



Dieser Meldung sind Dateien beigefügt

OTS-Originaltext-Service

Geht es nach den Plänen der ÖsterreicherInnen, so wird im kommenden Jahr auch bei Kommunikation und Kleidung der Sparstift angesetzt. Bei der Kleidung zeichnet sich gegenüber der Vorjahreserhebung die größte Veränderung ab: Nach 7% zuletzt wollen im neuen Jahr 12% der Österreicher in diesem Bereich sparsamer sein. Sparsamer mit Telefon und Internet wollen im nächsten Jahr 13% der Befragten umgehen (2011: 10%).

Höchste Stabilität bei der Altersvorsorge

Insgesamt sind die ÖsterreicherInnen in ihrer "privaten Budgetpolitik" sehr konstant. Das betrifft auch die Altersvorsorge. 89% der befragten Personen wollen 2012 an ihren Investitionen in die Altersvorsorge unverändert festhalten, 6% wollen dafür sogar mehr Geld zur Verfügung stellen.

Allerdings: Auch bei der Pflegevorsorge ist mit ebenfalls 89% keine große Bewegung ersichtlich, was freilich bedeutet, dass noch keine Sensibilisierung der Bevölkerung gelungen ist, dass für eine allfällige Pflegebedürftigkeit wesentlich stärker vorgesorgt werden müsste.

Verfügbares Geld wird weniger - wird Österreich ärmer?

Abgefragt wurde im Rahmen der **Generali**-Geldstudie auch die aktuelle Verfügbarkeit von Geld: "Haben Sie derzeit mehr, weniger oder gleich viel Geld zur Verfügung als im Vorjahr?", lautete die konkrete Frage. 30% der Österreicher geben an, derzeit weniger Geld zur Verfügung zu haben als noch im Vorjahr. Besonders stark ausgeprägt ist das Geldproblem bei den 50- bis 59-Jährigen: In dieser Altersgruppe erklärten 38% der Befragten, heute weniger Geld zu haben als noch im Vorjahr - bei der vorjährigen Umfrage waren es 28%.

Noch deutlicher hat sich dieser Wert bei den unter 30-Jährigen verändert: Nach 15% im Vorjahr geben heute mit 28% fast doppelt so viele junge Menschen an, nicht mehr so viel Geld zur Verfügung zu haben. Dennoch planen 30% der Befragten dieser Altersgruppe 2012 höhere Ausgaben für ihren Urlaub. Auf Platz 2 und 3 bei den jungen Menschen folgen - wenig überraschend - Mehrausgaben fürs Wohnen (29%) sowie für die Aus- und Weiterbildung (27%).

Die **Generali** lässt ihre Geldstudie jährlich von einem Markt- und Meinungsforschungsinstitut erstellen, um damit kurzfristig auf die Vorsorge- und Konsumwünsche der Österreicherinnen und Österreicher reagieren zu können. Die Kundenbetreuer und Vertriebspartner der **Generali** Gruppe kümmern sich in ganz Österreich um die Vorsorgeinteressen der Konsumenten. Mit einem Marktanteil von rund 15% zählt die **Generali** zu den Top-3-Versicherungsgruppen Österreichs.

Generali Geldstudie 2012 - Daten

(z.B.: 19% der Befragten wollen 2012 mehr Geld für Wohnen ausgeben)

~		~	
Mehr Ausgaben		Mehr Ausgaben	
Gesamtbevölkerung	(%)	unter 30-Jährige	(%)
1 Wohnen	19	1 Urlaub	30
2 Urlaub	18	2 Wohnen	29
3 Private Gesundheitsvorsorge	15	3 Aus-/Weiterbildung	27
4 Wohlbefinden/Sport	15	4 Wohlbefinden/Sport	24
5 Nahrungsmittel/Getränke	14	5 Sparen (für später)	23
6 Aus- und Weiterbildung	14	6 Nahrungsmittel/Getränke	20
7 Freizeit/Hobbys	13	7 Freizeit/Hobbys	19
8 Sparen (für später)	13	8 Geschenke	15
9 Geschenke	12	9 Mode/Bekleidung	14
10 Steuern	11	10 Private Gesundheitsvorsorge	12
~		~	
~		~	
Weniger Ausgaben		Weniger Ausgaben	
Gesamtbevölkerung	(%)	unter 30-Jähr.	(%)
1 Urlaub	17	1 Urlaub	23
2 Telefon/Internet	13	2 Telefon/Internet	18
3 Mode/Bekleidung	12	3 Mode/Bekleidung	14





Dieser Meldung sind Dateien beigefügt

OTS-Originaltext-Service

4 Auto/Mobilität	11	4 Tabakwaren	13
5 Tabakwaren	11	5 Alkohol	13
~			
~			
Mehr Ausgaben Frauen	(%)	Mehr Ausgaben Männer	(%)
1 Wohnen	17	1 Wohnen	22
2 Urlaub	16	2 Urlaub	20
3 Wohlbefinden/Sport	14	3 Private Gesundheitsvorsorge	18
4 Aus-/Weiterbildung	14	4 Wohlbefinden/Sport	16
5 Sparen (für später)	13	5 Freizeit/Hobbys	16
~			
~			
Weniger Ausgaben Frauen	(%)	Weniger Ausgaben Männer	(%)
1 Urlaub	16	1 Urlaub	18
2 Kommunikation/Telefon	13	2 Auto/Mobilität	13
3 Mode/Bekleidung	13	3 Tabakwaren	13
4 Geschenke	10	4 Telefon/Internet	12
5 Tabakwaren	10	5 Alkohol	12
~			

Anhänge zu dieser Aussendung finden Sie als Verknüpfung im AOM / Originaltext-Service sowie über den Link "Anhänge zu dieser Meldung" unter <http://www.ots.at>

Rückfragehinweis:

Generali Gruppe Österreich
 Josef Hlinka
 Tel.: (01) 534 01-11375
josef.hlinka@generali.at
www.generali.at

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/10483/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0027 2011-12-29/09:30

290930 Dez 11

