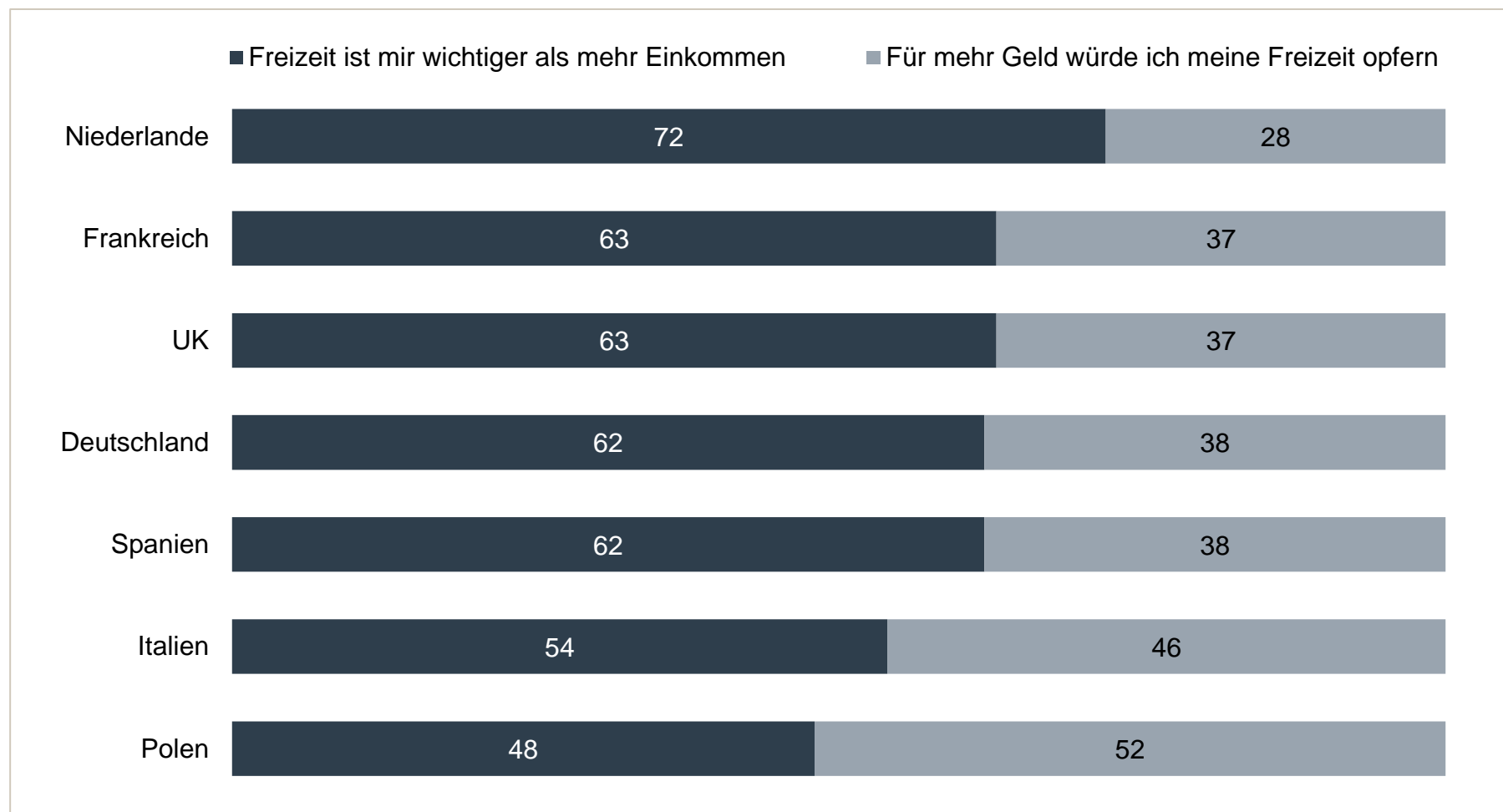


Der Wert der Freizeit wird in den meisten Ländern höher eingeschätzt als der Wert zusätzlicher Einkünfte; in Polen ist das anders

Einstellungsprofile nach Ländern

Polaritätenprofile (Zustimmung zu gegensätzlichen Aussagen auf 4er Skala, zu Top2Boxen zusammengefasst); Angaben in Prozent (gerundet)

