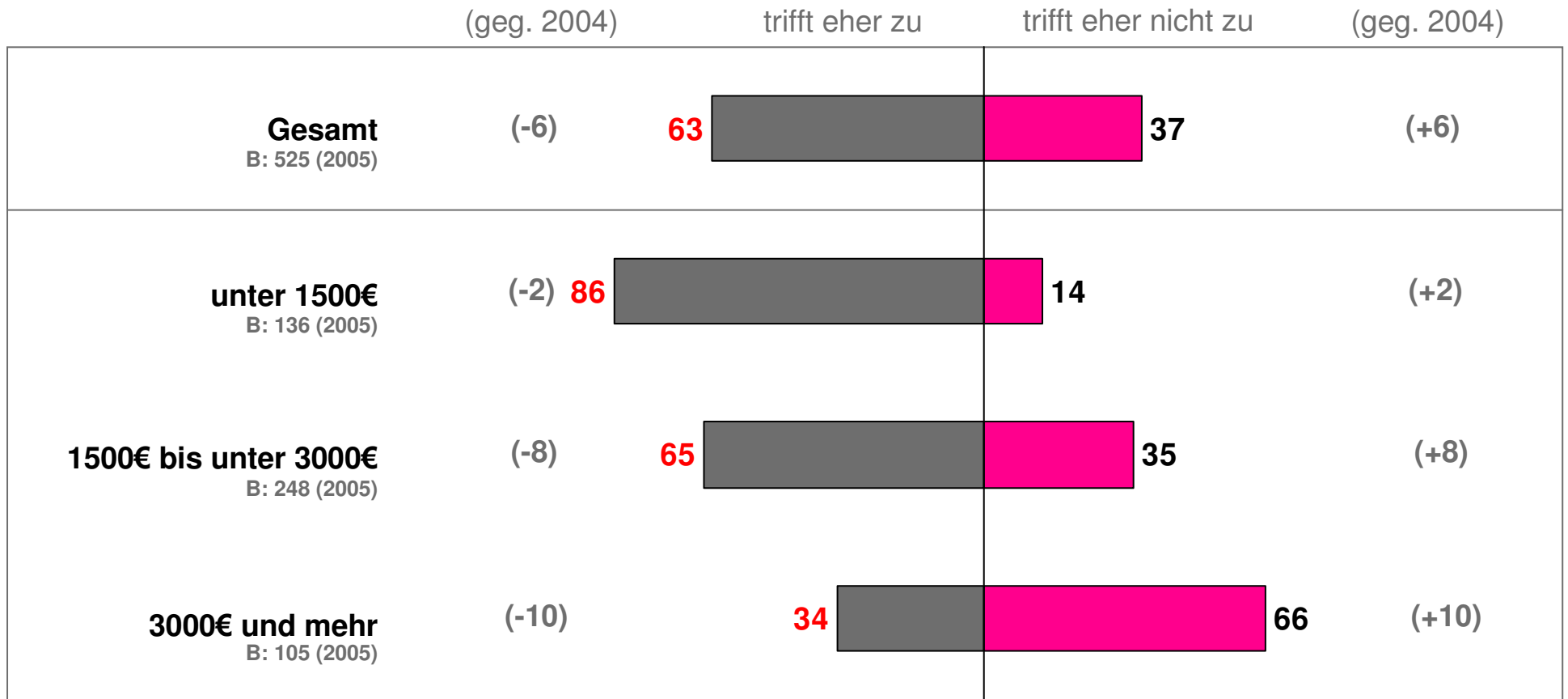
(+6)

Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Konjunkturbedingte Bedeutung des Preises

