

Nielsen Global Consumer Confidence Survey

Mai 2008



Studiendesign

- Die Nielsen Global Online Survey – die von Nielsen zweimal pro Jahr über das Internet durchgeführte Befragung zum Verbrauchervertrauen – ist die größte weltweit erhobene Studie dieser Art.
- An der jüngsten Befragung im Mai 2008 nahmen über 26.000 regelmäßige Internetnutzer aus 51 Ländern der Regionen Europa, Asien-Pazifik, Nordamerika und Naher Osten teil.
- Die Umfrageergebnisse repräsentieren sämtliche Internetnutzer im Alter ab 15 Jahren.

Teilnehmende Länder

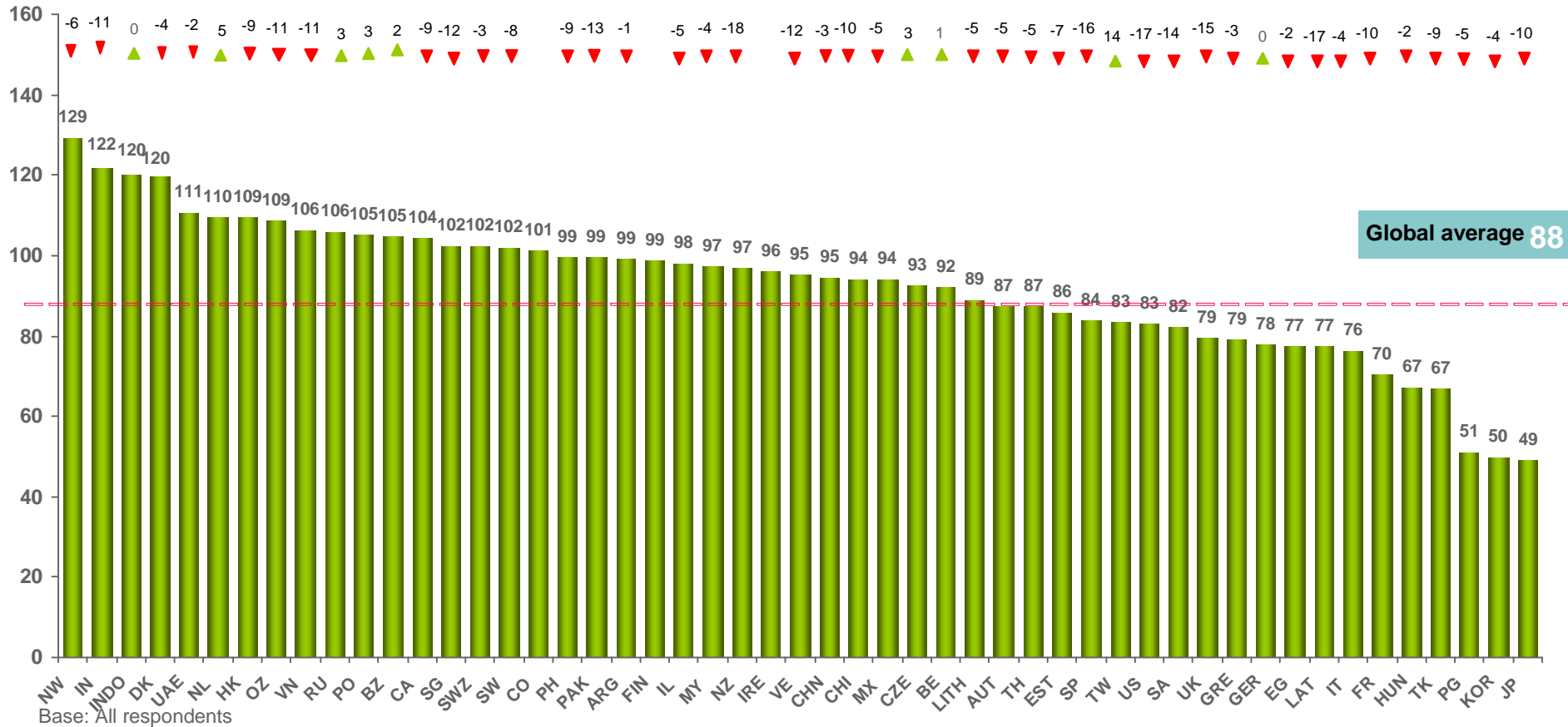
- Argentinien, Australien, Österreich, Belgien, Brasilien, Kanada, Chile, China, Kolumbien, Tschechien, Dänemark, Ägypten, Estland, Finland, Frankreich, Deutschland, Griechenland, Hong Kong, Ungarn, Indien, Indonesien, Irland, Israel, Italien, Japan, Korea, Lettland, Litauen, Malaysien, Mexico, Niederlande, Neuseeland, Norwegen, Pakistan, Philippinen, Polen, Portugal, Russland, Singapur, Südafrika, Spanien, Schweden, Schweiz, Taiwan, Thailand, Türkei, Arabische Emirate, Großbritannien, USA, Venezuela und Vietnam.
- Kolumbien, Venezuela & Israel – erstmalig im Mai 2008, daher kein Trendverlauf verfügbar

