



## Postbank Studie: Weihnachtsgeschenke auf Kredit sind tabu

Postbank Studie: Weihnachtsgeschenke auf Kredit sind tabu - Geschenke, Kleidung und Reisen "auf Pump" sind für die Deutschen kein Thema - Zukünftige Kreditnehmer würden für medizinische Leistungen oder Aus- und Weiterbildung Geld aufnehmen - Vor allem junge Menschen finanzieren Unterhaltungselektronik auf Kredit - Das Weihnachtsgeschäft boomt und Experten rechnen mit Rekordumsätzen für die Händler in diesem Jahr. Beflügelt von einer hohen Beschäftigungsquote und niedrigen Zinsen greifen die Deutschen beim Geschenkekauf tief in die eigenen Taschen - "auf Pump" wird dabei kaum ein Präsent finanziert. Knapp 71 Prozent aller (potenziellen) Kreditnehmer lehnen es kategorisch ab, ein Darlehen für Weihnachtsgeschenke aufzunehmen, so das Ergebnis einer aktuellen Postbank Studie. Vor allem die weiblichen Befragten wollen beim adventlichen Einkaufsbummel kein geliehenes Geld ausgeben (76 Prozent). Bei den männlichen Umfrageteilnehmern sind dies hingegen zehn Prozent weniger (66 Prozent). Und auch regional zeigen sich Unterschiede: Während der Geschenkekauf auf Kredit im Westen für 72 Prozent tabu ist, lehnen ihn im Osten nur 67 Prozent ab. Die Einstellung der Deutschen, für Geschenke keine Schulden machen zu wollen, entspricht dem tatsächlichen Kreditverhalten: Gefragt, für welchen Zweck in der Vergangenheit ein Kredit aufgenommen wurde, bilden Weihnachtsgeschenke mit nur 0,5 Prozent das Schlusslicht. Darlehen wurden faktisch auch selten für Reisen (0,6 Prozent), Kleidung (1 Prozent), Handys (2 Prozent), Feierlichkeiten (2 Prozent) oder medizinische Leistungen wie Zahnersatz (3 Prozent) ausgegeben. Interessant: Fragt man potenzielle Kreditnehmer, wofür sie in Zukunft ein Darlehen nutzen würden, landet die medizinische Leistung mit 58 Prozent auf Platz Eins. Für die eigene Gesundheit wären die Deutschen also durchaus bereit, Geld aufzunehmen, jedoch besteht in der Praxis nur verhältnismäßig selten die Notwendigkeit dazu. Ähnlich verhält es sich mit der Bereitschaft, für eine Aus- oder Weiterbildung Schulden zu machen. Sie ist unter den zukünftigen Kreditnehmern mit 46 Prozent recht hoch, tatsächlich haben für diesen Zweck jedoch nur drei Prozent ein Darlehen aufgenommen. Ein Kredit für jede Lebensphase - Am häufigsten wurden per Kredit größere Anschaffungen finanziert, die längerfristig von Nutzen sind. Ganz vorn stehen Auto oder Motorrad (47 Prozent), Wohnungseinrichtung (24 Prozent), Haushaltsgerät (17 Prozent) und Renovierung (15 Prozent). Je nach Lebensphase zeigen sich dabei besondere Präferenzen: 30- bis 39-Jährige nutzten den Kredit häufiger als Befragte anderer Altersklassen für die Finanzierung ihres "Nestbaus" und kauften Wohnungseinrichtung (33 Prozent; Gesamt: 24 Prozent). 50- bis 59-Jährige verwendeten das Darlehen vermehrt für die Renovierung ihrer vier Wände (21 Prozent; Gesamt: 15 Prozent). Je jünger die Befragten, desto eher gaben sie das geliehene Geld für Unterhaltungselektronik aus. Jeder vierte 18- bis 29-Jährige (25 Prozent) und jeder sechste 30- bis 39-Jährige (17 Prozent) verwendete das Darlehen für Flachbildfernseher, Laptop, Kamera etc. - von allen Befragten nur jeder Achte (13 Prozent). Die speziellen Vorlieben unter den Geschlechtern erscheinen klischeehaft: Während 50 Prozent der Männer einen Kredit zur Finanzierung ihres fahrbaren Untersatzes aufnahmen, waren es bei den Frauen nur 44 Prozent. Die weiblichen Befragten gaben das geliehene Geld hingegen häufiger für Haushaltsgeräte aus (21 Prozent), Männer zeigten dabei mehr Zurückhaltung (13 Prozent). Im Rahmen der repräsentativen Studie wurden im August 2014 mittels einer telefonischen Mehrthemenbefragung 2.369 Personen ab 18 Jahren von TNS Emnid im Auftrag der Postbank interviewt.

### Pressekontakt

Deutsche Postbank AG

53113 Bonn

### Firmenkontakt

Deutsche Postbank AG

53113 Bonn

Die Postbank ist mit über zwölf Millionen Kunden, einer Bilanzsumme von 134 Milliarden Euro und 9.300 Mitarbeitern eine der größten Privatkundenbanken Deutschlands. Ihre Leistungen bietet sie in rund 9.000 Filialen der Deutschen Post an. Damit verfügt sie über weit mehr Geschäftsstellen als jedes andere deutsche Einzelinstitut. Herzstück dabei: rund 780 Postbank Center, in denen den Kunden speziell geschulte Finanzdienstleistungsberater zur Verfügung stehen. Gleichzeitig ist die Postbank einer der Marktführer im Online- und Telefonbanking. Über zwei Millionen Girokonten und 430.000 Depots führen die Kunden der Postbank inzwischen online und mehr als drei Millionen nutzen die Möglichkeiten des Telefon-Banking. Tendenz: weiter steigend.