kommunikation

Die Deutschen im Herbst 2010

Allianz

Die Stimmungslage der Nation im Herbst 2010

3. Quartal 2010

Prof. Dr. Frank Brettschneider

Ein Gemeinschaftsprojekt der Universität Hohenheim
und der Allianz Deutschland AG.

kommunikation

Zusammenfassung: Zuversicht im Herbst 2010

Allianz

- **Die Zuversicht hinsichtlich der Wirtschaftslage steigt rapide an. Im Vergleich zum Vorjahr hat sie sich von 19 auf 38 Prozent im 3. Quartal 2010 verdoppelt. Die Zuversicht hinsichtlich der Sicherheit der Arbeitsplätze in Deutschland hat sich im gleichen Zeitraum sogar verdreifacht – von 9 auf 27 Prozent. Und die Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes wird sogar von 55 Prozent mit Zuversicht gesehen – ein Plus von fünf Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr.**
- **Die sich deutlich verbessernde Wahrnehmung der Wirtschaftslage lässt auch die persönliche Zuversicht wachsen: 60 Prozent der Deutschen sind mit der Entwicklung ihrer persönlichen Lage zuversichtlich. Vor einem Jahr waren es nur 52 Prozent.**
- **Wenn es um die Zukunft Deutschlands geht, sind 27 Prozent zuversichtlich. Im Vorjahr waren es 25 Prozent.**
- **Norddeutschland und Hessen sind Zuversichts-Spitzenreiter. Vor allem bei der persönlichen Zuversicht gab es im Vergleich zum Vorjahr fast in allen Regionen Deutschlands Zuwächse. Besonders stark sind die Zuwächse in Hessen und in Ostdeutschland.**

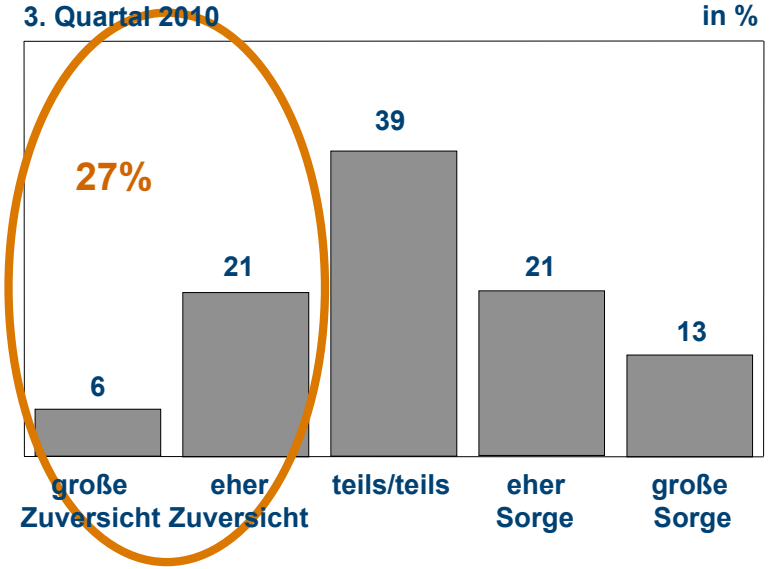
kommunikation

Persönliche Zuversicht ist deutlich größer als Zuversicht mit der Entwicklung Deutschlands

Allianz

Entwicklung Deutschlands

„Sehen Sie der Gesamtsituation in Deutschland in den nächsten 12 Monaten mit großer Zuversicht, eher mit Zuversicht, teils/teils, eher mit Sorge oder mit großer Sorge entgegen?“