Nielsen Consumer Confidence Index - alle Länder weltweit im Vergleich

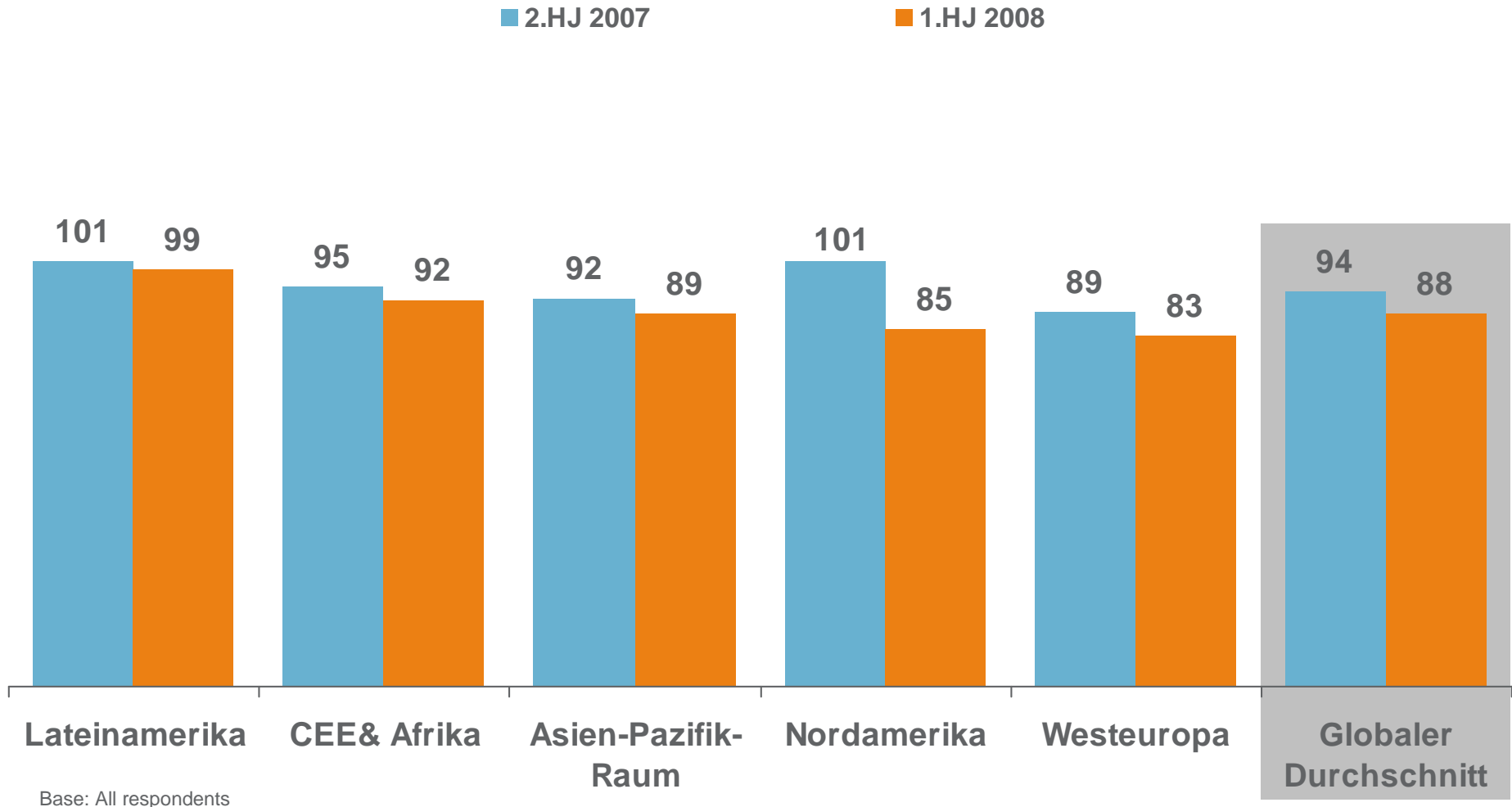
1H 2008 Nielsen Consumer Confidence Index