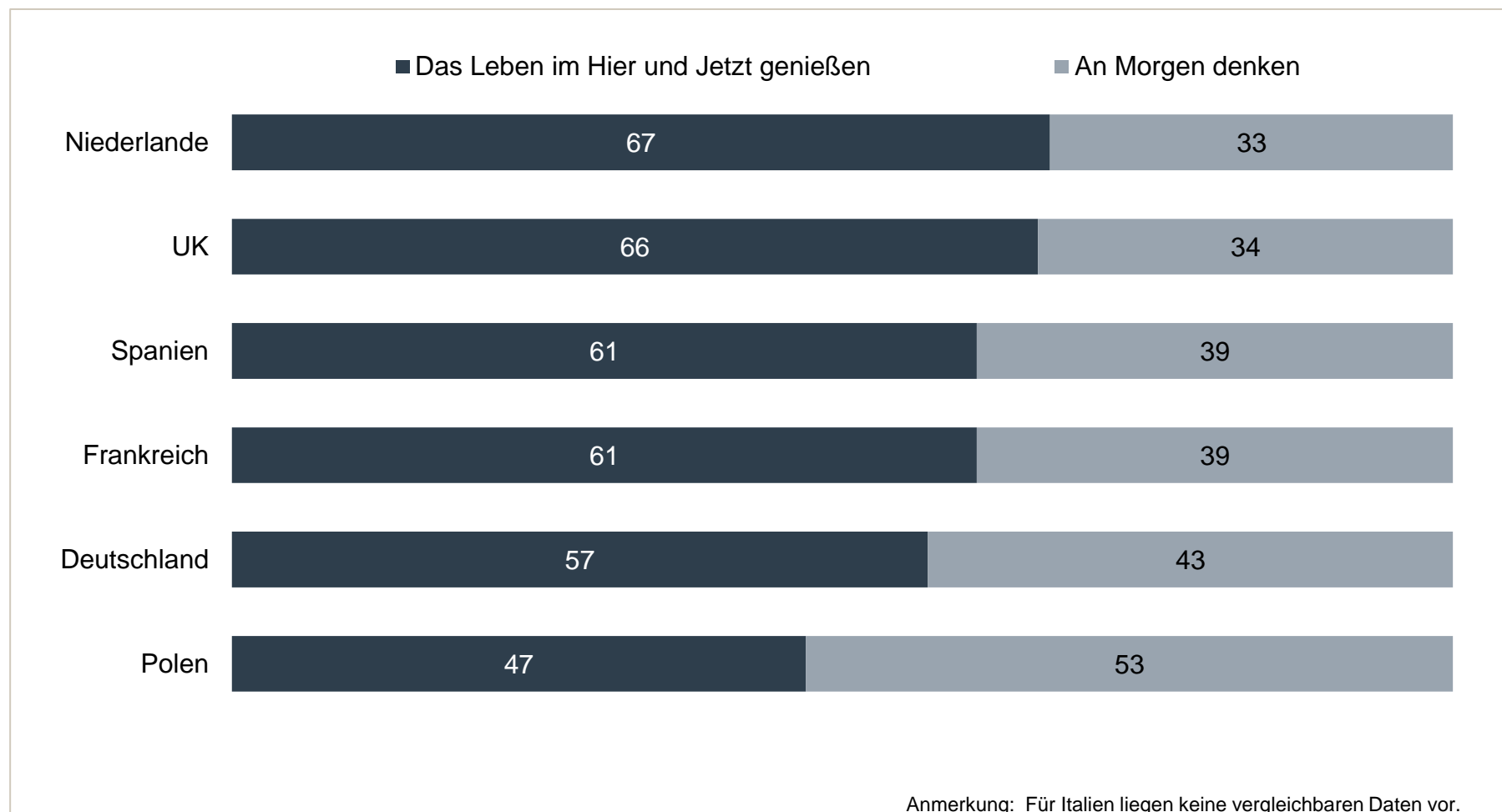


Quelle: GfK Verein, Consumer Study 2016; Basis Befragte: 2087 in Deutschland, ca. je 1000 in Frankreich, Italien, Polen, Spanien, UK, 505 in den Niederlanden

Eine gegenwartsbezogene Lebenseinstellung ist am stärksten in den Niederlanden und UK ausgeprägt

Einstellungsprofile nach Ländern

Polaritätenprofile (Zustimmung zu gegensätzlichen Aussagen auf 4er Skala, zu Top2Boxen zusammengefasst); Angaben in Prozent (gerundet)

