

Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
25. Juni 2020, 8:00 Uhr

26. Mai 2020

Rolf Bürkl
GfK-Konsumexperte
konsumklima@gfk.com

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Konsumklima erholt sich etwas vom Corona-Schock

Nürnberg, 26. Mai 2020 – Die Verbraucher in Deutschland erholen sich im Mai ein wenig vom Schock, der durch die COVID-19-Pandemie ausgelöst wurde. Sowohl Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch Anschaffungsneigung legen leicht zu. Folglich prognostiziert GfK für Juni 2020 einen Wert von -18,9 Punkten und damit 4,2 Punkte mehr als im Mai dieses Jahres (revidiert -23,1 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Mai 2020.

In der Aprilerhebung der GfK-Konsumklimastudie standen sehr viele Verbraucher durch die schrecklichen Bilder aus Norditalien, New York und Spanien unter Schock. Das hatte zu einem beispiellosen Absturz der Konsumstimmung beigetragen. Ein weiterer Fall des Konsumklimas ist im Monat Mai nicht zu beobachten. Dennoch ist ein Wert von -18,9 Punkten der zweitniedrigste Wert, der jemals für das GfK Konsumklima gemessen wurde.

„Die schrittweise Öffnung vieler Geschäfte hat sicherlich dazu beigetragen, dass die Konsumneigung keine weiteren Einbußen hinnehmen muss und aktuell sogar etwas zulegen kann“ **erklärt Rolf Bürkl, GfK**

Konsumexperte. „Dennoch ist die Verunsicherung unter den Konsumenten groß. Sie sehen die deutsche Wirtschaft bei Weitem noch nicht über den Berg und eine schwere Rezession auf sich zukommen. Die Angst vor Jobverlust bleibt hoch und dies erweist sich neben den Einkommenseinbußen derzeit als ein wichtiges Konsumhemmnis. Darauf müssen sich Händler und Hersteller weiterhin einstellen.“

Gestützt wird die Besserung des Konsumklimas durch eine gesunkene Sparneigung (-9,8 Punkte). Im April war durch die große Verunsicherung ein sprunghafter Anstieg zu verzeichnen.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Konjunkturaussichten auf niedrigem Niveau leicht verbessert

Nach zwei Rückgängen in Folge legt die Konjunkturerwartung im Mai wieder etwas zu. Der Indikator gewinnt elf Zähler hinzu und weist nun -10,4 Punkte auf. Dennoch bleibt er deutlich unter seinem langjährigen Durchschnittswert von etwa null Punkten sowie unter seinem Vorjahreswert (-12,1 Zähler).

Die Wirtschaft wird nun schneller wieder hochgefahren, als noch vor einigen Wochen vermutet. Die Politik unternimmt hier große Anstrengungen in verschiedenen Bereichen. Damit steigt auch die Hoffnung der Verbraucher, dass ein Debakel auf dem Arbeitsmarkt vermindert wird. Sowohl der Bund als auch die Länder setzen enorme Mengen an finanziellen Mitteln in Form von Hilfen, Krediten und künftig auch Konjunkturprogrammen ein, um die Nachfrage im Inland zu stimulieren. Dies dürfte umso wichtiger sein, da ein bislang überaus wichtiges Standbein der deutschen Konjunktur, die Exporte, eher schleppend in Gang kommen. Eine Reihe wichtiger Abnehmerländer sind aktuell noch stärker von der Pandemie betroffen.

Einkommenserwartung verzeichnet Plus nach Rekordverlust im Vormonat

Nachdem die Einkommenserwartung im Vormonat noch einen beispiellosen Rekordverlust zu verzeichnen hatte, kann sie im Mai wieder etwas zulegen. Nach einem Plus von 13,6 Zählern weist sie nun -5,7 Punkte auf. Dennoch liegt der Indikator noch immer gut 63 Punkte unter seinem entsprechenden Vorjahreswert.

Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit führt bei vielen Haushalten zu deutlichen Einkommenseinbußen. Für eine Reihe von Selbständigen, z.B. aus dem Kulturbereich, ist noch kein Ende des Lockdowns abzusehen. Das bedeutet, ihre Einkünfte liegen nach wie vor bei null.

Dagegen sind die Bezüge der Rentner in der gegenwärtigen Situation nicht von Rückgängen bedroht. Ganz im Gegenteil, im Juli dieses Jahres steht sogar eine Erhöhung der gesetzlichen Altersbezüge von mehr als drei Prozent an.