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

**Durch die wirtschaftliche Situation bin ich auf günstige Produkte angewiesen**

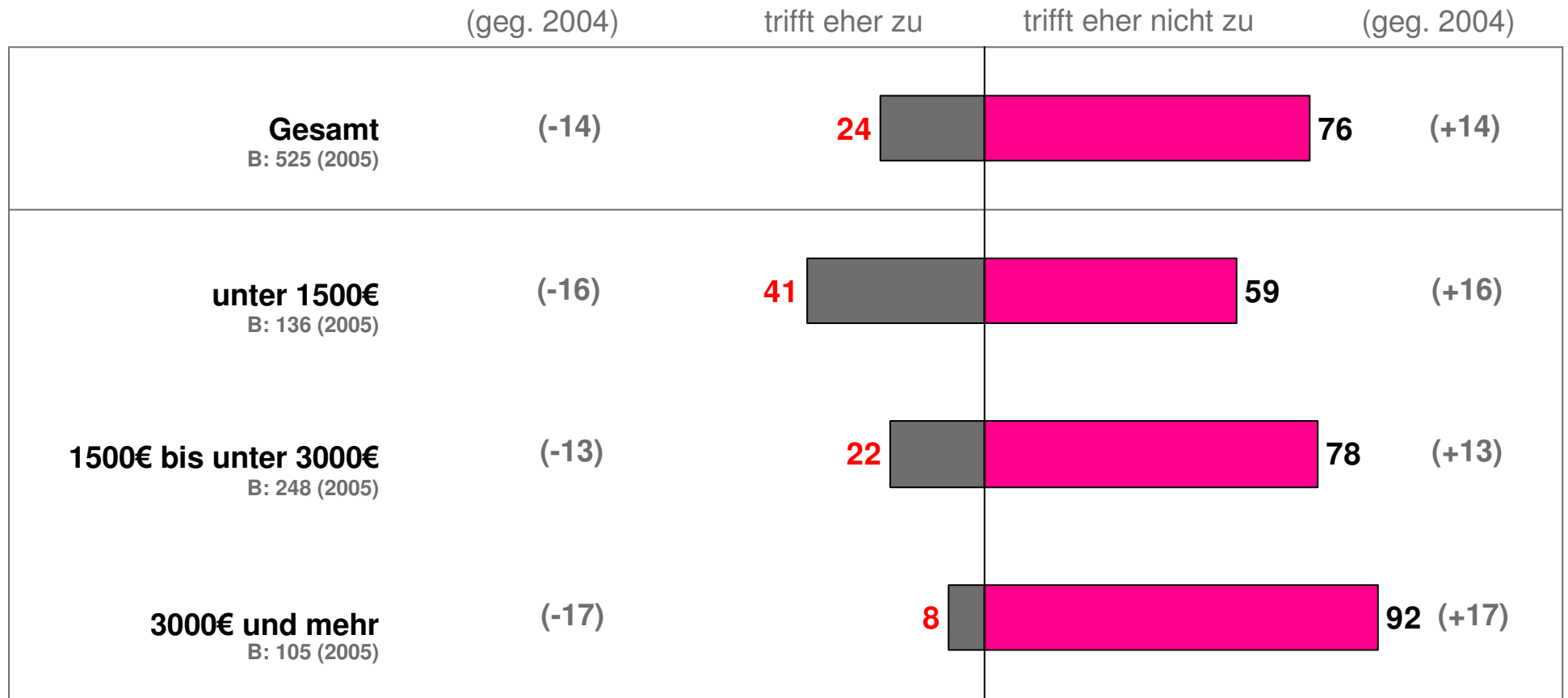


Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Discount-Orientierung

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

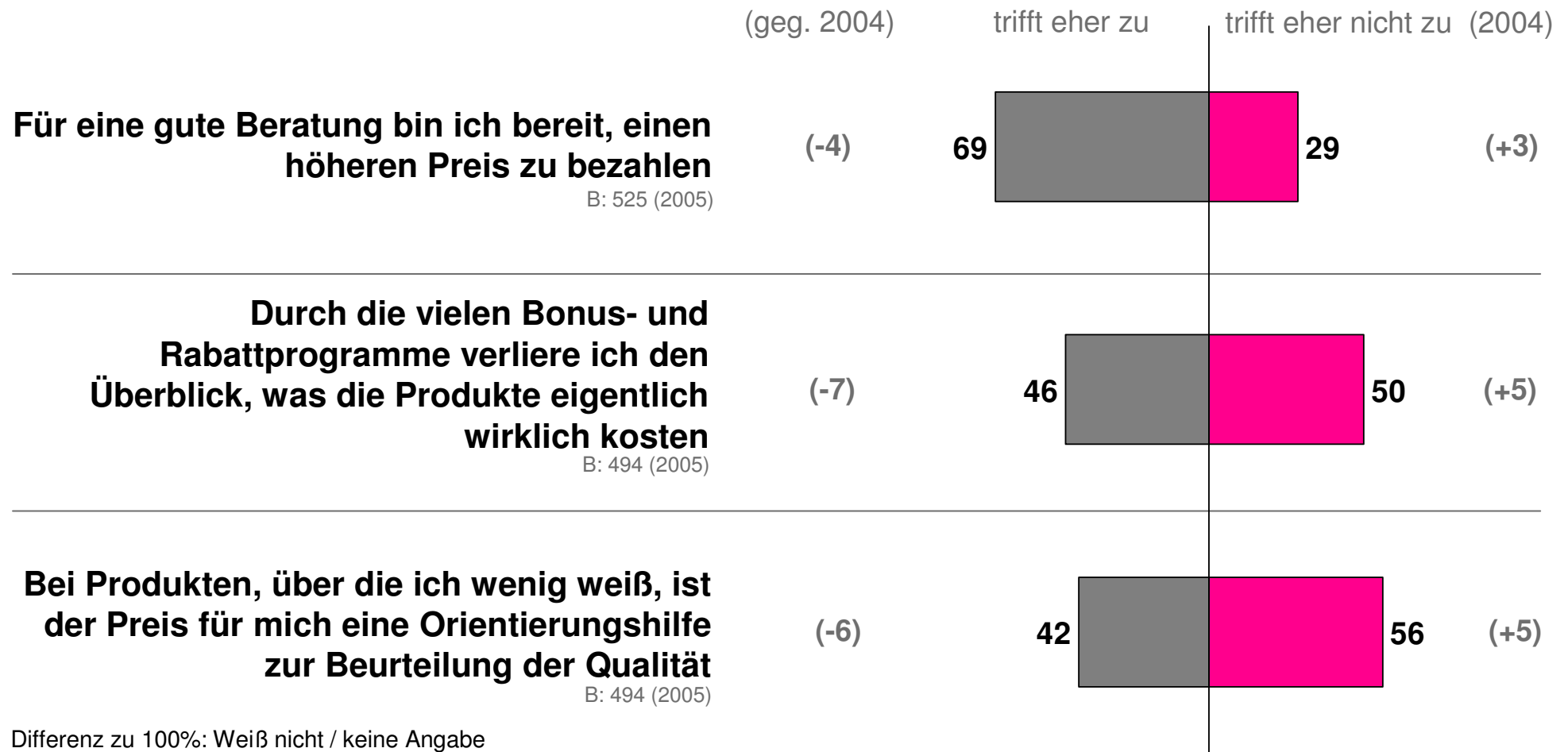
**Ich kaufe stets das günstigste Produkt**



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Einstellungen zu Preisthemen (Forts.)

*Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.*

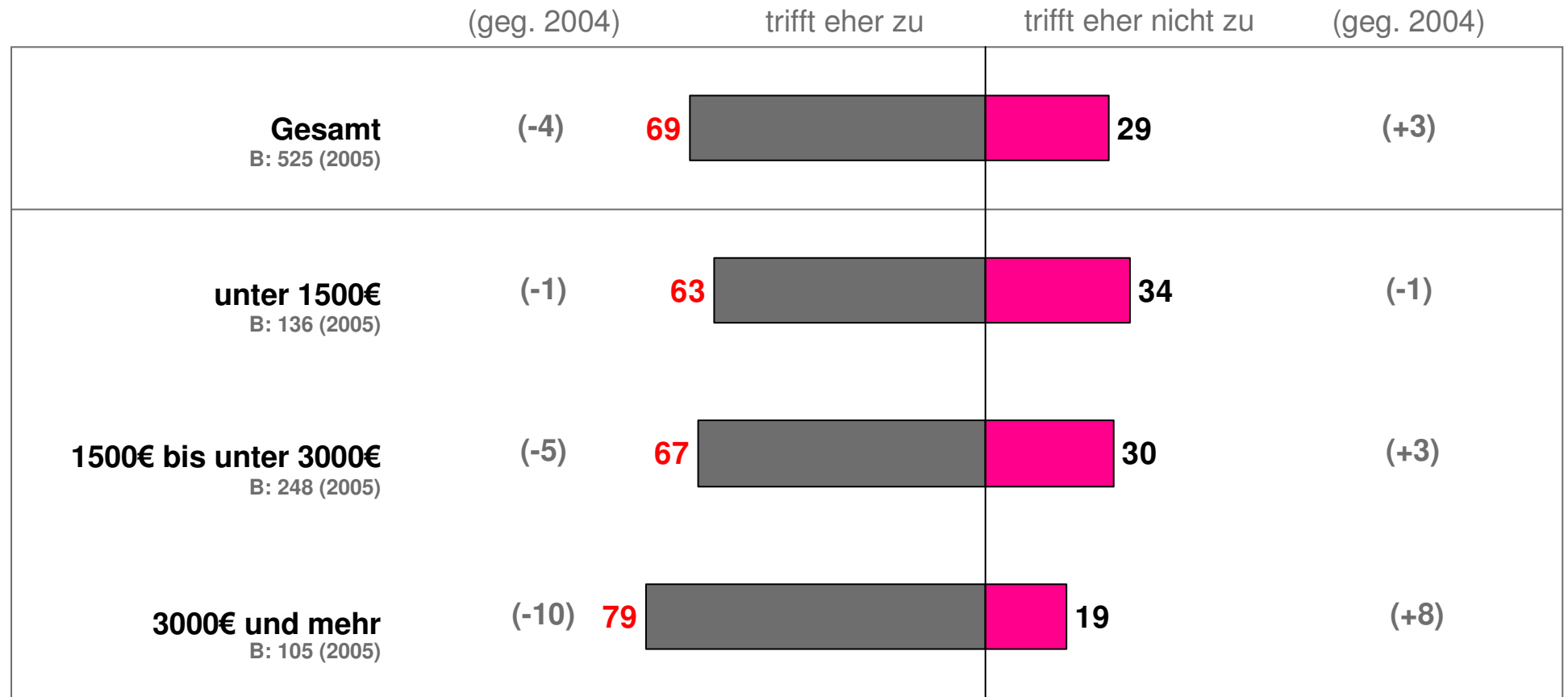




# Zahlungsbereitschaft für gute Beratung

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

**Für eine gute Beratung bin ich auch bereit, einen höheren Preis zu bezahlen**



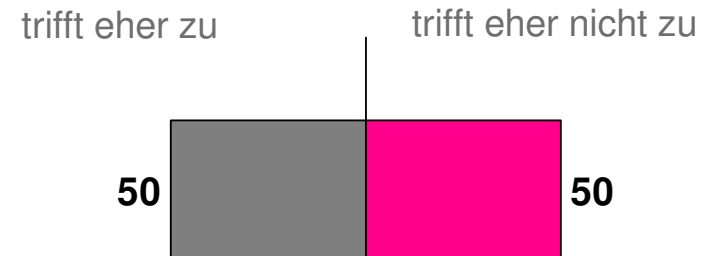
Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Einstellungen zu Preisthemen (Forts.)

*Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.*

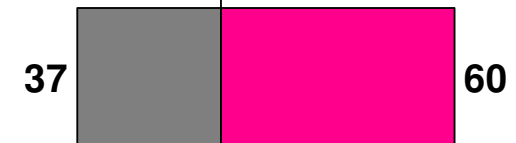
**Ich achte beim Einkauf auch auf die Marke des Produkts.**

B: 525 (2005)



**Die höheren Preise für Markenware sind in der Regel gerechtfertigt.**

B: 494 (2005)



**Ich kaufe bevorzugt in Geschäften ein, die Bonus- und Rabattprogramme anbieten.**

B: 525 (2005)