■ 1H 2008

▲ Changes 1H08 vs.2H07

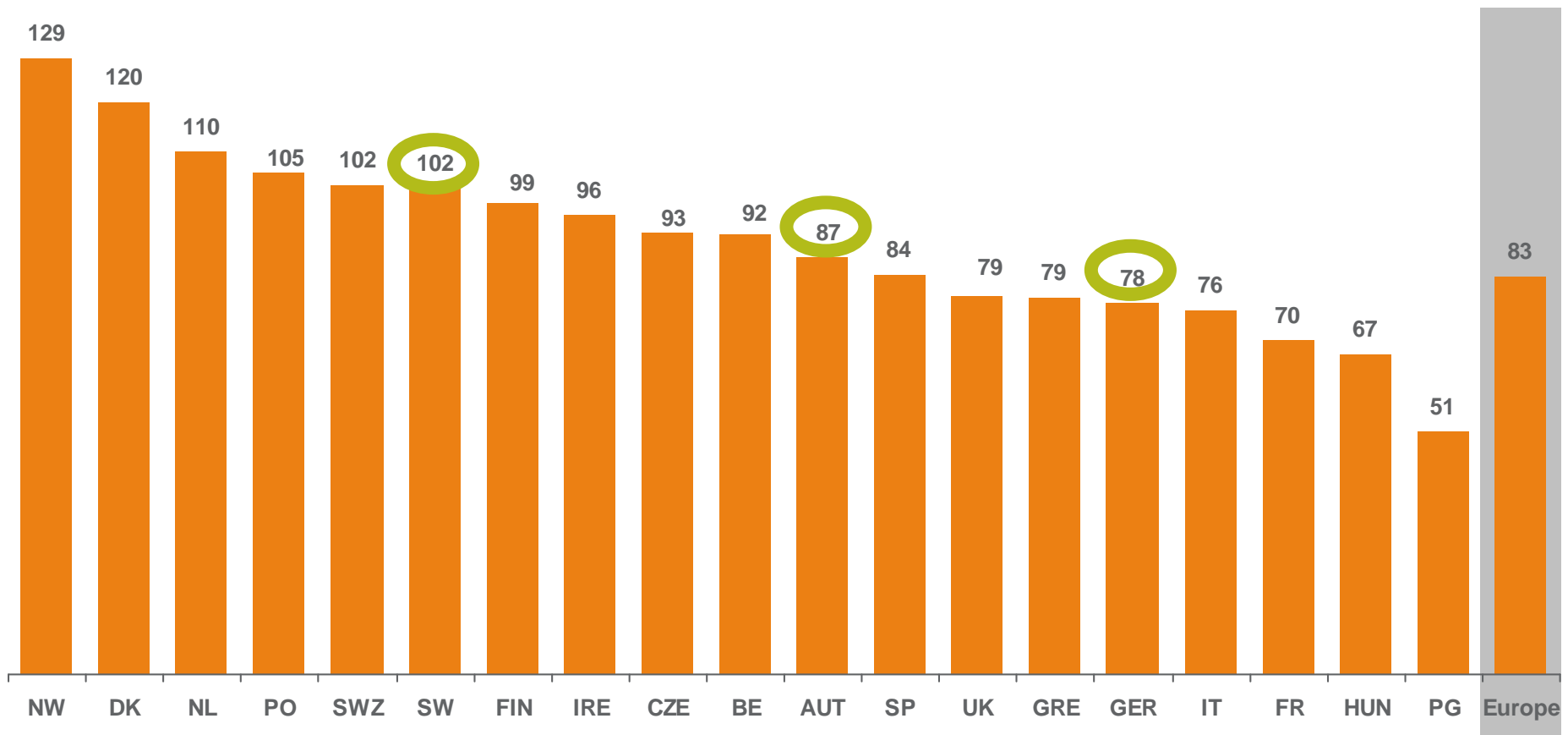


Consumer Confidence Index – der regionale Trend



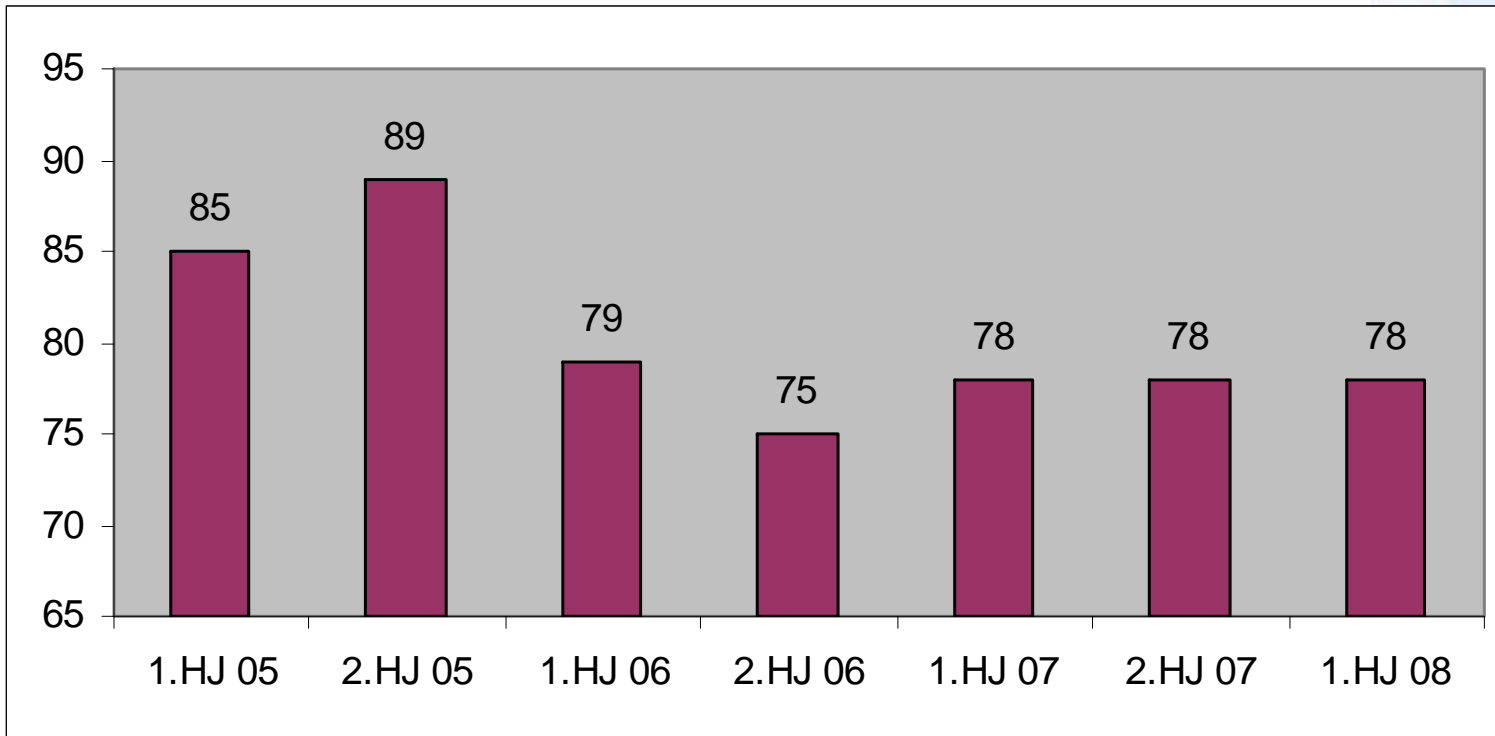
Consumer Confidence Index – 1. Halbjahr 2008