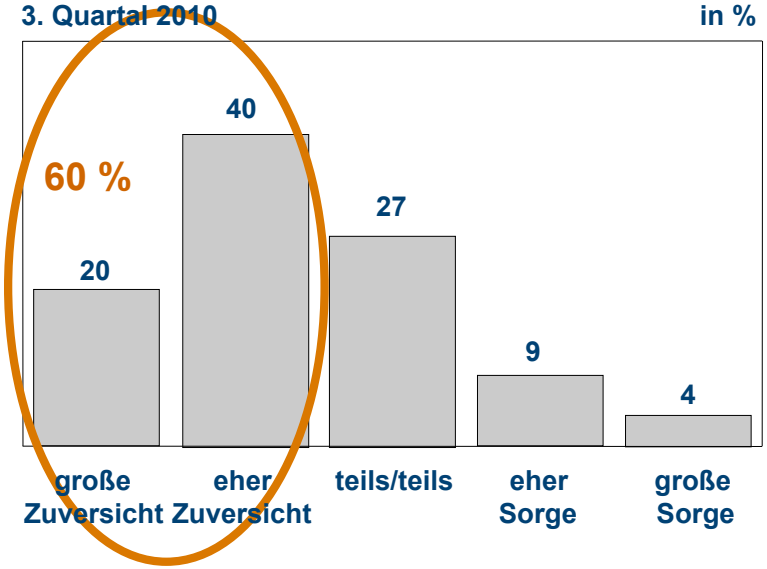


zum Vergleich: 3. Quartal 2009

große Zuversicht	eher Zuversicht	teils/teils	eher Sorge	große Sorge
2	23	38	29	8

Persönliche Zuversicht

„Sehen Sie Ihrer persönlichen Situation in den nächsten 12 Monaten mit großer Zuversicht, eher mit Zuversicht, teils/teils, eher mit Sorge oder mit großer Sorge entgegen?“



zum Vergleich: 3. Quartal 2009

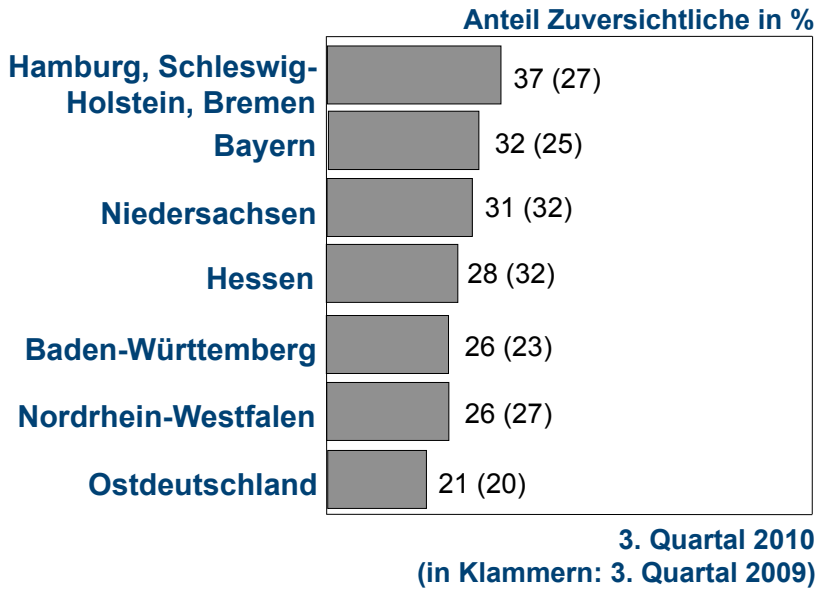
große Zuversicht	eher Zuversicht	teils/teils	eher Sorge	große Sorge
15	37	36	8	4

Norddeutschland und Hessen sind Zuversichts-Spitzenreiter

kommunikation

Entwicklung Deutschlands

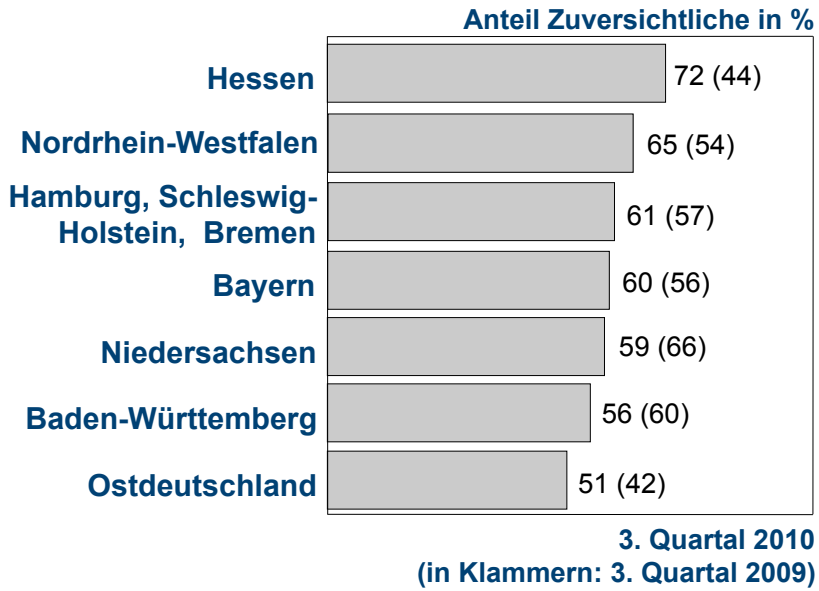
„Sehen Sie der Gesamtsituation in Deutschland in den nächsten 12 Monaten mit großer Zuversicht, eher mit Zuversicht, teils/teils, eher mit Sorge oder mit großer Sorge entgegen?“