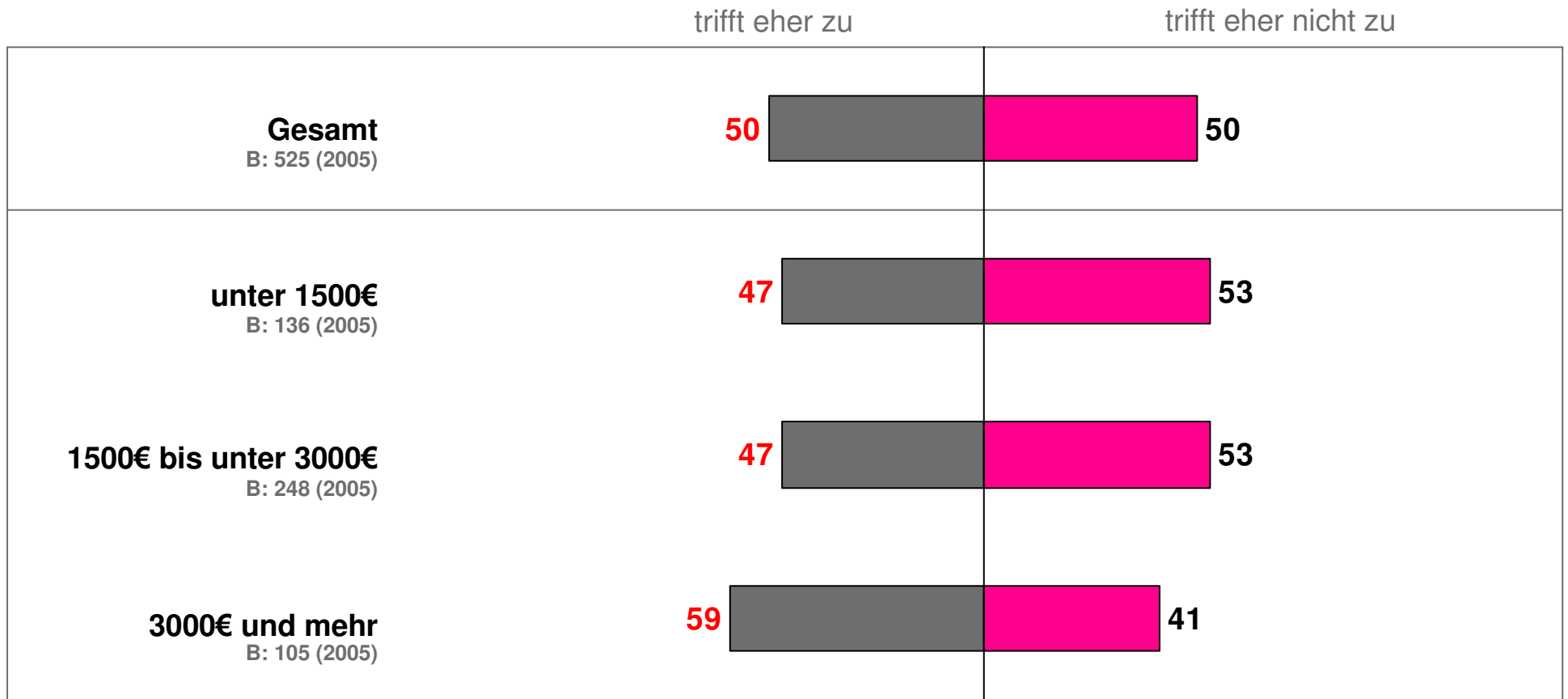


Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Bedeutung der Marke bei der Kaufentscheidung