Europa – die Länder im Vergleich

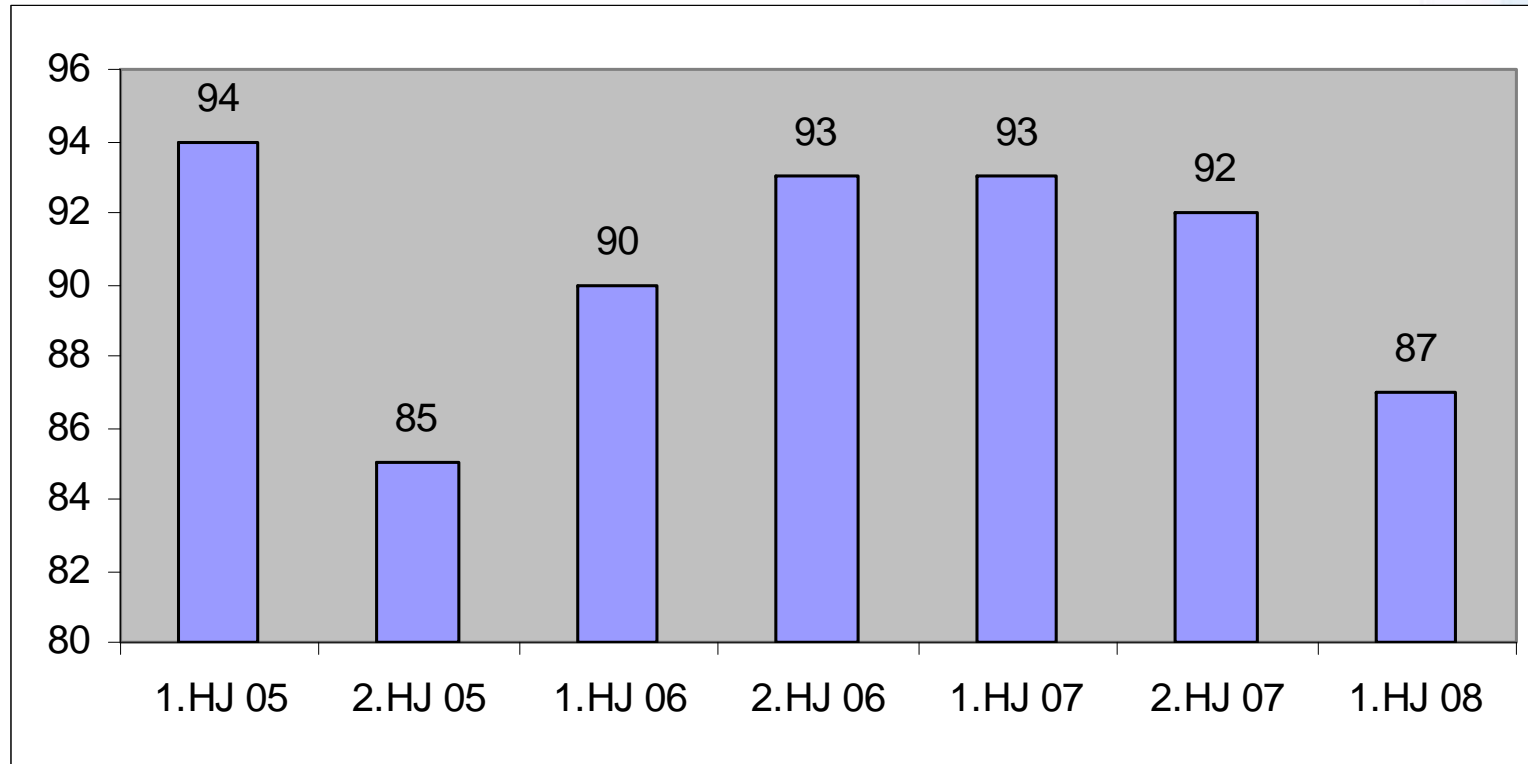


Base: All Respondents

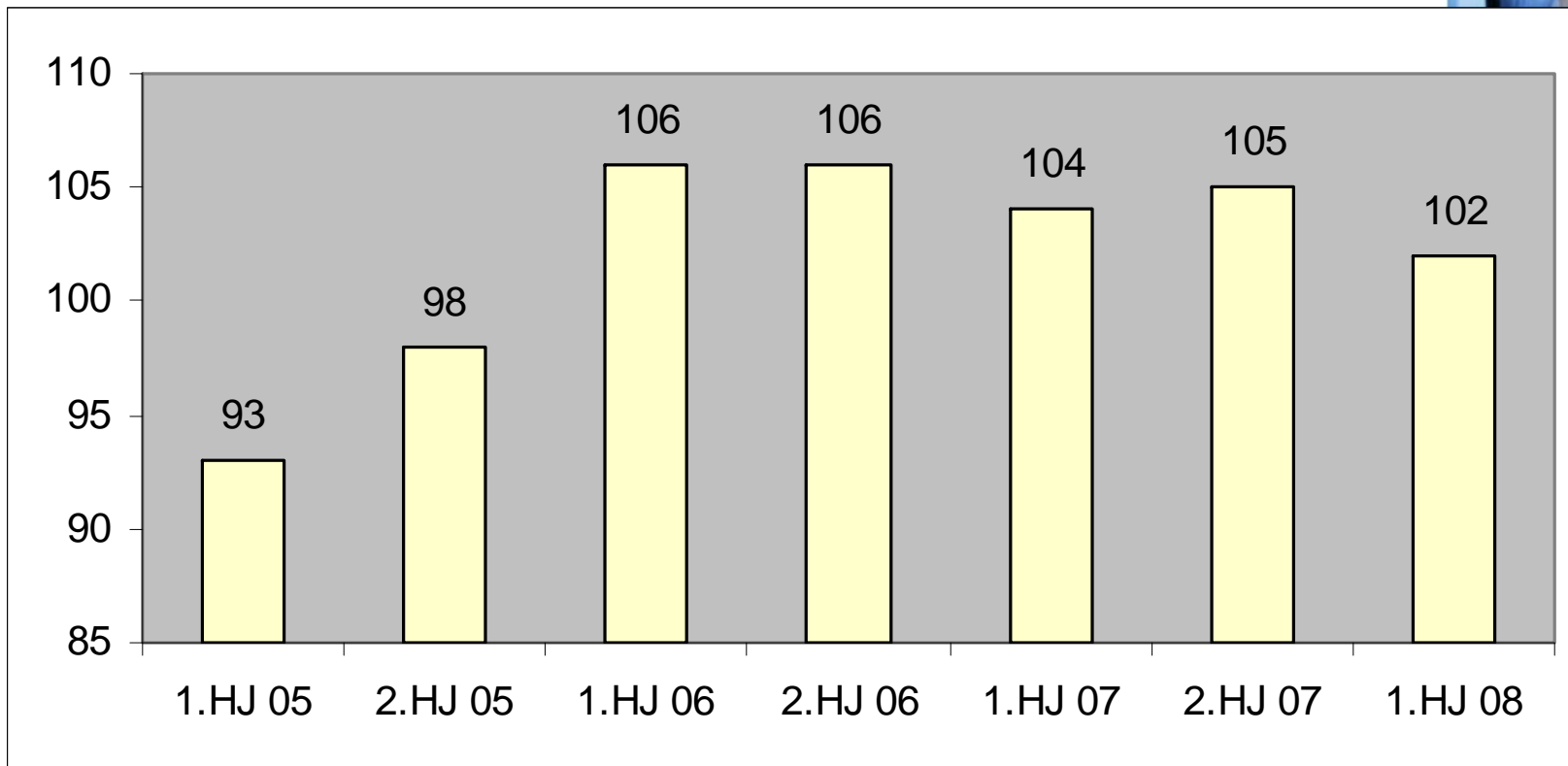
Consumer Confidence Deutschland – der langfristige Trend