3. Quartal 2010
(in Klammern: 3. Quartal 2009)

Persönliche Zuversicht

„Sehen Sie Ihrer persönlichen Situation in den nächsten 12 Monaten mit großer Zuversicht, eher mit Zuversicht, teils/teils, eher mit Sorge oder mit großer Sorge entgegen?“



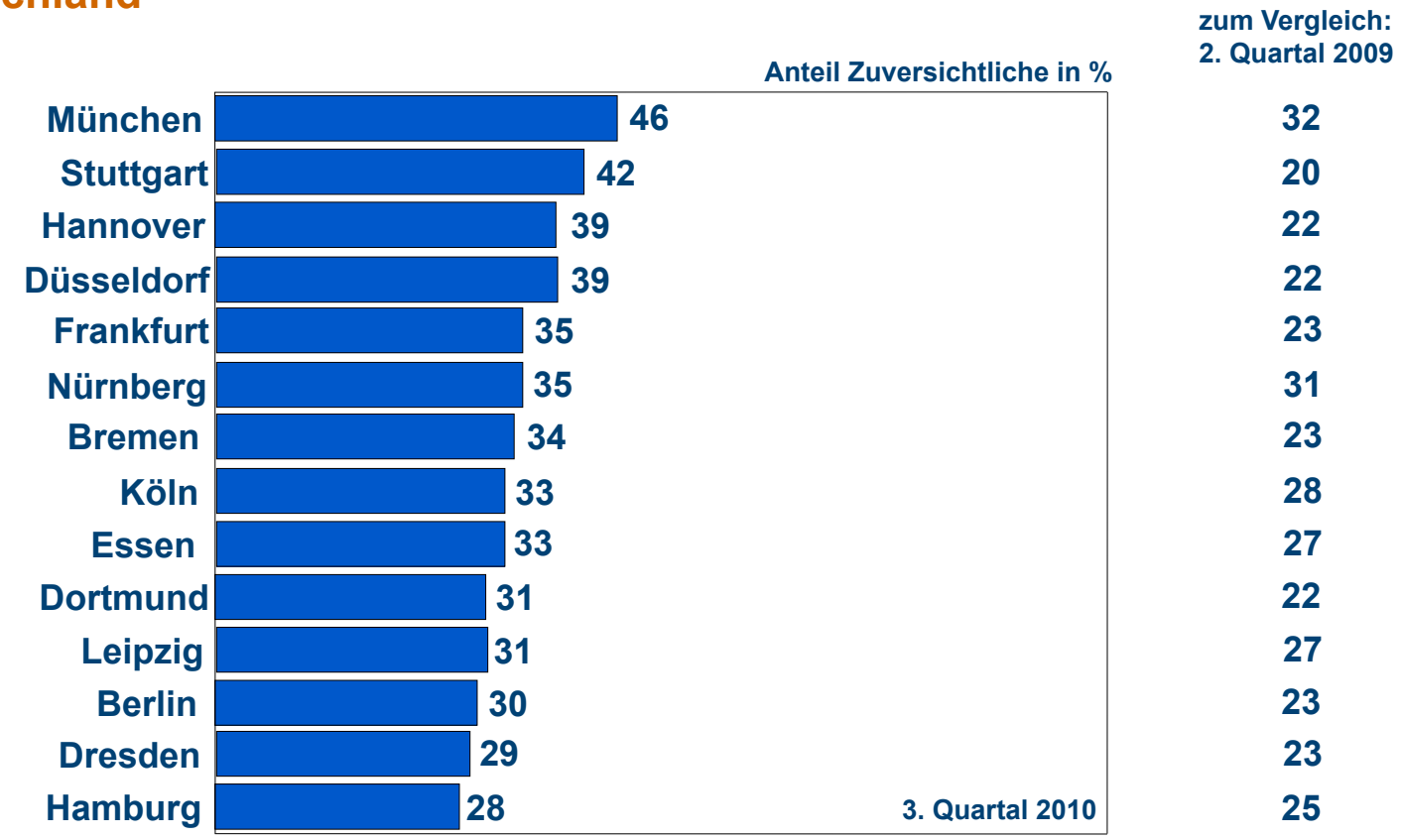
3. Quartal 2010
(in Klammern: 3. Quartal 2009)