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

**Ich achte beim Einkauf auch auf die Marke des Produkts**

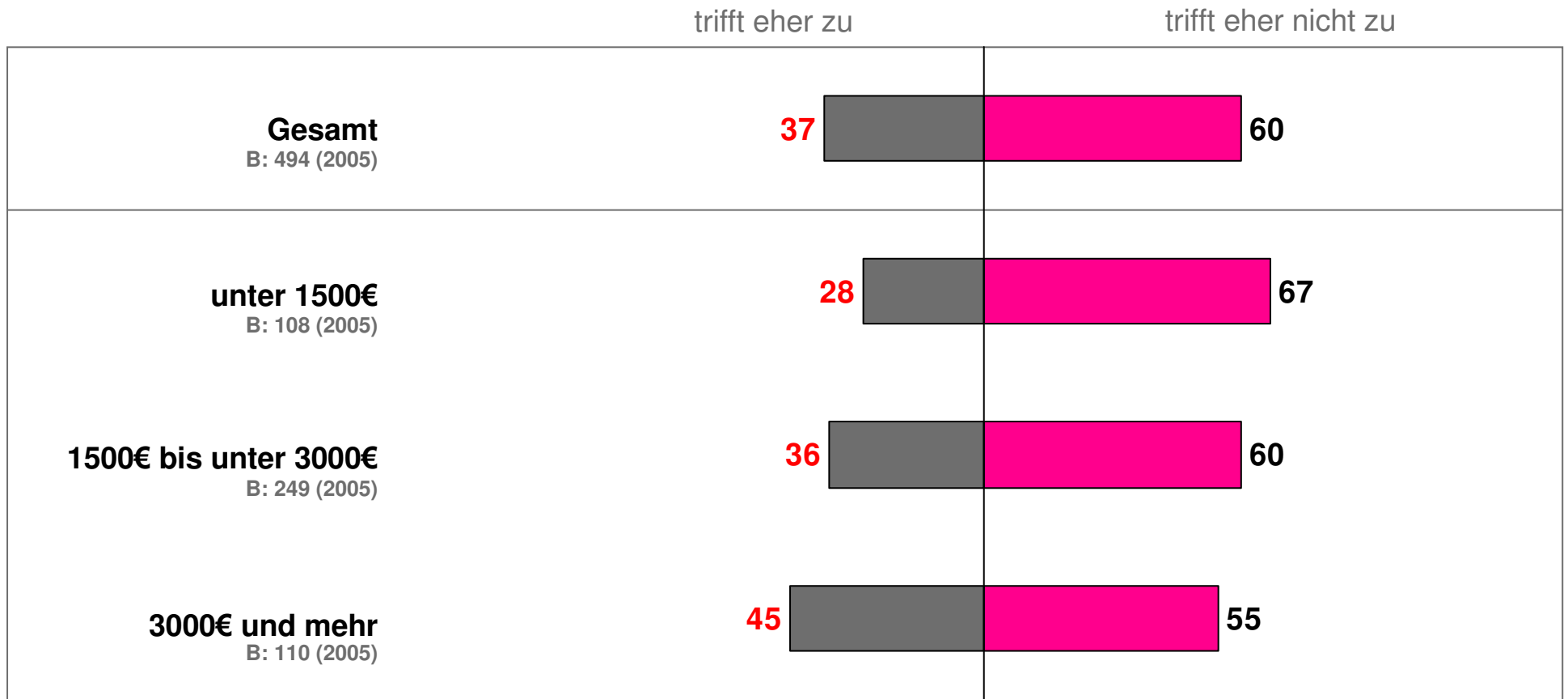


Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Preiseinstellung zu Marken

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

**Die höheren Preise bei Markenwaren sind in der Regel gerechtfertigt**

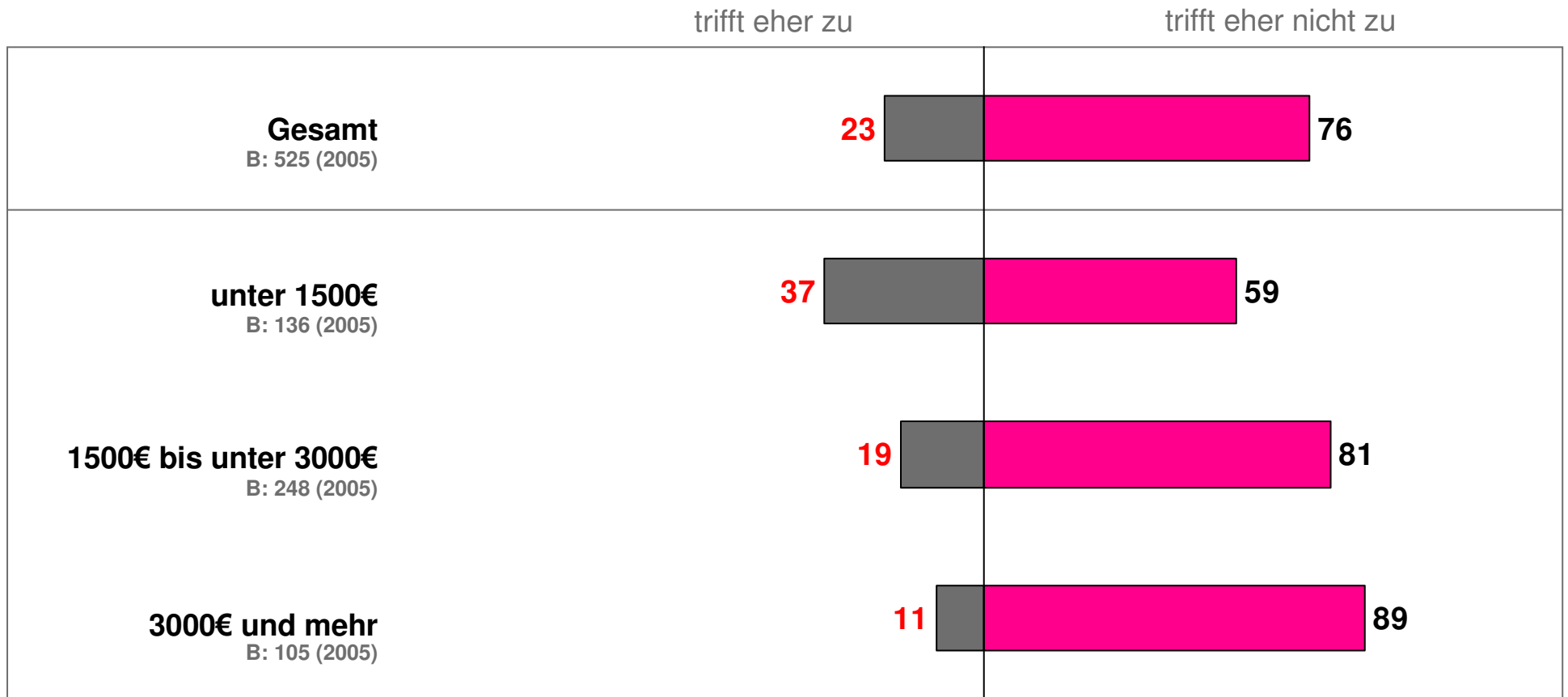


Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Einkauf in Geschäften mit Bonus- und Rabattprogrammen

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

**Ich kaufe bevorzugt in Geschäften ein, die Bonus- und Rabattprogramme anbieten.**

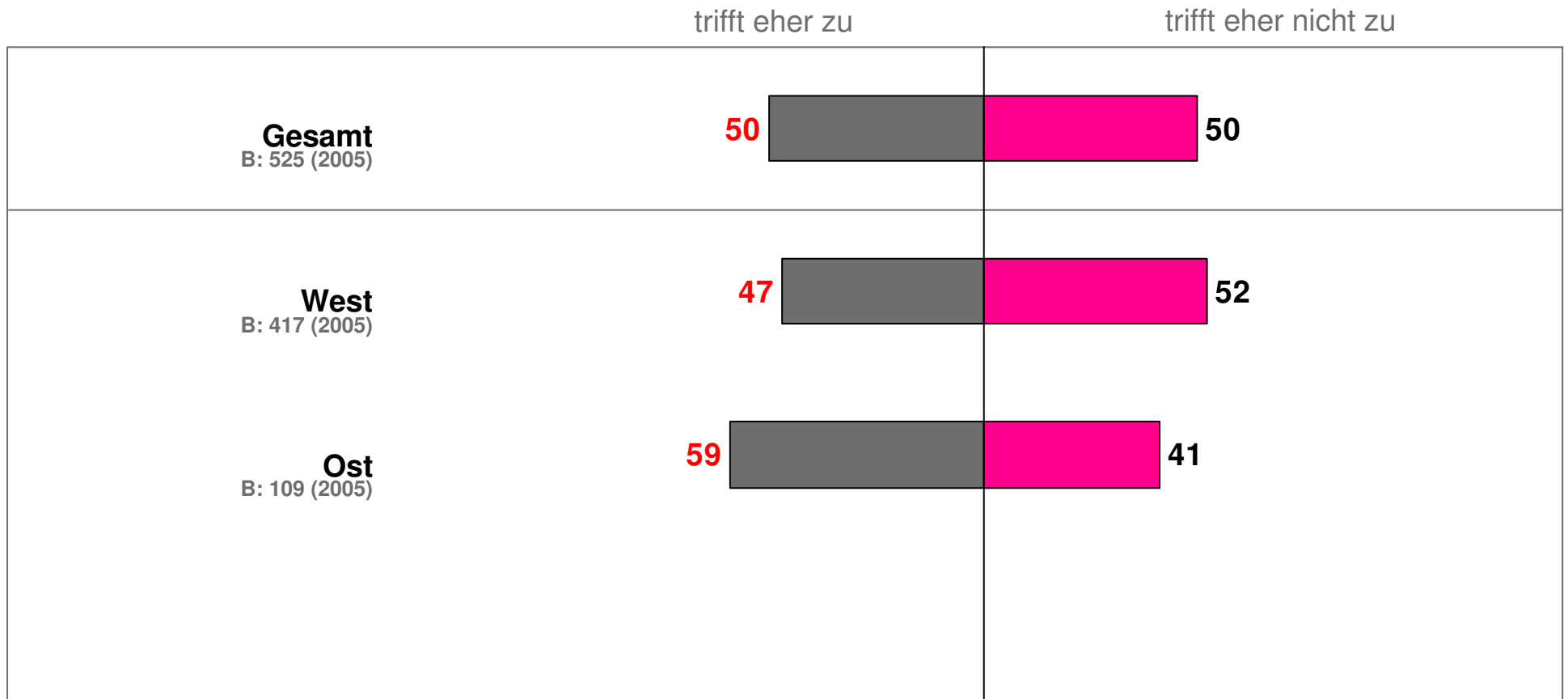


Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Preisvergleich bei Lebensmitteln

Es gibt ja unterschiedliche Ansichten zur Preisentwicklung und zu Preisnachlässen. Ich lese Ihnen hierzu einige Aussagen vor. Sagen Sie mir bitte jeweils, ob diese auf Sie voll und ganz zutreffen, zutreffen, weniger zutreffen oder gar nicht zutreffen.

**Beim Kauf von Lebensmitteln nehme ich Preisvergleiche selten vor**

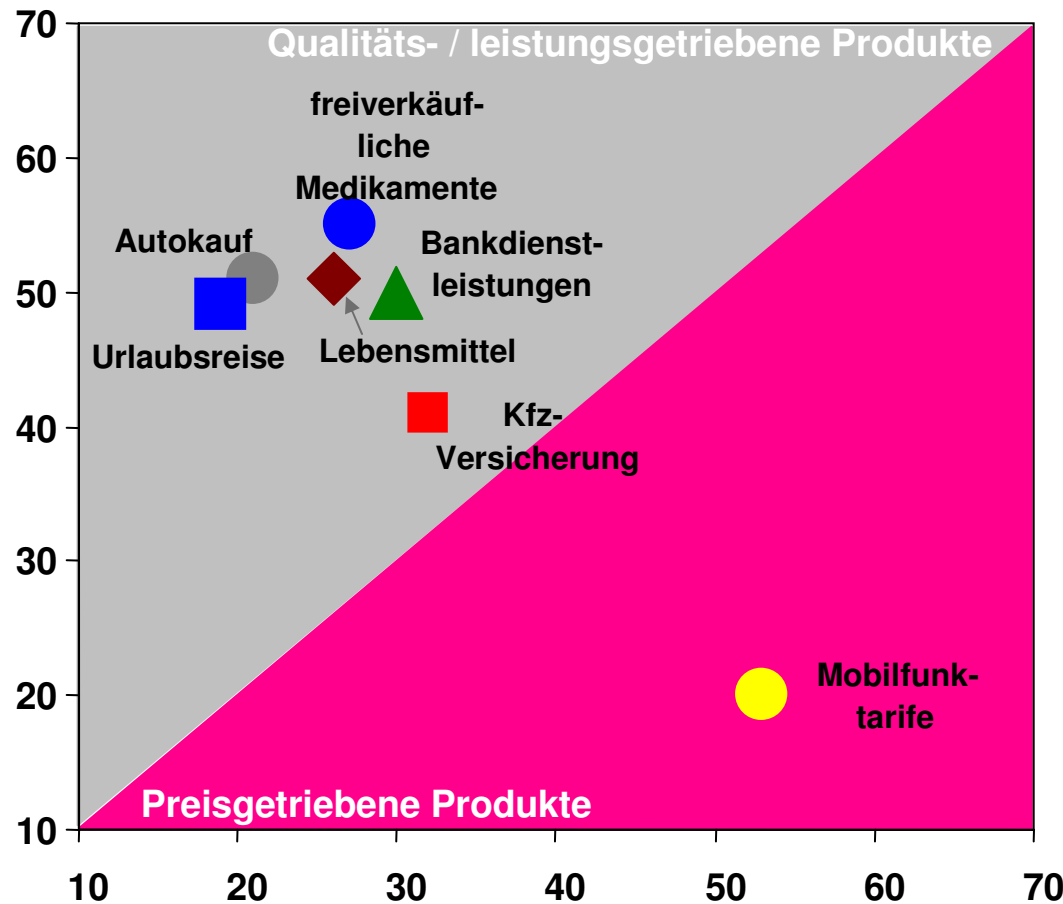


Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Preis- versus qualitätsgetriebene Branchen 2005

*Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?*

Anteil der Befragten, denen eher die Leistung/ Qualität wichtiger ist

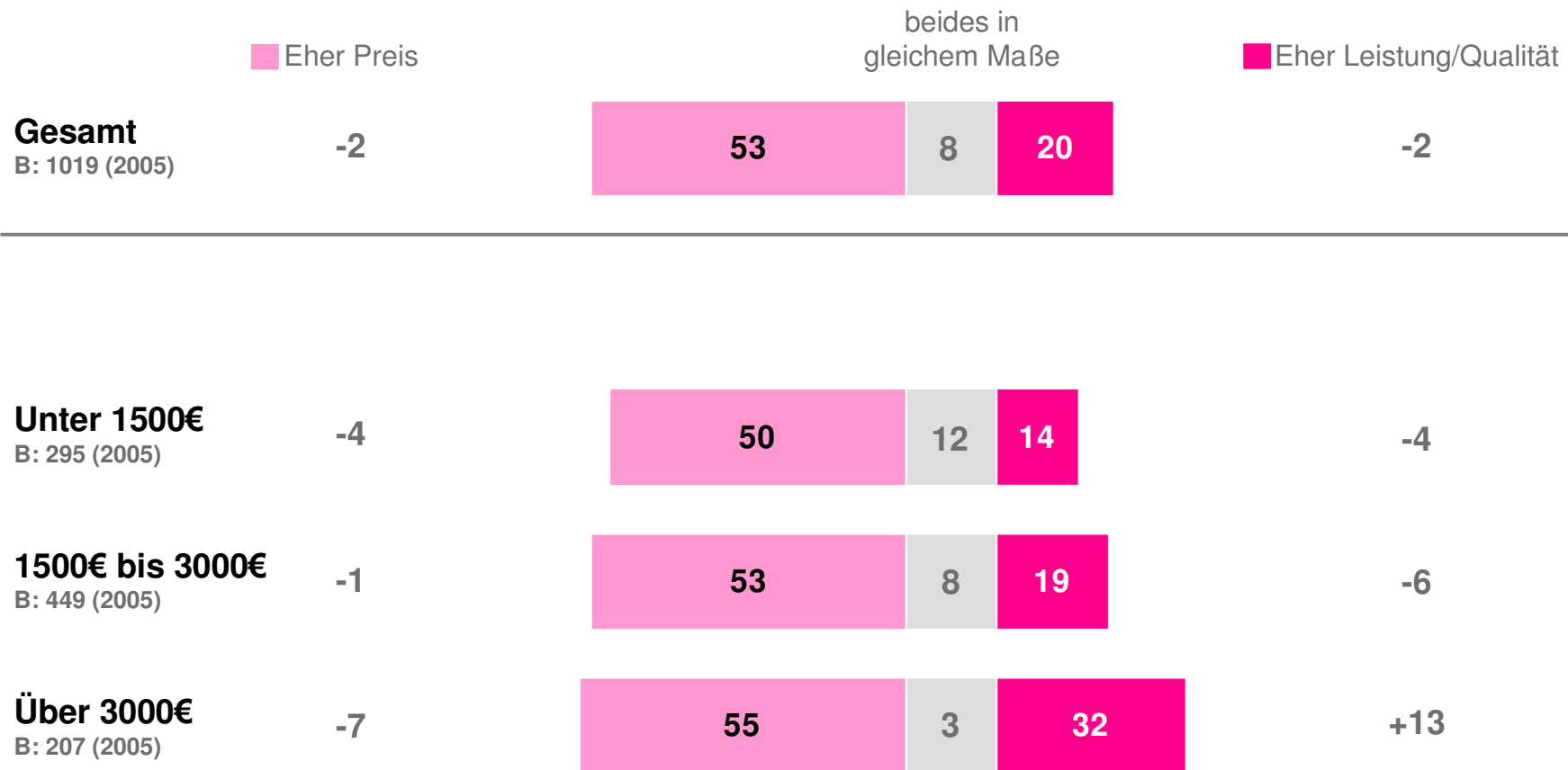


Anteil der Befragten, denen eher der Preis wichtiger ist

Differenz zu 100%: Leistung/Qualität und Preis sind in gleichem Maße wichtig; weiß nicht und keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität bei Mobilfunktarifen

*Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?*

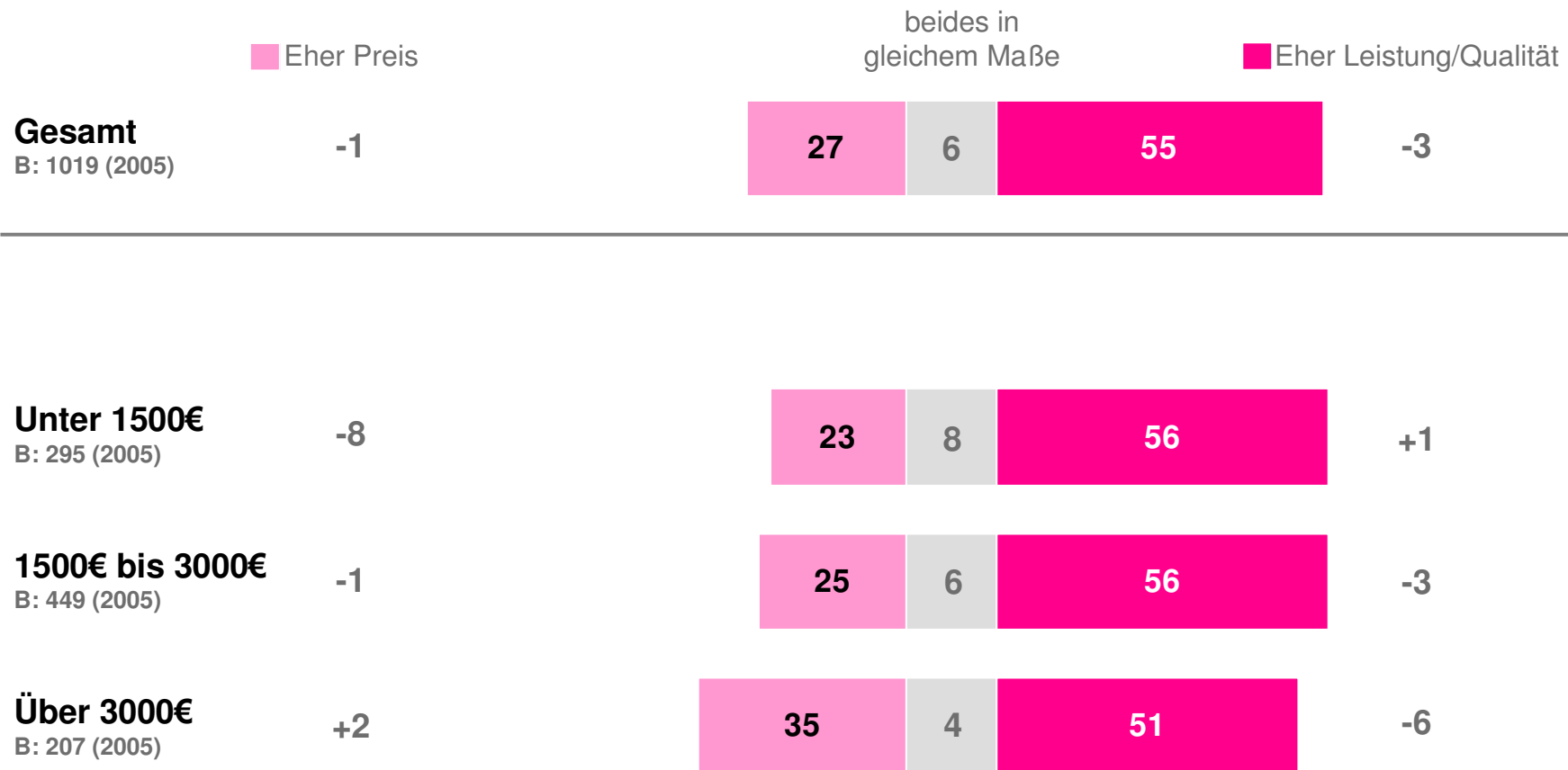


Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe



# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität bei freiverkäuflichen Medikamenten