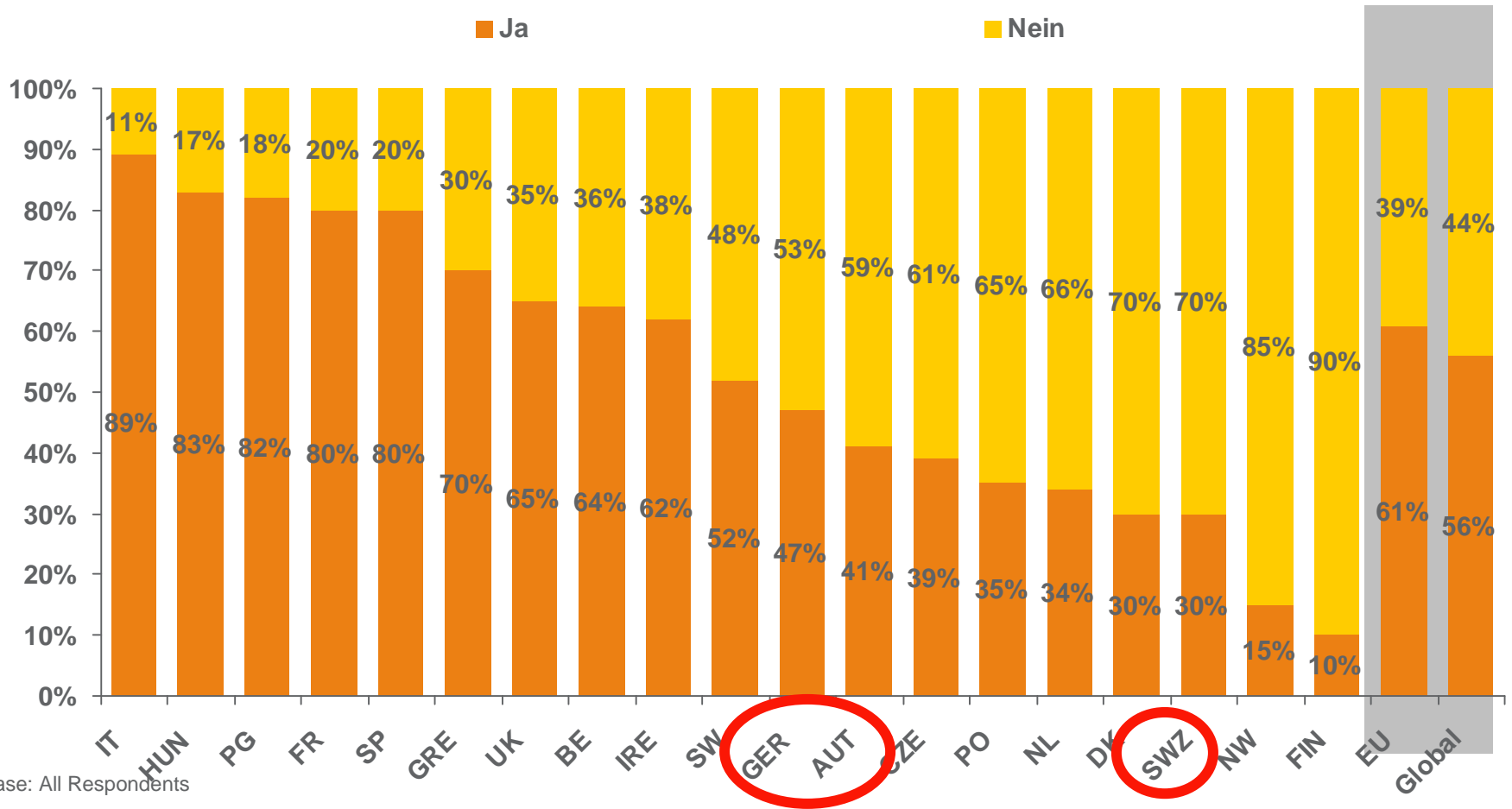
Consumers Confidence Österreich – der langfristige Trend