kommunikation

Städteranking: Die Zuversicht mit der Entwicklung Deutschlands ist in München und Stuttgart am größten

Allianz

Deutschland

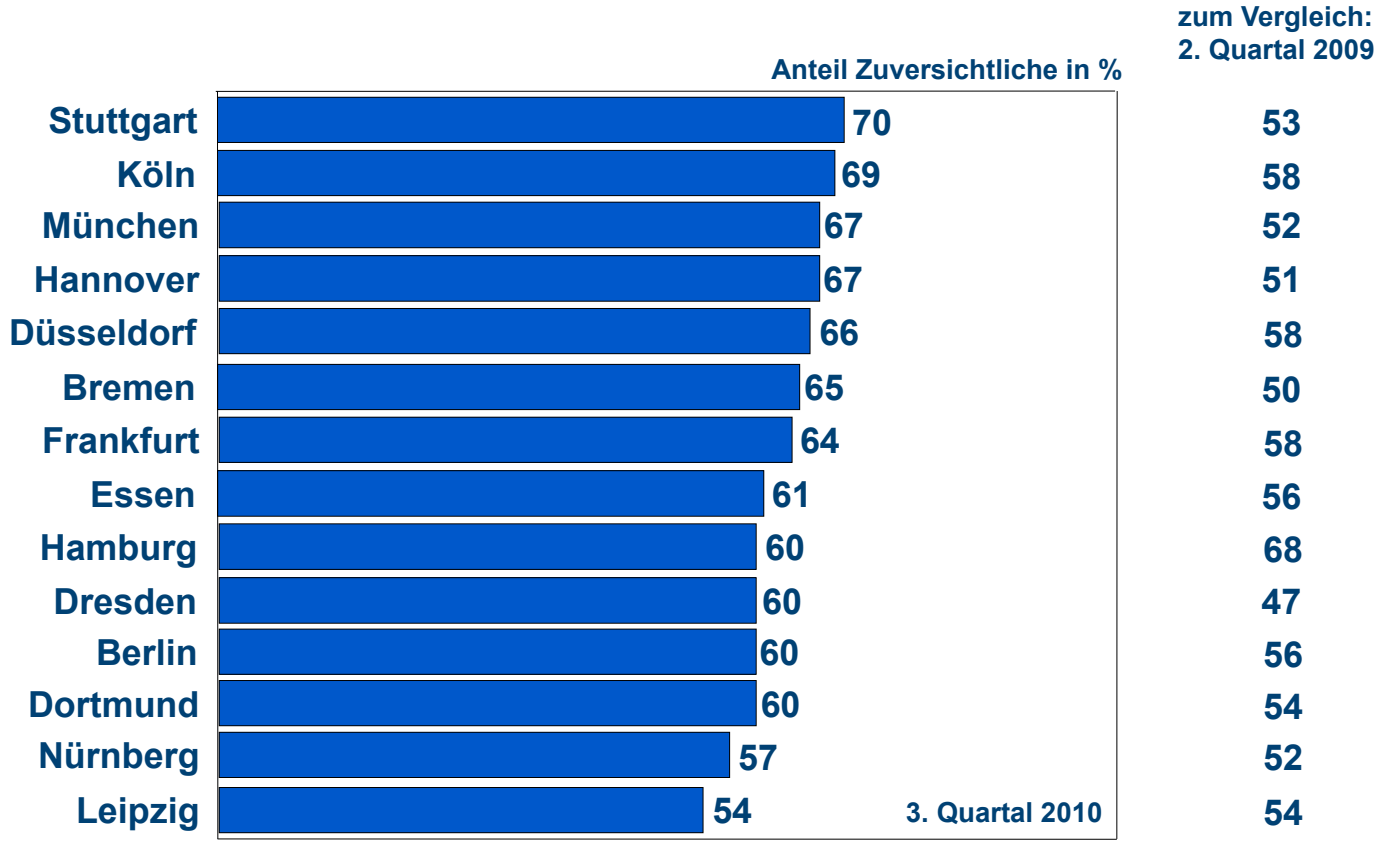


kommunikation

Städteranking: Stuttgarter und Kölner haben größte persönliche Zuversicht

Allianz

Persönliches Leben



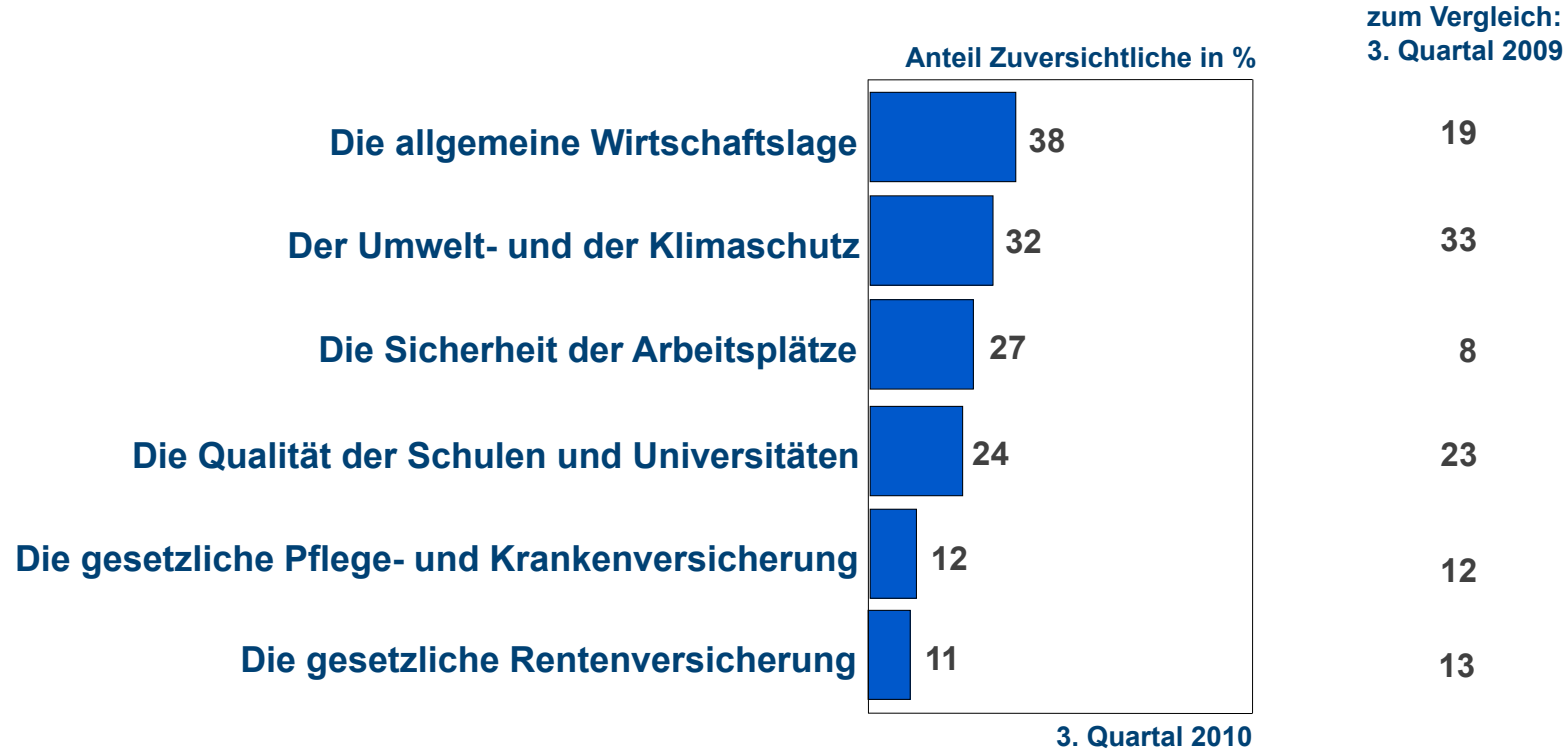
Ein Gemeinschaftsprojekt der Universität Hohenheim und der Allianz Deutschland AG.

Prof. Dr. Frank Brettschneider

Die Sicherheit der Arbeitsplätze wird im Herbst 2010 erheblich zuversichtlicher beurteilt als vor einem Jahr

Allianz

„Ich lese Ihnen jetzt einige Bereiche vor, die für die Zukunft Deutschlands eine Rolle spielen können. Sagen Sie mir bitte für jeden einzelnen dieser Bereiche, ob Sie ihm in den nächsten 12 Monaten mit großer Zuversicht, eher mit Zuversicht, teils/teils, eher mit Sorge oder mit großer Sorge entgegensehen."



Ein Gemeinschaftsprojekt der Universität Hohenheim und der Allianz Deutschland AG.