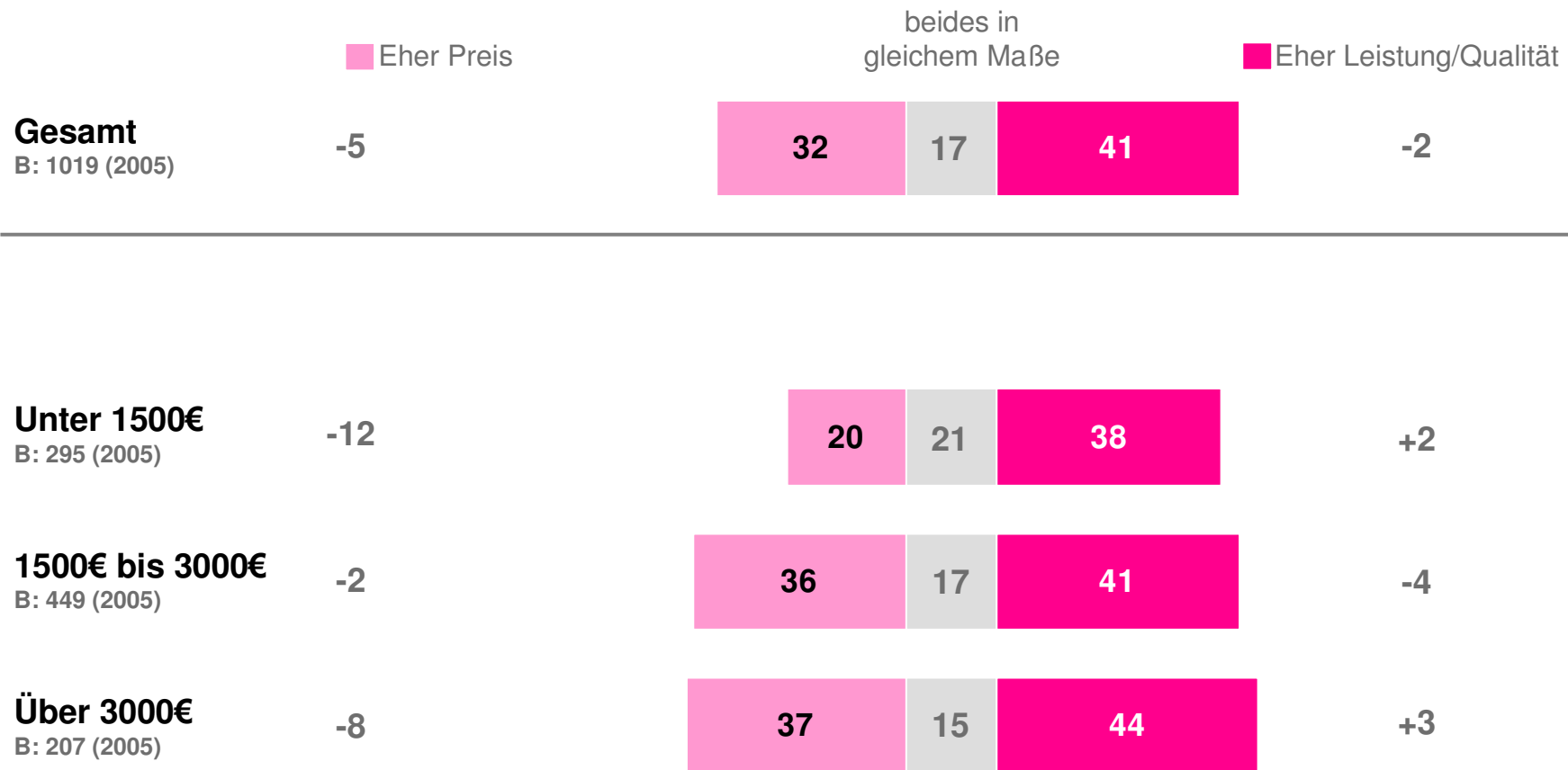
Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität bei Kfz-Versicherungen

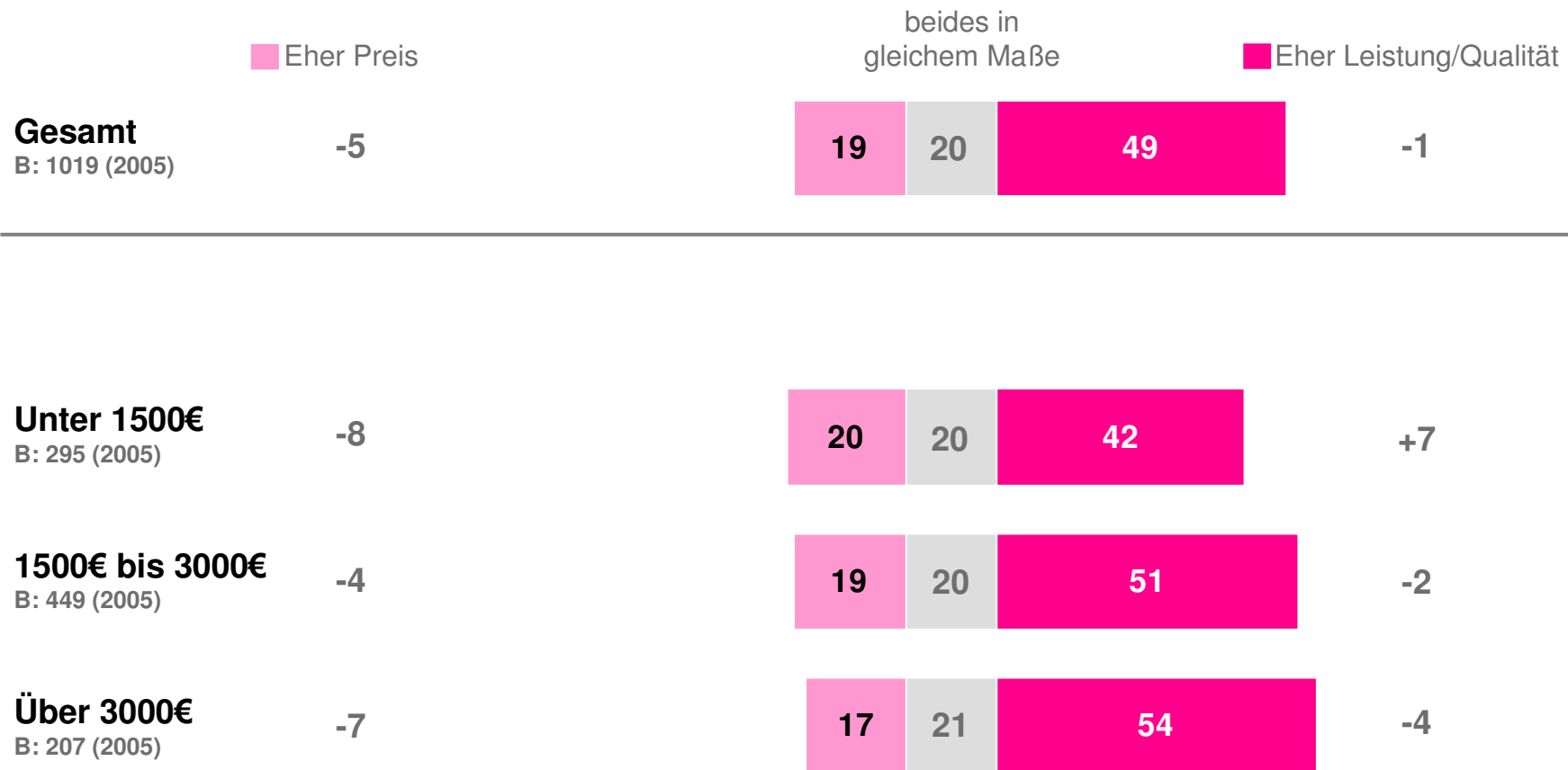
Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität bei **Urlaubsreisen**

