

Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
28. November 2017, 13:00 Uhr

26. Oktober 2017

Rolf Bürkl
T +49 911 395 3056
rolf.buerkl@gfk.com

Ursula Fleischmann
T +49 911 395 2745
public.relations@gfk.com

Konsumklima gibt leicht nach

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Oktober 2017

Nürnberg, 26. Oktober 2017 – Die Stimmung der Verbraucher sendet in der ersten Erhebung nach den Bundestagswahlen keine klaren Signale. Sowohl die Konjunkturerwartung als auch die Anschaffungsneigung legen zu. Dagegen muss die Einkommenserwartung zum zweiten Mal in Folge Einbußen hinnehmen. GfK prognostiziert für November einen leichten Rückgang des Konsumklimas gegenüber dem Vormonat um 0,1 Zähler auf 10,7 Punkte.

Auch im Spätherbst bleibt die deutsche Wirtschaft nach Einschätzung der Konsumenten klar auf Wachstumskurs. Die Konjunkturerwartung legt im Oktober deutlich zu und lässt damit den Rückschlag von August vergessen. Die Anschaffungsneigung macht ihre Einbußen aus dem Vormonat mehr als wett. Dagegen verliert die Einkommenserwartung zum zweiten Mal in Folge, weist aber nach wie vor ein sehr gutes Niveau auf.

Konjunkturerwartung wieder auf Kurs

Die Konjunkturerwartung hat die Schwächephase im August eindrucksvoll hinter sich gelassen. Der Indikator verzeichnet im Oktober ein Plus von 10,1 Zählern und klettert auf 43,5 Punkte. Zusammen mit den leichten Zugewinnen des Vormonats sind damit die Verluste von August nahezu vollständig kompensiert. Im Vergleich zum Vorjahr steht aktuell ein Zugewinn von mehr als 30 Punkten zu Buche.

Diese optimistischen Konjunkturaussichten für Deutschland werden inzwischen von nahezu allen Wirtschaftsexperten geteilt. Dies belegt die Tatsache, dass die Wachstumsprognosen für das Bruttoinlandsprodukt im Herbst auf breiter Front zum Teil deutlich nach oben revidiert wurden. So geht die Bundesregierung in ihrer aktuellen Herbstprojektion davon aus, dass die deutsche Wirtschaft in diesem Jahr um zwei Prozent wachsen wird, nachdem sie noch im April von 1,5 Prozent ausgegangen war. Auch

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Christian Bigatá Joseph (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

der Internationale Währungsfond erwartet in seiner vor kurzem veröffentlichten Prognose für Deutschland in diesem Jahr ein Wirtschaftswachstum von zwei Prozent. Noch im Juli wurden 1,8 und im April sogar nur 1,6 Prozent vorausgesagt.

Diese positiven Aussichten werden in erster Linie damit begründet, dass der Aufschwung in Deutschland auf einem stabilen und vor allem breiten Fundament steht. So sorgt der exzellente Arbeitsmarkt für eine solide Entwicklung des privaten Konsums. Die nachhaltige Belebung der Weltwirtschaft stimuliert die Exportentwicklung und regt damit auch die Investitionstätigkeit in Deutschland weiter an.

Einkommenserwartung schwächelt derzeit

Haben die Konjunkturaussichten ihre Schwächephase bereits hinter sich gelassen, so scheint die Einkommenserwartung gerade darin zu stecken. Der Indikator muss zum zweiten Mal in Folge Einbußen hinnehmen. Im Oktober verliert er 4 Zähler und rutscht damit auf 48,7 Punkte. Dennoch ist sein Niveau nach wie vor überaus gut, wie auch das Plus von knapp 4 Punkten im Vorjahresvergleich belegt.

Trotz des Rückgangs gehen die deutschen Konsumenten nach wie vor davon aus, dass sie auch künftig spürbare Einkommenszuwächse erwarten. Niedrige Arbeitslosenzahlen sorgen dafür, dass die Tarifsteigerungen der Löhne und Gehälter auch künftig ansehnlich sein werden. Davon werden auch die Rentner profitieren, denn deren Einkünfte orientieren sich jeweils an der Lohnentwicklung.

Dagegen scheint das Thema Inflation die Konsumenten gegenwärtig mehr zu beschäftigen. Die Inflationsrate liegt derzeit mit 1,8 Prozent für September auf einem Niveau, das noch kein Grund zur Sorge ist und auch die EZB noch nicht zum Eingreifen veranlasst. Aber in einigen für die Verbraucher sensiblen Bereichen, wie beispielsweise bei Nahrungsmitteln und Kraftstoffen, werden aktuell deutlich höhere Werte gemessen. So nahmen die Preise für Nahrungsmittel im Jahresverlauf um 3,6 Prozent zu, wobei speziell Molkereiprodukte mit einem Plus von 15 Prozent zu Buche schlagen. Kraftstoffe, wie Benzin und Diesel verteuerten sich im September im Vergleich zum Vorjahr um 4,5 Prozent.

Konsumlaune ungebrochen

Trotz etwas gedämpfter Einkommensaussichten bleiben die deutschen Konsumenten auch im Herbst 2017 in bester Kauflaune. Die Anschaffungsneigung gewinnt 2,2 Zähler hinzu und liegt somit bei 59,2 Punkten. Im Vergleich zum Vorjahr steht ein Plus von gut 9 Zählern zu Buche.

