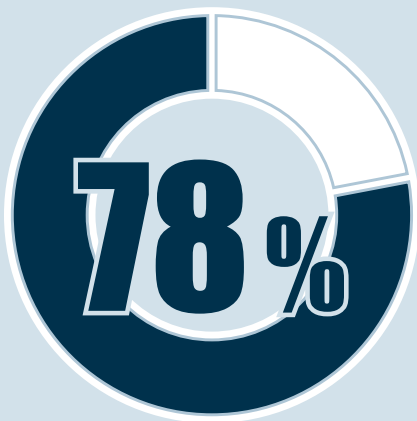


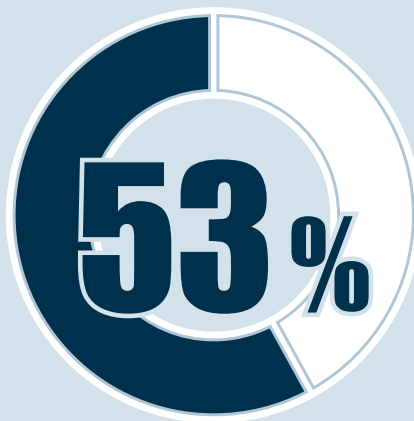
# Allensbach-Verbraucher-Studie

Die Mehrheit der Bevölkerung in Deutschland sieht ihre Interessen als Verbraucher gut geschützt, ist werbeaffin und informiert sich vor Anschaffungen gründlich. Das sind zentrale Ergebnisse der Studie „Die Mündigkeit des Verbrauchers“<sup>1</sup>, die das Institut für Demoskopie Allensbach im Auftrag des ZAW im Frühjahr 2016 erstellt hat.

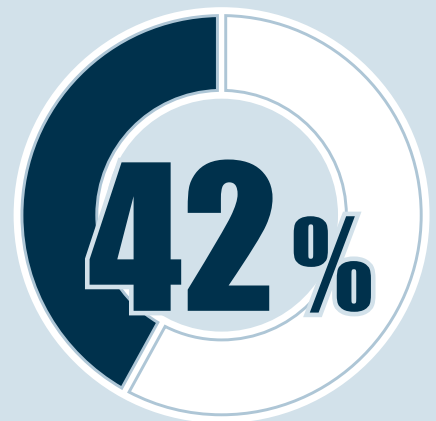
## Bedeutung von Werbung und anderen Informationsquellen über Produkte des täglichen Bedarfs<sup>2</sup>



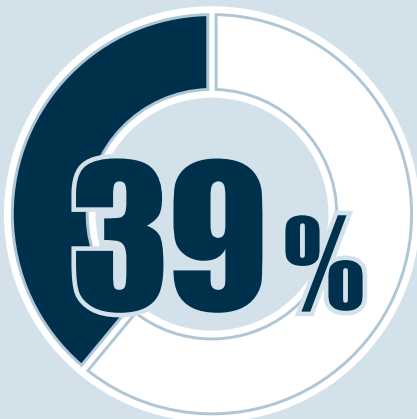
**Persönliche Gespräche, Erfahrungen von Freunden und Bekannten**



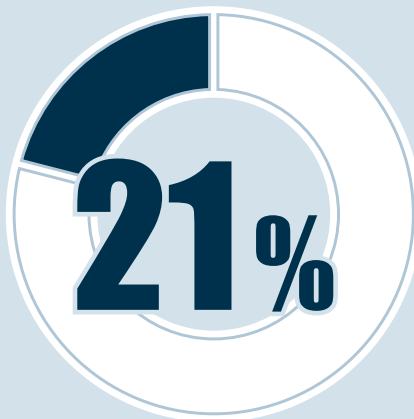
**Werbung, Prospekte, Produktinformationen von Unternehmen**



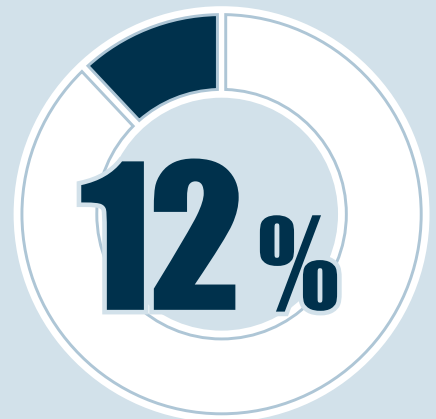
**Informationen der Stiftung Warentest**



**Informationen, Anregungen und Empfehlungen aus dem Internet**



**Informationen von Verbraucherschutzverbänden**



**Soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter**

<sup>1</sup> Die repräsentative Befragung der Bevölkerung der Bundesrepublik Deutschland ab 16 Jahre fand im März 2016 auf der Basis von 1.400 Face-to-Face-Interviews statt.

<sup>2</sup> Bundesdurchschnitt

# Selbsteinschätzung der Verbraucher zu ihren Kaufentscheidungen<sup>2</sup>



Ich würde mich bei einer Kaufentscheidung nie allein auf die Werbung verlassen.



Vor größeren Anschaffungen informiere ich mich in der Regel sehr gründlich.



Ich kaufe hauptsächlich die Produkte und Marken, mit denen ich schon gute Erfahrungen gemacht habe.



Ich weiß meistens genau, was ich will und lasse mir da auch nicht von anderen reinreden.

**12%**



Ich bin mir oft unsicher, ob ich das Richtige gekauft habe.



Ich treffe oft ganz spontane Kaufentscheidungen.

Bei Produkteinkäufen sind die Verbraucher **erfahren, selbstbewusst** und meist auch **gut informiert**. Sie kennen die **Vielfalt der Warenwelt** und navigieren darin mit **Souveränität**.

Die überwältigende Mehrheit der Konsumenten **informiert sich gründlich**, wenn es um größere Anschaffungen geht. Auch beim Thema Werbung zeigt sich die Souveränität der Verbraucher:

Die Bevölkerung ist **werbeaffin**,

verlässt sich aber **bei ihren Kaufentscheidungen** nie allein auf Werbung, sondern **vor allem** auf das **eigene Erfahrungswissen**.



**Prof. Dr. Renate Köcher**

Geschäftsführerin Institut für Demoskopie Allensbach  
auf dem Plenum der Werbung 2016 in Berlin.