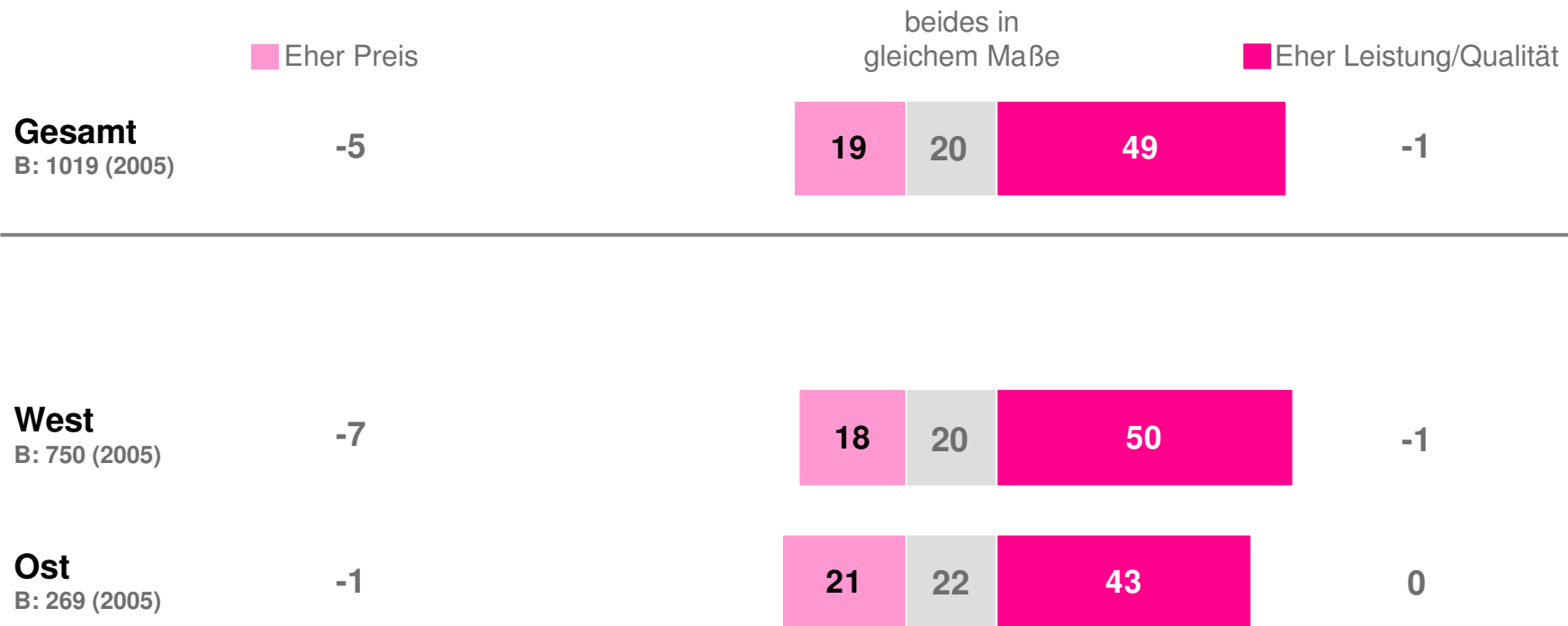
*Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?*



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität bei **Urlaubsreisen**

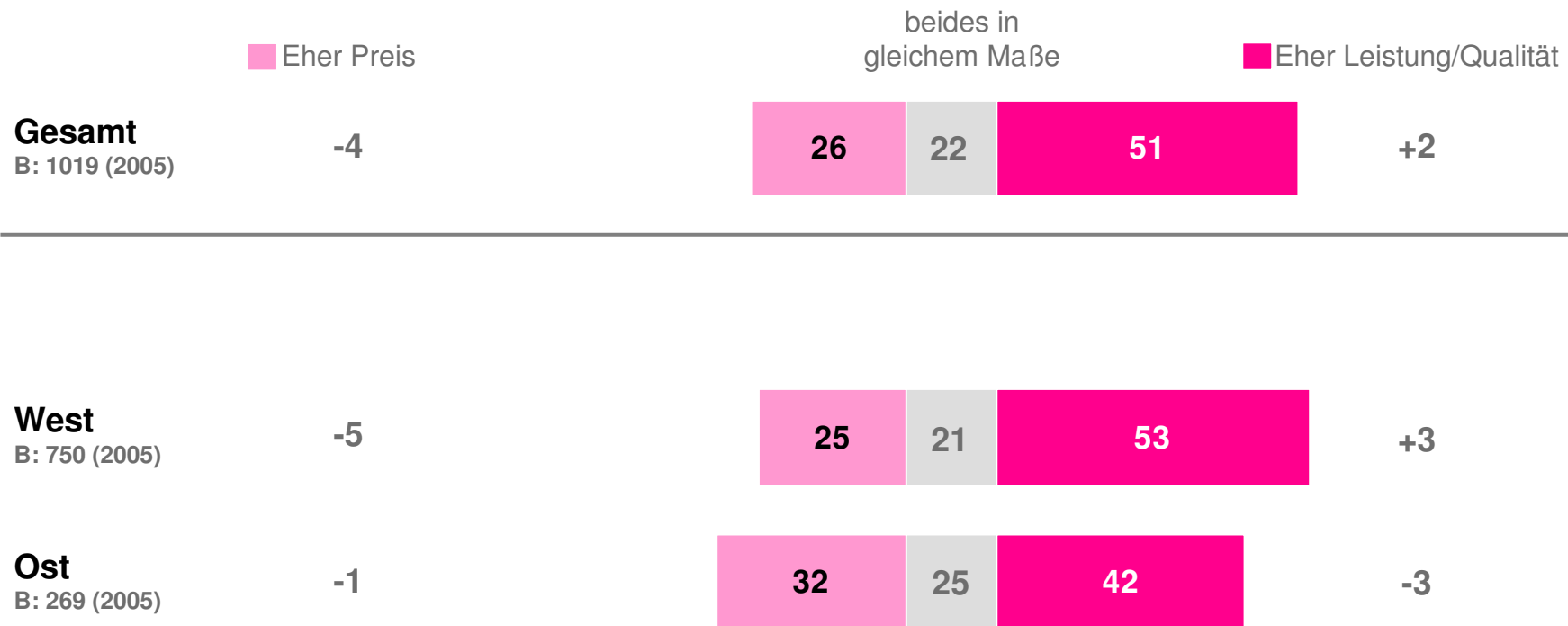
*Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?*



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität bei **Lebensmitteln**

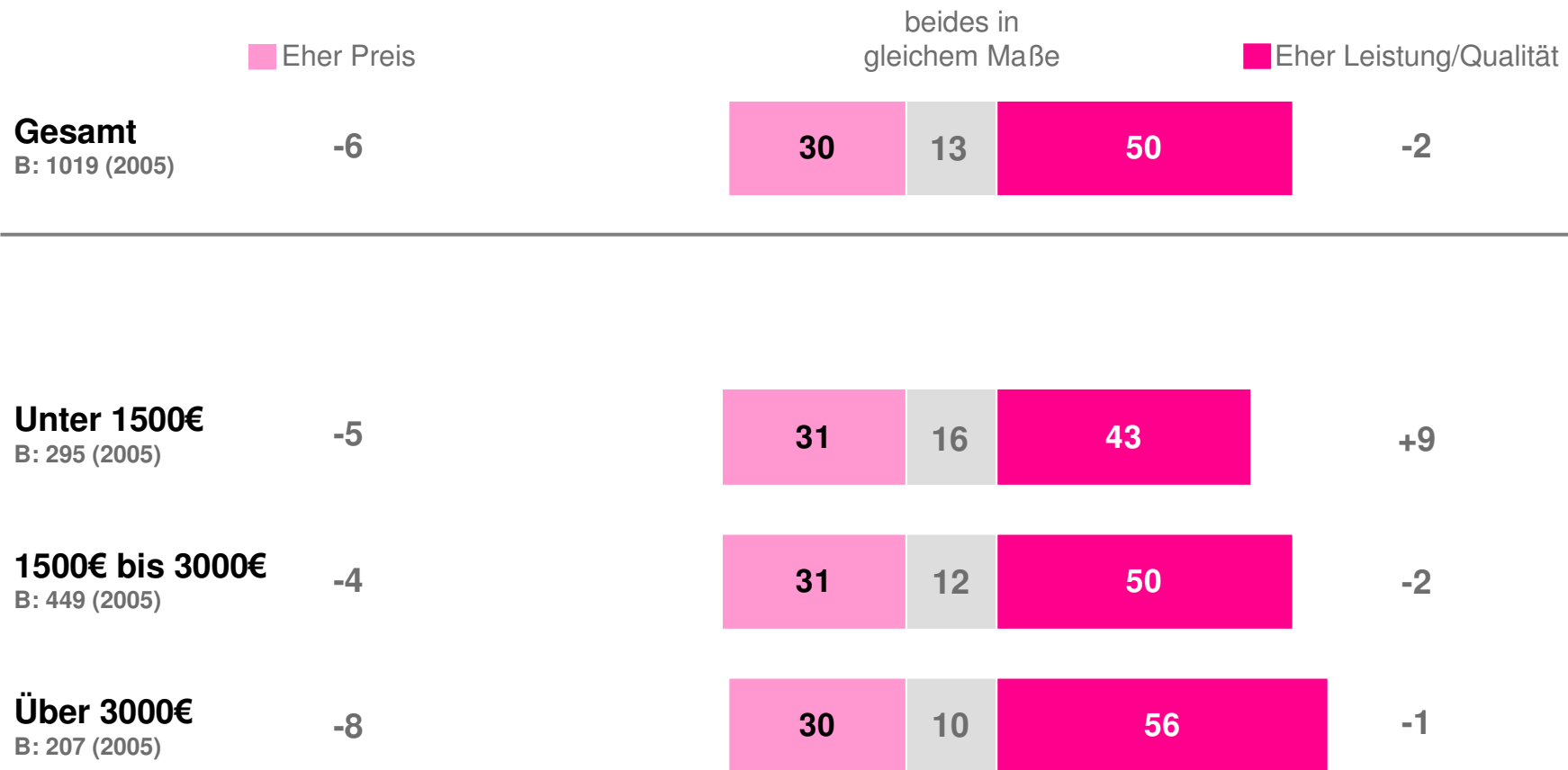
*Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?*