Eine hohe Job- und damit auch Planungssicherheit sowie spürbar steigende Einkommen sorgen dafür, dass die Verbraucher eher bereit sind ihre Geldbeutel zu öffnen und bei ihren Ausgaben

großzügig zu sein. Diese gute Konsumlaune kommt gegenwärtig auch in weiten Teilen des Einzelhandels an. So stieg nach Angaben des Statistischen Bundesamtes der Umsatz im Einzelhandel im August nominal im Vergleich zum Vorjahr um 4,7 Prozent (real: 2,8 Prozent). Von Januar bis August dieses Jahres beträgt der Zuwachs sogar 4,8 Prozent (real: 3,0 Prozent). Damit entwickelt sich der Handel derzeit weitaus positiver als die privaten Konsumausgaben insgesamt.

Konsumklima: zweiter Rückgang in Folge

Nach 10,8 Zählern im Oktober prognostiziert GfK für November einen leichten Rückgang auf 10,7 Punkte. Somit geht der Indikator zum zweiten Mal in Folge leicht zurück. Dennoch bleibt die gute Konsumstimmung erhalten. Die Binnenkonjunktur wird auch im weiteren Verlauf ein wichtiger Pfeiler der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland bleiben.

GfK bestätigt seine Prognose von Beginn dieses Jahres, wonach der private Verbrauch in diesem Jahr real um mindestens 1,5 Prozent zunehmen wird.

Wenn auch die Lage in Deutschland im Hinblick auf den Konsum bislang weitgehend ungetrübt ist, so drohen doch gewisse Risiken, die vor allem aus dem internationalen Umfeld kommen. Da sind die stockenden Brexit-Verhandlungen, die Spannungen mit Nordkorea sowie die künftige Handelspolitik der USA. Zudem bleibt abzuwarten, wie die Koalitionsverhandlungen nach der Bundestagswahl in Schwung kommen. Sollte es eine langwierige Hängepartie werden, würde das vermutlich einige Verbraucher verunsichern. Damit wäre auch die bislang glänzend laufende Konsumkonjunktur in Gefahr.

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2017

Dienstag, 28. November 2017, 13 Uhr	Freitag, 22. Dezember 2017, 8 Uhr
-------------------------------------	-----------------------------------

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

	Oktober 2017	September 2017	Oktober 2016
Konjunkturerwartung	43,5	33,4	13,0
Einkommenserwartung	48,7	52,7	44,8
Anschaffungsneigung	59,2	57,0	49,9
Konsumklima	10,8	10,9	10,0

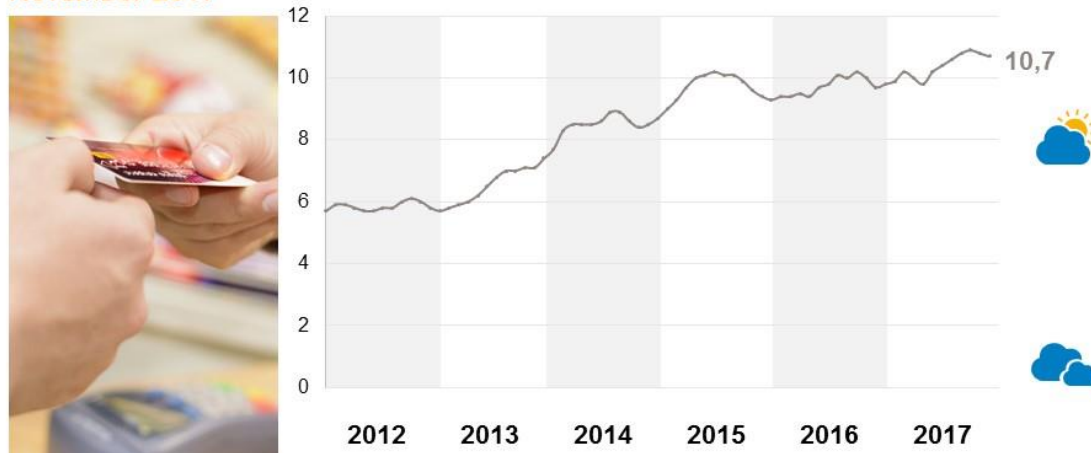
Die folgende Grafik zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikators im Verlauf der letzten Jahre:

GfK-Indikator Konsumklima

Konsumklima gibt auf hohem Niveau leicht nach



November 2017



Quelle: GfK-Studie im Auftrag der Europäischen Kommission | 10/17

1

Zur Studie

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, prognostiziert und ausführlich kommentiert. Darüber hinaus finden sich darin auch Informationen über die Ausgabevorhaben der Verbraucher für 20 Bereiche der Gebrauchsgüter-, Verbrauchsgüter- und Dienstleistungsmärkte. Die GfK-Konsumklimastudie wird seit 1980 durchgeführt.

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.

GfK prognostiziert für das Jahr 2017 einen Anstieg des privaten Konsums von 1,5 Prozent. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg der private Konsum im Jahr 2016 real um 2,0 Prozent. 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.

Die Ergebnisse der Stimmungsbefragung stammen aus monatlich durchgeführten persönlichen Interviews bei etwa 2.000 Personen, die repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland sind. Dieses Befragungsinstrument unterliegt ständigen Qualitätskontrollen, vor allem auch im Hinblick auf seine Repräsentativität. Die ausgesprochen hohe Qualität dieser Erhebung zeigt sich auch daran, dass sie für Umfragen im Bereich der empirischen Rechtsforschung (z.B. Verwechslungsgefahr von Produkten) verwendet und anerkannt ist. Das heißt, die Ergebnisse haben Gutachterqualität und müssen jeweils vor Gericht standhalten.

Weitere Informationen: Rolf Bürkl, Tel. +49 911 395-3056,
konsumklima@gfk.com und unter <http://consumer-climate.gfk.com/login/>

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de
Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de