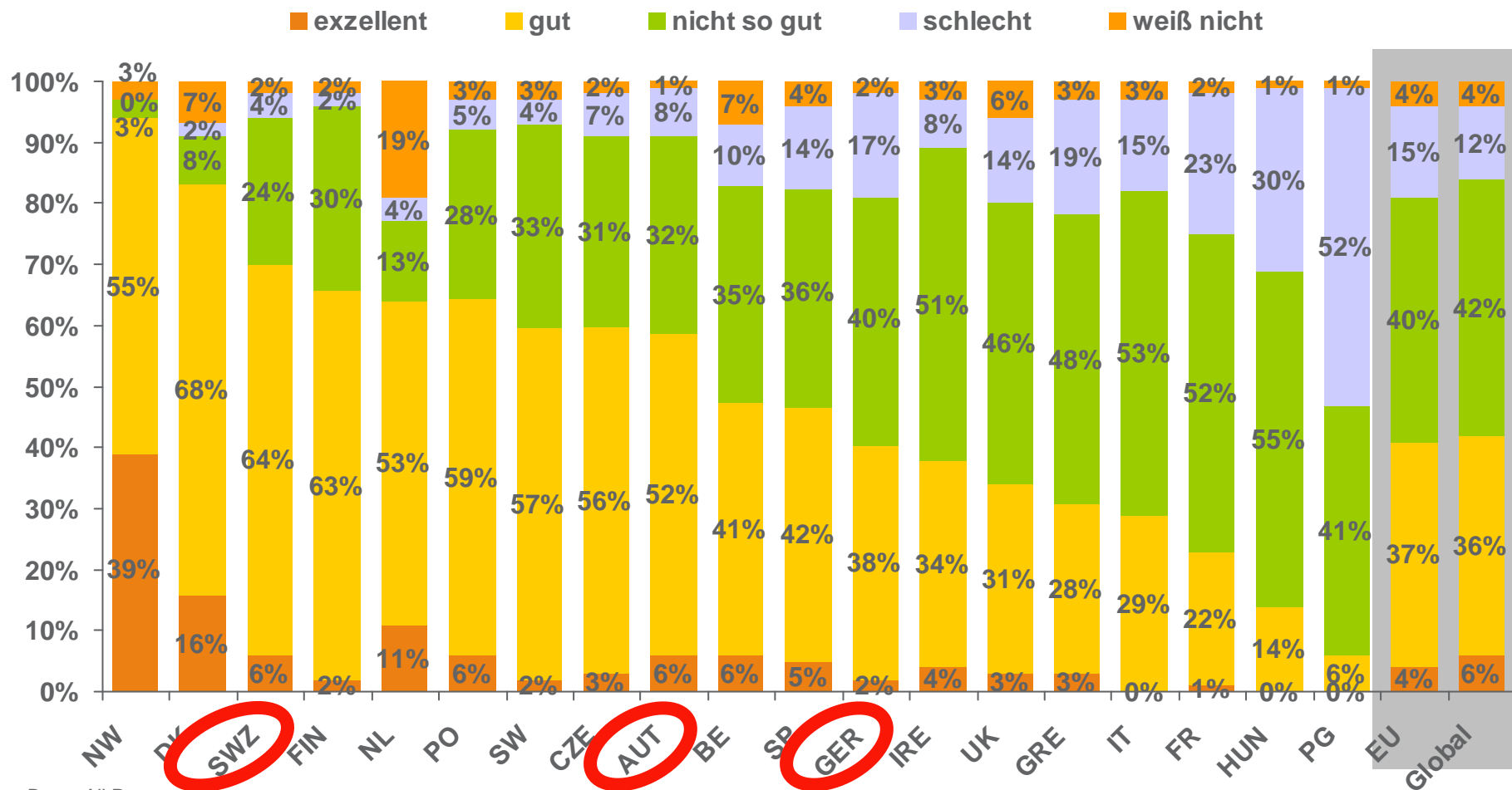
Consumers Confidence Schweiz – der langfristige Trend