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität bei Bankdienstleistungen

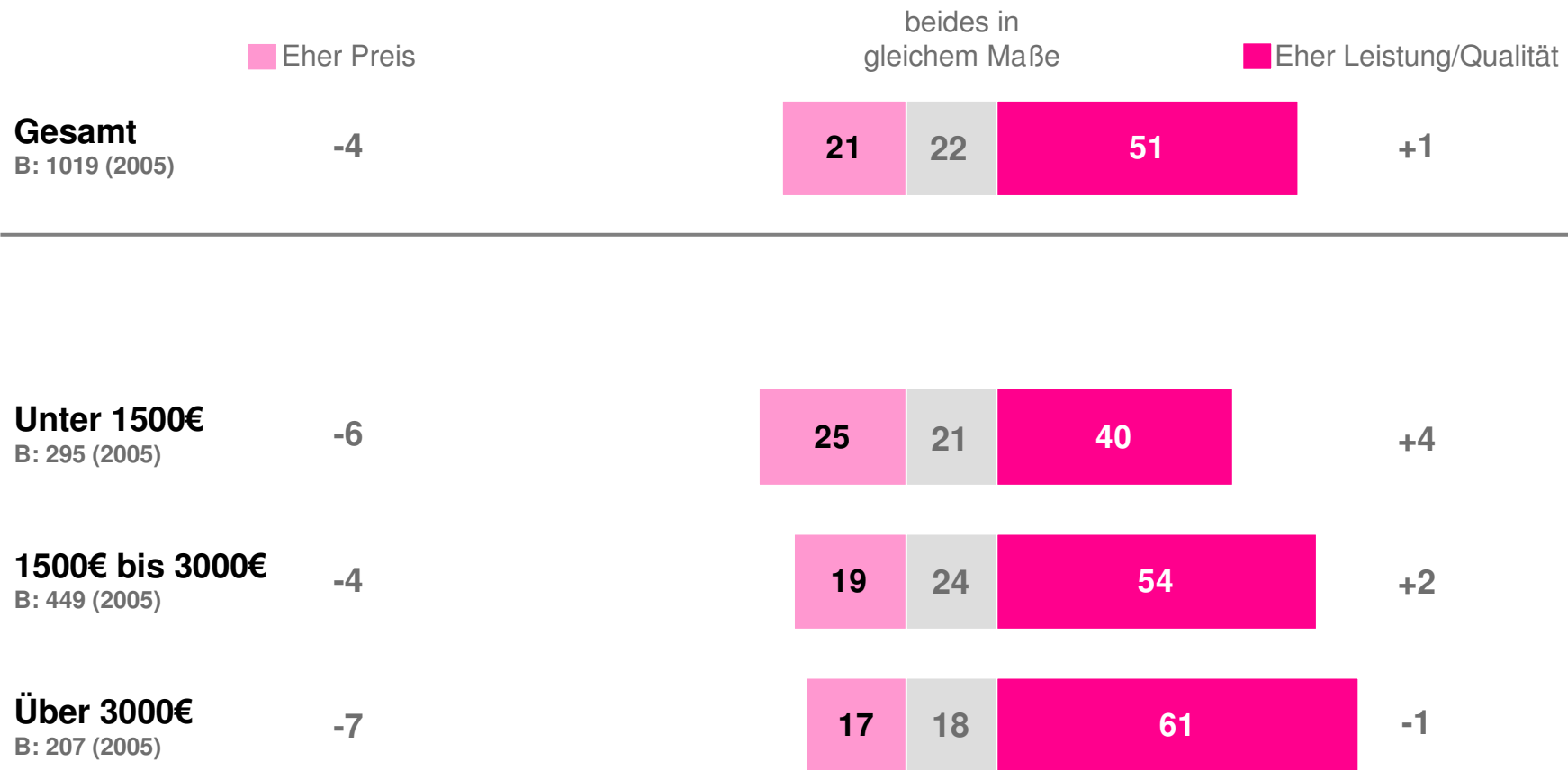
Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität beim Autokauf

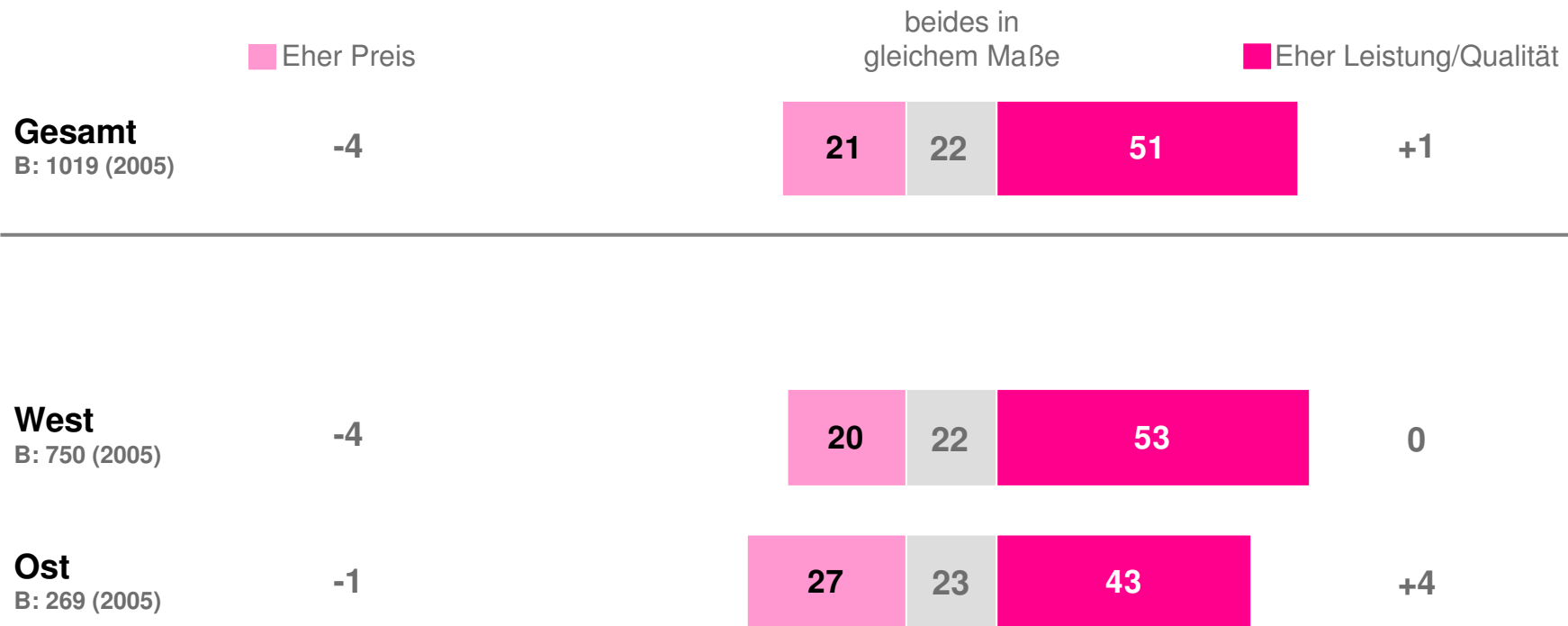
Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe

# Wichtigkeit von Preis bzw. Qualität beim Autokauf

Ist Ihnen der Preis oder die Leistung bzw. Qualität wichtiger?



Differenz zu 100%: Weiß nicht / keine Angabe