



Zuversichtsstudie: Deutsche zuversichtlich wie nie

Zuversichtsstudie: Deutsche zuversichtlich wie nie Was die deutsche Wirtschaft betrifft, waren die Deutschen nie optimistischer. Die Zuversicht in die wirtschaftliche Entwicklung stieg im zweiten Quartal 2014 auf den höchsten Wert seit der ersten Zuversichtsstudie im Jahr 2007. Gefragt nach der künftigen wirtschaftlichen Entwicklung Deutschlands, sind erstmals mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Deutschen zuversichtlich oder sehr zuversichtlich. Im Hinblick auf ihr persönliches Leben - das heißt auf das eigene Zuhause, die Familie, die Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes oder auf die individuelle finanzielle Lage - schauen sogar mehr als zwei Drittel (68 Prozent) der Deutschen optimistisch in die Zukunft. Das zeigt die aktuelle repräsentative Allianz Zuversichtsstudie, ein Gemeinschaftsprojekt der Allianz Deutschland AG und der Universität Hohenheim. Zusammenfassung unter www.uni-hohenheim.de/presse Vor allem das Vertrauen in die Sicherheit der Arbeitsplätze (+ acht Prozentpunkte) und in die Konjunktur (+14 Prozentpunkte) ließen die allgemeine Zuversicht auf einen Höchststand klettern (44 Prozent). "Der positive Blick auf die allgemeine Wirtschaftslage lässt auch die Zuversicht in die Sicherheit der Arbeitsplätze deutlich wachsen. Wirtschaftslage und Arbeitsmarkt - beide verleihen der Zuversicht für Deutschland gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen deutlichen Schub", kommentiert Dr. Markus Rieß, Vorstandsvorsitzender der Allianz Deutschland die exzellente Stimmungslage in Deutschland. Vertrauen in Wirtschaftsaufschwung: Baden-Württemberger weit vorne Besonders deutlich wird der Zusammenhang zwischen Zuversicht und Konjunktur in Baden-Württemberg, Hessen und Nordrhein-Westfalen. Hier verzeichnet die Zuversicht in die Wirtschaft im Vorjahresvergleich zweistellige Zuwächse auf über 60 Prozent in Baden-Württemberg und Hessen (+26 Prozentpunkte und 31 Prozentpunkte) und 56 Prozent in Nordrhein-Westfalen (+11 Prozentpunkte). "Die meisten Deutschen blicken erwartungsvoll in die Zukunft. Die Befragten vertrauen darauf, dass der Wirtschaftsaufschwung anhält", sagt Prof. Dr. Frank Brettschneider, Kommunikationswissenschaftler der Universität Hohenheim, der die Zuversichtsstudie wissenschaftlich betreut. Fußball vereint: junge Frauen und Männer im WM-Fieber Die aktuelle Erhebung untersucht zusätzlich den Einfluss der Fußballweltmeisterschaft auf die Stimmung in Deutschland. Die Zuversichtsstudie zeigt: Bei gut einem Viertel der Deutschen hebt der Ausblick auf die Fußball-WM die Stimmung. Das sind sogar etwas mehr als vor der Europameisterschaft 2012. Die Fußballbegeisterung ist dabei immer weniger eine Geschlechterfrage: Vor allem junge Frauen bis 29 Jahren (40 Prozent) lassen sich fast gleichermaßen begeistern wie gleichaltrige Männer (43 Prozent). Fußballbegeisterung ist eher eine Frage des Alters: Bei den unter 40-Jährigen ist der Anteil der Fußballfans deutlich höher als bei den Älteren. Spitzenreiter ist die Altersgruppe der 30- bis 39-Jährigen, hier freuen sich 44 Prozent auf die Weltmeisterschaft in Brasilien. Personen ab 60 Jahre beeindruckt die Weltmeisterschaft dagegen wenig. Lediglich jeder Fünfte gibt an, deswegen guter Laune zu sein. Zuversicht für Deutschland 44% (+10) Allgemeine Wirtschaftslage: 53% (+14) Sicherheit der Arbeitsplätze: 37% (+8) Umwelt- und Klimaschutz: 31% (+4) Qualität der Schulen und Universitäten: 25% (-3) Gesetzliche Pflege- und Krankenversicherung: 25% (-1) Gesetzliche Rentenversicherung: 17% (+1) Quartal 2014 (Differenz zum 2. Quartal 2013 in Prozentpunkten) Zuversicht für das persönliche Leben 68% (+1) Eigenes Zuhause: 82% (+1) Familie / Partnerschaft / Kinder: 71% (+0) Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes: 62% (+0) Persönliche finanzielle Lage: 59% (-1) Finanzielle Versorgung bei Krankheit und Pflege: 47% (+2) Finanzielle Versorgung im Alter: 42% (-2) Quartal 2014 (Differenz zum 2. Quartal 2013 in Prozentpunkten) Die Allianz Zuversichtsstudie Basis der Allianz Zuversichtsstudie, einer gemeinschaftlich durchgeführten Untersuchung der Allianz Deutschland AG und der Universität Hohenheim, sind repräsentative monatliche Befragungen mit jeweils mindestens 500 bis 1.000 Interviewpartnern. Seit Beginn der Erhebung im Jahr 2007 wurden mittlerweile insgesamt mehr als 48.000 Menschen befragt. Im 2. Quartal 2014 wurden 1.507 Interviews geführt. Ziel der Allianz Zuversichtsstudie ist es, die Stimmungslage in Deutschland zu erheben. Dazu wird regelmäßig die Zuversicht der Menschen für die jeweils kommenden zwölf Monate in sechs persönlichen und sechs gesellschaftlich übergreifenden Lebensbereichen erfasst. Die aktuellen Ergebnisse der Allianz Zuversichtsstudie sowie Trends, die sich daraus ablesen lassen, werden der Öffentlichkeit in der Regel vierteljährlich vorgestellt. Die Ergebnisse des 3. Quartals 2014 erscheinen im September 2014. Text: Klebs Kontakt für Medien: Prof. Dr. Frank Brettschneider Universität Hohenheim Lehrstuhl für Kommunikationswissenschaft insb. Kommunikationstheorie Tel.: 0711-459-24030 E-Mail: frank.brettschneider@uni-hohenheim.de  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pintr_=568207 width="1" height="1">

Pressekontakt

Universität Hohenheim

70593 Stuttgart

frank.brettschneider@uni-hohenheim.de

Firmenkontakt

Universität Hohenheim

70593 Stuttgart

frank.brettschneider@uni-hohenheim.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage