

# Ist Euroland bald abgebrannt?

**Griechenland konnte gerettet werden, aber der Euro taumelt / Die Deutschen sind sich einig, dass gespart werden muss, aber uneinig, wie.**

Nürnberg, 04. Juni 2010. Nicht nur das Wetter ist eine Katastrophe in diesem Frühjahr 2010, auch der drohende Staatsbankrott in Griechenland, der trudelnde Euro und der milliarden-schwere Rettungsschirm beherrschen die Schlagzeilen. Aus diesem Anlass wollten das Nürnberger Markenforschungsinstitut K&A Brand Research und der Onlinepanelspezialist Respondi wissen, wie die Deutschen eigentlich zum griechischen Staatsbankrott, möglichen Ursachen und Sparplänen stehen. Befragt wurden 1020 Männer und Frauen repräsentativ ab 18 Jahren.

## **Griechenland: Zu viel, zu oft, zu teuer**

Seit 1999 ist der Euro das offizielle Währungsmittel der EU, seit 2002 tragen wir ihn in der Brieftasche - und 2010 ist er in eine Krise ungeahnten Ausmaßes gerutscht und hat, ausgelöst durch die volkswirtschaftlichen Schwierigkeiten in Griechenland, gegenüber anderen Währungen drastisch an Wert verloren. Wer aber trägt die Schuld an der griechischen Tragödie und ihren Folgen? Die überwiegende Mehrheit der Deutschen (75 Prozent) sagt, Griechenland habe schlicht und einfach zu viel Geld ausgegeben und über seine Verhältnisse gelebt. Vor allem die 18-29 Jährigen haben ein schlechtes Bild der griechischen Sparmoral. Aber auch Banken und Spekulanten kommen nicht gut weg: 59 Prozent der Befragten geben ihnen eine Mitschuld am schwachen Euro. Interessant ist, dass nur die Hälfte der Frauen das so sehen - sie suchen die Schuld eher im Inneren. Ein Viertel der weiblichen Umfrageteilnehmerinnen kritisiert die stockende Gehaltsentwicklung in der Bundesrepublik und die nicht zu haltenden Versprechen für Steuersenkungen.

## **Strafe für Spekulanten - Oder doch wieder D-Mark?**

Sparen, so lautet die Devise heute, und zwar in allen Ländern Europas finden 58 Prozent der Deutschen. Dabei sollte man auch nicht vor Strafen zurückschrecken. Wer nicht spart, bekommt keine Unterstützung - das fordern mit 65 Prozent gerade die Twentysomethings. Schließlich sind sie es auch, die die Schuldenlast der nächsten Jahrzehnte zu schultern haben.

Aber auch Banken und Spekulanten sollen Federn lassen. 36 Prozent fordern kräftige Finanzspritzen, um den Euro wieder zu stabilisieren. Wie soll das konkret aussehen? Ein Drittel der Teilnehmer stimmen für eine Transaktionsgebühr für Spekulationsgeschäfte mit Währungen; ganze 35 Prozent meinen sogar, riskante Geschäfte mit Währungen und Staatsanleihen gehören ganz verboten. Besonders radikal ist hier die Gruppe der über Sechzigjährigen: Fast die Hälfte stimmt für ein Verbot.

Einem Viertel der Deutschen geht jede dieser Maßnahmen nicht weit genug, sie halten den Euro für eine Totgeburt und wünschen sich die gute alte D-Mark zurück. Denn nach dem Ausstieg aus der Gemeinschaftswährung sei jedes Land nur noch für die eigenen Schwierigkeiten verantwortlich, argumentieren sie. Hier zeigen sich interessante parteipolitische Unterschiede: Während ein Fünftel der FDP-Wähler gegen den Euro als zukünftige Währung votieren, möchten ihn nur zehn Prozent der Grünen-Anhänger abschaffen. Und vor allem diejenigen, die durch ihr Wahlverhalten zeigen, dass sie sonst nichts verändern möchten, nämlich die große Gruppe der Nichtwähler, hat den Euro satt.

## **Sparen, sparen, sparen - Aber wo?**

Jetzt ist guter Rat teuer. Mehr als zwei Drittel der Befragten sagen, die Staatsausgaben sollen gesenkt werden. Aber wo? Deutschland ist in dieser Frage gespalten, und zwar auch geschlechterspezifisch. Insgesamt 51 Prozent (aber 57 Prozent der Männer) möchten Einschnitte nur einzelnen Ministerien zumuten, 49 Prozent insgesamt (und 56 Prozent der Frauen) stimmen für die Methode „Rasenmäher“ und fordern übergreifende Sparmaßnahmen. Wenn es ums Sparen geht, scheint das weibliche Geschlecht radikal.

In der Frage, in welchen Ministerien denn gespart werden soll, machen sich wieder parteipolitische Färbungen bemerkbar. So votieren insgesamt 59 Prozent der Befragten für Kürzungen im Verteidigungshaushalt, aber 69 Prozent der Linken-Anhänger. Mehr als die Hälfte der Deutschen möchte den Bundestag auf 500 Mitglieder verkleinert wissen und hofft hier auf Spareffekte. Vor allem die FDP-Anhänger halten das für sinnvoll und stimmen zu 71 Prozent für diesen Vorschlag. Vielen Befragten sind auch wirtschaftliche Subventionen im Auge; 45 Prozent würden diese gerne abschaffen, allerdings nur 31 Prozent der Unionswähler.

Erfreuliches zeigt sich dann am unteren Ende der Tabelle. Nur zwei bzw. drei Prozent der Deutschen befürworten Sparmaßnahmen in den Bereichen Forschung und Entwicklung sowie in Kindergärten und Kinderbetreuungsstätten. „Das ist ein positives Signal“, sagt auch Ralph Ohnemus, Vorstandsvorsitzender der K&A BrandResearch. „Die Deutschen wissen, dass der sprichwörtliche Gürtel enger geschnallt werden muss, aber sie lehnen dies in den für die Zukunft so wichtigen Bereichen Forschung und Kinderbetreuung ab.“

**Über K&A BrandResearch:**

K&A BrandResearch (vormals Konzept und Analyse) gehört mit über 40 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikler aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.

**Über Respondi:**

Die Respondi AG ist ein junges Unternehmen mit Sitz in Köln und als Feldinstitut im Bereich internetbasierter Marktforschung spezialisiert. Als Anbieterin internationaler Online-Access-Panels in acht europäischen Ländern führt die Respondi AG Online-Befragungen für namhafte nationale und internationale Marktforschungsinstitute durch. Die Respondi als eigenständige Aktiengesellschaft wurde 2005 gegründet.

**Weitere Informationen:**

Ralph Ohnemus, Vorstandsvorsitzender  
K&A BrandResearch AG  
Am Gewerbepark 4, 90552 Röthenbach  
r.ohnemus@ka-brandresearch.com  
www.ka-brandresearch.com

Katharina Zangl  
Freie PR-Beraterin  
Katharina Zangl [katharina\_zangl@web.de]