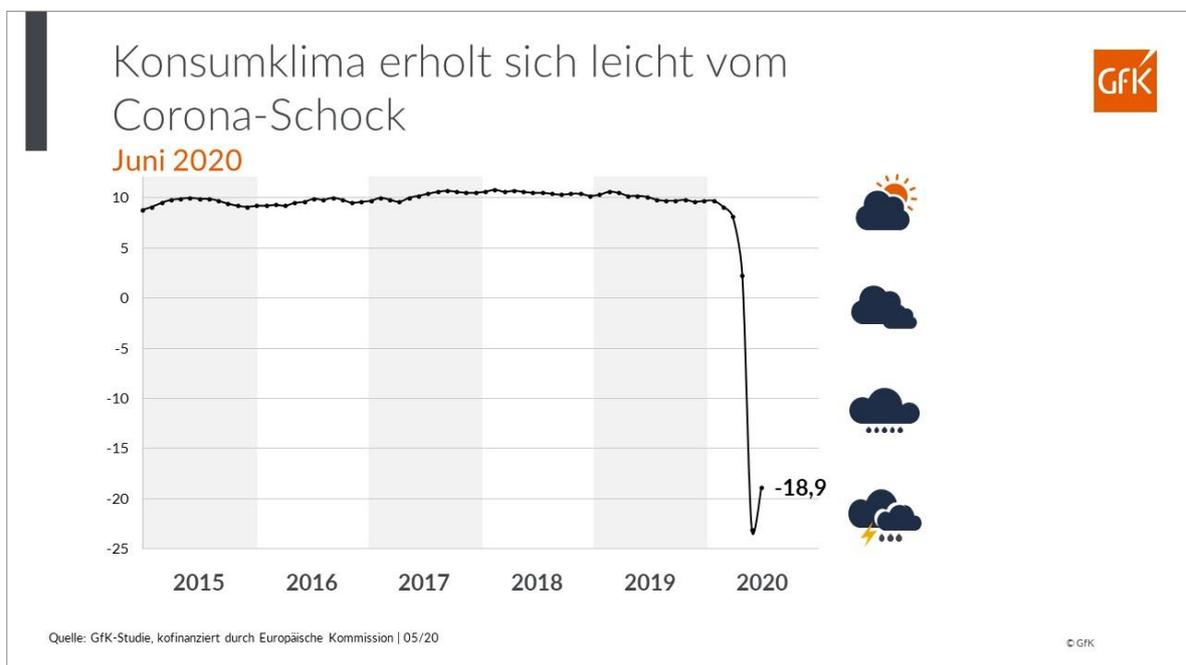
Konsumneigung wird von Einkommenserwartung gestützt

Von den verbesserten Einkommensaussichten kann auch die Anschaffungsneigung profitieren. Der Indikator gewinnt 10,1 Zähler hinzu und klettert damit auf 5,5 Punkte. Dennoch steht im Vergleich zum Vorjahr ein Minus von 45 Punkten zu Buche.

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im April im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Mai 2020	April 2020	Mai 2019
Konjunkturerwartung	-10,4	-21,4	1,7
Einkommenserwartung	-5,7	-19,3	57,7
Anschaffungsneigung	5,5	-4,6	50,5
Konsumklima	-23,1	2,3	10,2

Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikators im Verlauf der letzten Jahre:



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine im zweiten und dritten Quartal 2020:

- Donnerstag, 25.6.2020, 8 Uhr
- Donnerstag, 23.7.2020, 8 Uhr
- Freitag, 28.8.2020, 8 Uhr
- Mittwoch, 23.9.2020, 8 Uhr

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 6. bis 18. Mai 2020. Die Ergebnisse sind ein Auszug aus der Studie „GfK-Konsumklima MAXX“ und basieren auf monatlich rund 2.000 Verbraucherinterviews, die im Auftrag der EU-Kommission durchgeführt werden. In diesem Report werden die Indikatoren grafisch aufbereitet und kurz kommentiert. Das Konsumklima bezieht sich explizit auf die gesamten privaten Konsumausgaben. Der Einzelhandel macht jedoch – je nach Abgrenzung – lediglich etwa 30 Prozent der privaten Konsumausgaben aus. Der Rest sind Dienstleistungen, Reisen, Miete, Gesundheitsdienstleistungen sowie der gesamte Wellness-Bereich. Auch hierbei geht es nicht um die Einzelhandelsumsätze, sondern um die gesamten Konsumausgaben der Verbraucher. Die Anschaffungsneigung ist – wie alle anderen Indikatoren auch – ein Stimmungsindikator. Sie fragt, ob die Verbraucher es derzeit für ratsam halten, größere Anschaffungen zu tätigen. Selbst wenn sie dies mit „Ja“ beantworten, müssen noch zwei weitere Voraussetzungen für einen Kauf vorhanden sein: Der Verbraucher muss das nötige Geld für eine solche größere Anschaffung besitzen und auch eine Notwendigkeit für diese Anschaffung sehen. Zudem handelt es sich hier tatsächlich ausschließlich um langlebige Gebrauchsgüter, die auch ein größeres Budget erfordern.

Pressekontakt: Julia Richter, Tel. +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

Besuchen Sie unseren [GfK Resource Center](#), um Einblicke und Trends rund um Lieferketten, Point of Sales, Verbraucherverhalten und Verbraucherstimmung unter dem Einfluss von COVID-19 zu erhalten.

GfK – extracting the signals from the noise

In a world of data overflow, disruption and misuse, picking up the right “signal from noise” is key to win. We at GfK are the trusted partner with more than 85 years of experience in combining data and science to help you make the right business decisions. Together with our attention to detail and advanced Augmented Intelligence, we provide you with world-class analytics that delivers not just descriptive data but actionable recommendations always-on at your fingertips. As a result, you can make key business decisions with confidence which help you drive sales, organizational and marketing effectiveness. That’s why we promise to you “Growth from Knowledge”. For more information, please visit www.gfk.com or follow GfK on Twitter www.twitter.com/GfK.