Glauben Sie, dass wir uns derzeit in einer globalen Rezession befinden?

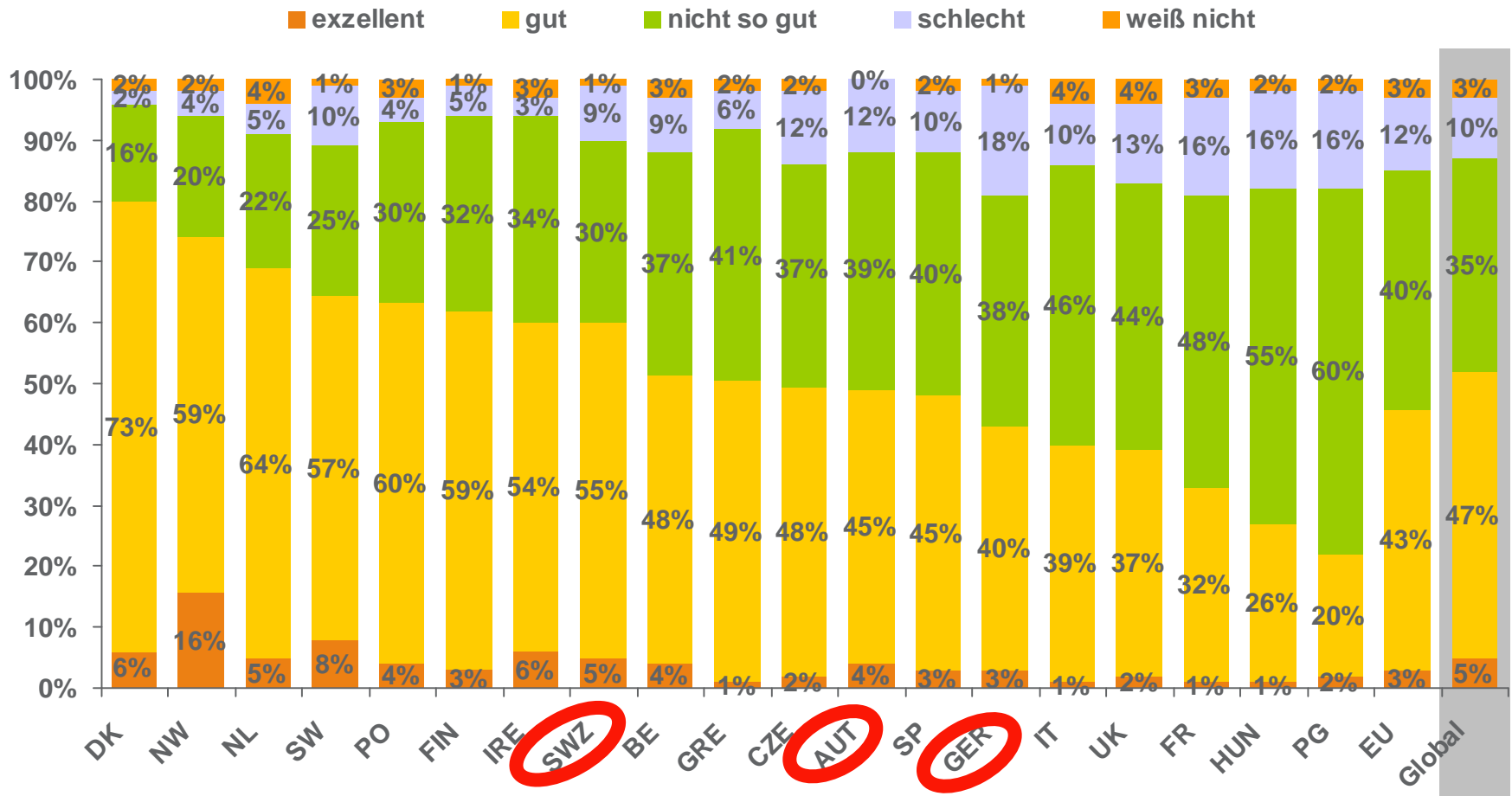


Einschätzung der lokalen Berufsaussichten in den nächsten 12 Monaten



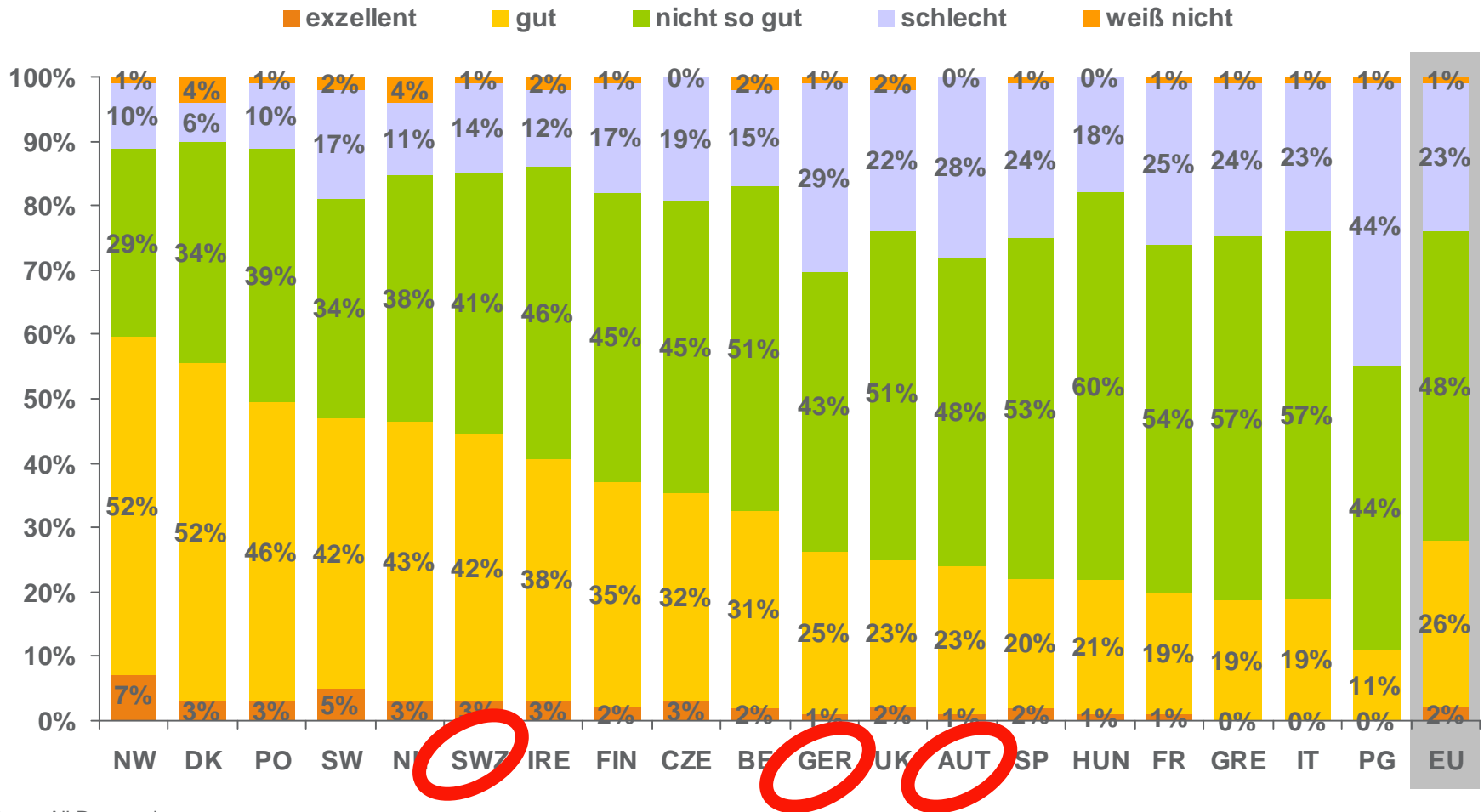
Base: All Respondents

Einschätzung der persönlichen Finanzlage in den nächsten 12 Monaten



Base: All Respondents

Einschätzung "guter Zeitpunkt für Neu-Anschaffung" der Dinge, die man gerne haben möchte und braucht innerhalb der nächsten 12 Monate



Base: All Respondents