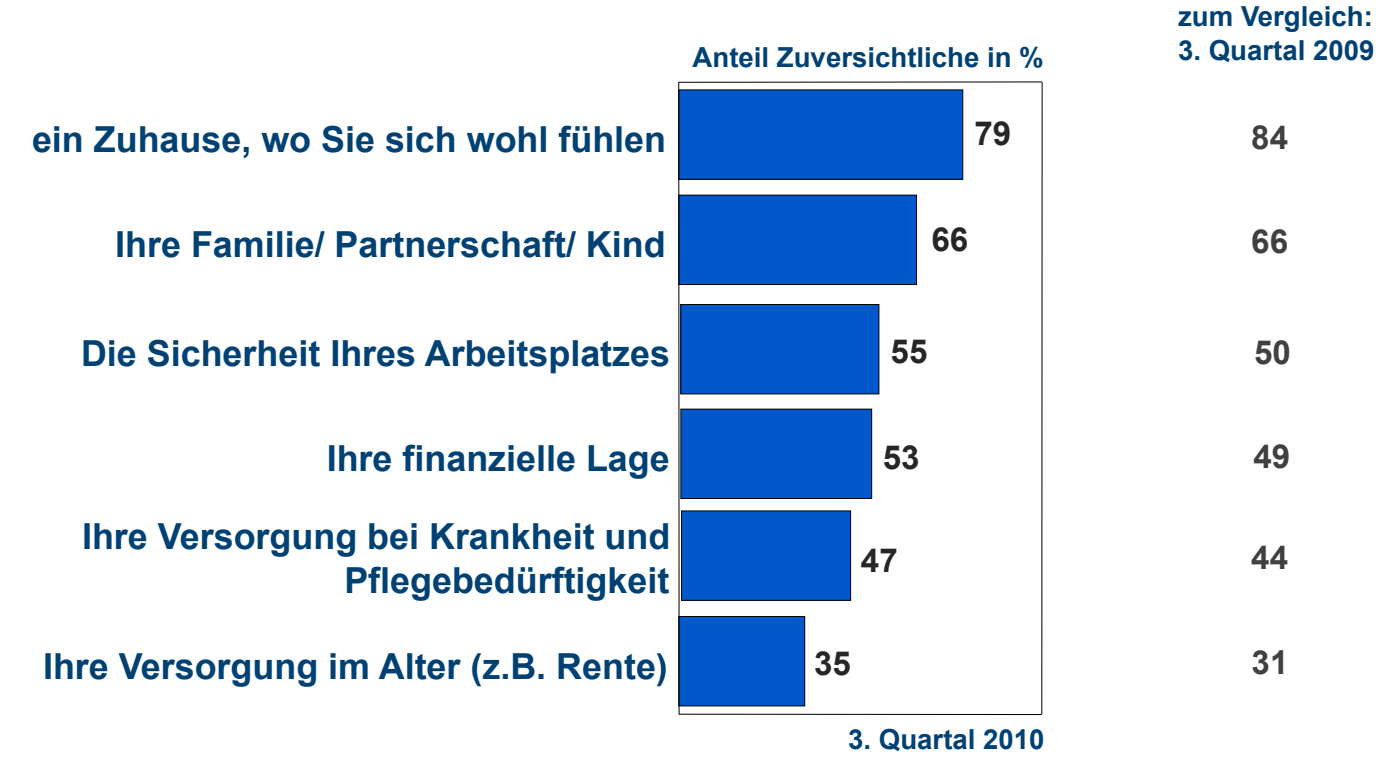
Prof. Dr. Frank Brettschneider

kommunikation

Zuversicht mit der Sicherheit des eigenen Arbeitsplatzes steigt an

Allianz

„Ich lese Ihnen jetzt einige Bereiche vor, die für Ihr eigenes Leben eine Rolle spielen können. Sagen Sie mir bitte für jeden einzelnen dieser Bereiche, ob Sie ihm in den nächsten 12 Monaten mit großer Zuversicht, eher mit Zuversicht, teils/teils, eher mit Sorge oder mit großer Sorge entgegensehen."



kommunikation

kommunikation

So viele Menschen sind zuversichtlich für...

Allianz

"Die Allianz Zuversichtsstudie hat zum Ziel, die Stimmungslage in Deutschland zu erheben. Dazu untersucht sie die Zuversicht der Menschen im Lande für die kommenden zwölf Monate in insgesamt zwölf Lebensbereichen - sechs persönlichen und sechs übergreifenden, gesellschaftlichen Bereichen."

© Copyright Allianz

Ein Gemeinschaftsprojekt der Universität Hohenheim und der Allianz Deutschland AG.