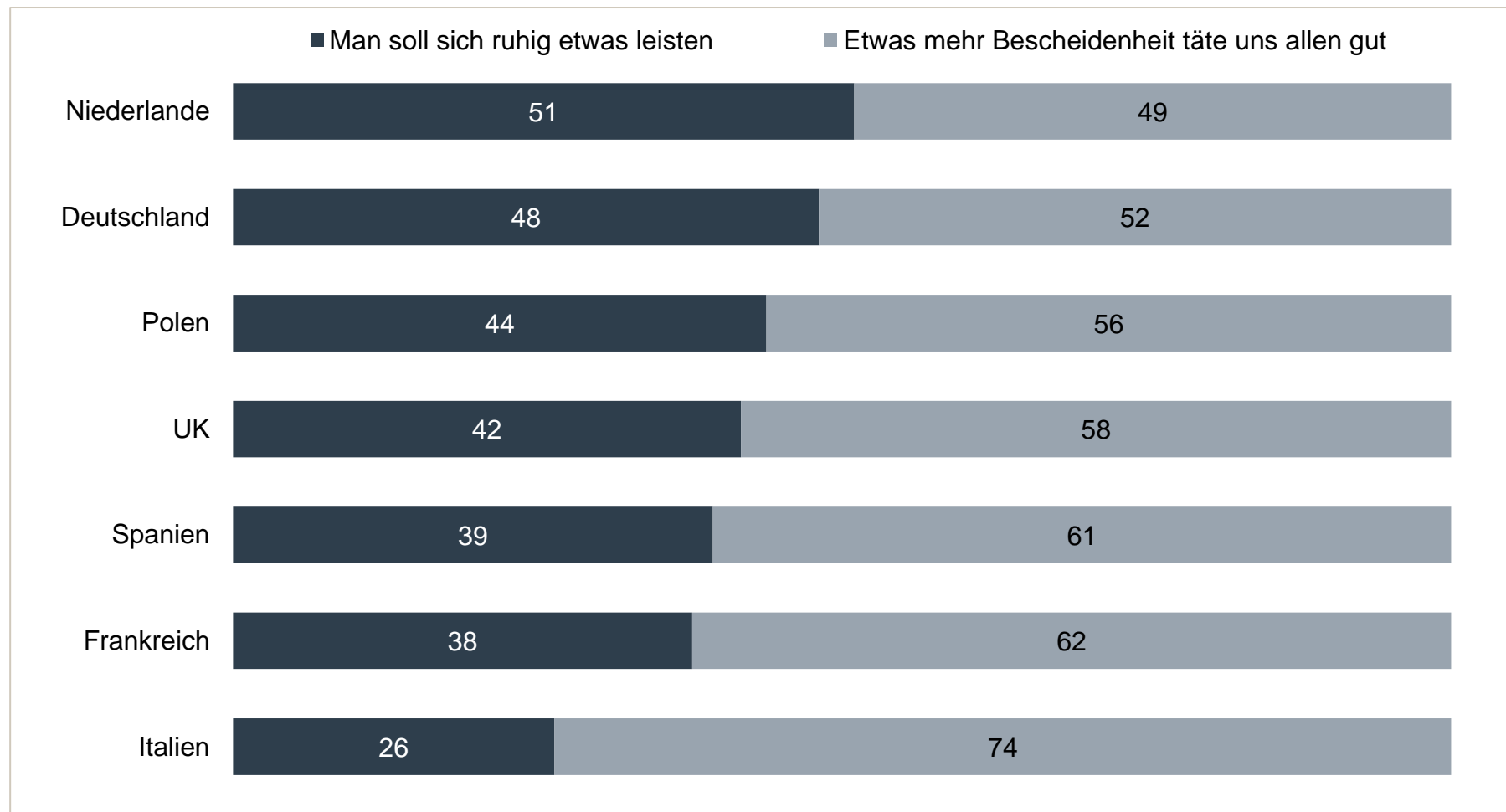


Quelle: GfK Verein, Consumer Study 2016; Basis Befragte: 2087 in Deutschland, ca. je 1000 in Frankreich, Italien, Polen, Spanien, UK, 505 in den Niederlanden

Beim Thema materielle Ansprüche bilden die Niederlande und Italien die Gegenpole; Deutschland liegt weit vorne auf Rang 2

Einstellungsprofile nach Ländern

Polaritätenprofile (Zustimmung zu gegensätzlichen Aussagen auf 4er Skala, zu Top2Boxen zusammengefasst); Angaben in Prozent (gerundet)

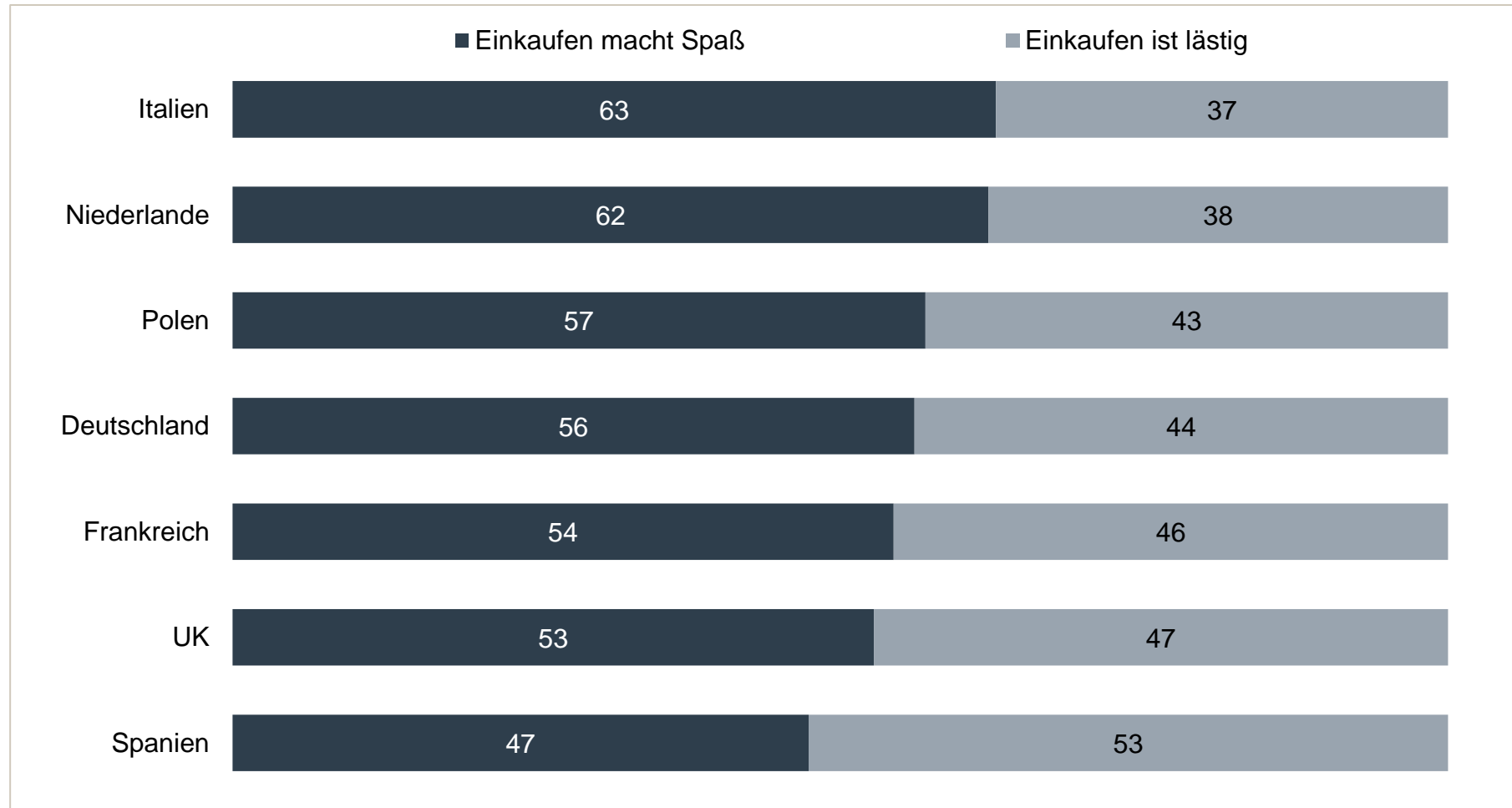


Quelle: GfK Verein, Consumer Study 2016; Basis Befragte: 2087 in Deutschland, ca. je 1000 in Frankreich, Italien, Polen, Spanien, UK, 505 in den Niederlanden

Es geht nicht nur ums Geldausgeben: Italienische Konsumenten haben soviel Spaß am Einkaufen wie niederländische

Einstellungsprofile nach Ländern

Polaritätenprofile (Zustimmung zu gegensätzlichen Aussagen auf 4er Skala, zu Top2Boxen zusammengefasst); Angaben in Prozent (gerundet)



Quelle: GfK Verein, Consumer Study 2016; Basis Befragte: 2087 in Deutschland, ca. je 1000 in Frankreich, Italien, Polen, Spanien, UK, 505 in den Niederlanden

Studienbeschreibung

Methode

Quelle:	GfK Consumer Study 2016, Trendsensor Konsum
Methode:	Computer Assisted Personal Interviews (Capi, 'face-to-face'- Umfrage)
Befragungszeitraum:	Winter 2015/2016
Zielpersonen:	Allgemeine Bevölkerung ab 14 Jahren (repräsentativ)
Stichprobe (ausgewählte Länder):	
Deutschland	n = 2087
Frankreich	n = 1007
Italien	n = 1017
Niederlande	n = 505
Polen	n = 1008
Spanien	n = 1035
UK	n = 1016