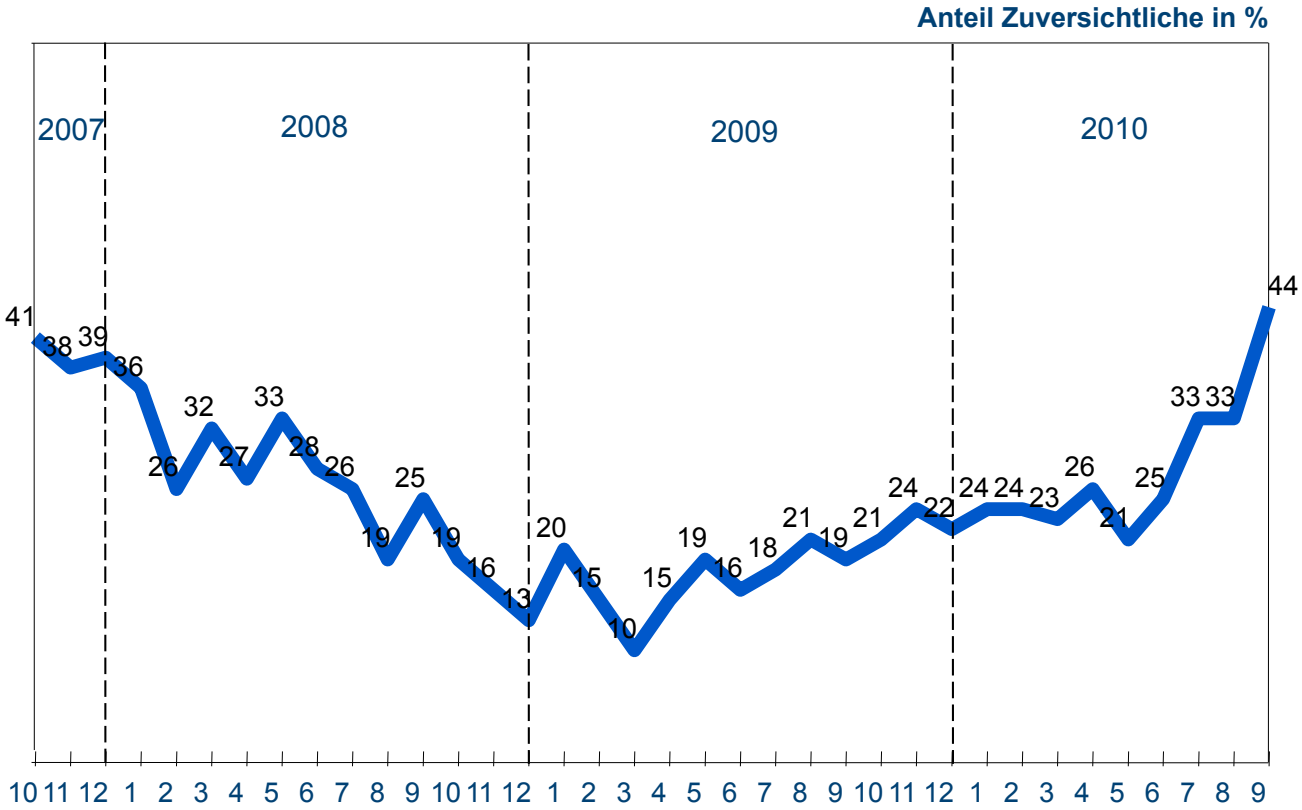
Prof. Dr. Frank Brettschneider

Zuversicht hinsichtlich der allgemeinen Wirtschaftslage so hoch wie seit 2007 nicht mehr

Allianz

kommunikation

Deutschland: allgemeine Wirtschaftslage



Ein Gemeinschaftsprojekt der Universität Hohenheim und der Allianz Deutschland AG.

Prof. Dr. Frank Brettschneider

Datengrundlage

Allianz

Methode: CATI (Computer-gestützte Telefoninterviews)

Grundgesamtheit: Männer und Frauen ab 14 Jahren

Stichprobe: Seit 2007 monatliche repräsentativ Bevölkerungsumfragen, bundesweit, pro Monat 500 bis 1.000 Befragte, aktuelle Auswertung (3. Quartal 2010): 1.507 Befragte

Kooperation: Gemeinschaftsstudie der Allianz Deutschland AG und der Universität Hohenheim