

Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
30. April 2019, 8:00 Uhr

26. März 2019

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

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

Kleiner Dämpfer für das Konsumklima

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für März 2019

Nürnberg, 26. März 2019 – Die Stimmung der Verbraucher zeigt im März 2019 insgesamt ein etwas ausgewogeneres Bild als im Vormonat. Die Konjunkturerwartung legt wieder zu. Dagegen verlieren sowohl die Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung etwas. Für April prognostiziert GfK für das Konsumklima einen Wert von 10,4 Punkten nach revidiert 10,7 Punkte im März.

Der Absturz der Konjunkturerwartung ist mit dem aktuellen Anstieg – zumindest für den Moment – gestoppt. Zudem schließt sich die Schere zwischen dem Konjunkturindikator und der Einkommenserwartung wieder etwas. Denn Letztere muss etwas von ihrem sehr guten Niveau abgeben. Ähnlich geht es der Anschaffungsneigung, die ebenfalls Einbußen hinnehmen muss. Folglich erleidet das Konsumklima nach einem zufriedenstellenden Start in das Jahr 2019 einen kleinen Dämpfer.

Konjunkturerwartung setzt Talfahrt nicht weiter fort

Der Fall der Konjunkturerwartung ist im März – zumindest vorläufig – zum Stillstand gekommen. Der Indikator gewinnt sieben Zähler hinzu und steigt damit auf 11,2 Punkte. Zuvor war er fünf Mal in Folge gesunken. Ob dies bereits der Beginn einer Trendwende ist, werden die kommenden Monate zeigen. Insgesamt hat die Konjunkturstimmung in den letzten 12 Monaten knapp 35 Punkte verloren.

Die Verbraucher gehen zwar nicht davon aus, dass Deutschland in diesem Jahr in eine Rezession schlittert, sie sehen aber auch eine spürbare Abkühlung der Konjunktur. Bestätigt werden sie durch die kürzlich veröffentlichte Prognose des Sachverständigenrates zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung (SVR). Denn die sogenannten „Fünf Weisen“ haben ihre Wachstumsprognose für dieses Jahr von ursprünglich 1,7 auf nur noch 0,8 Prozent herabgesetzt. Sie gehen aber nur von einer

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

vorübergehenden Schwächephase aus, denn für das kommende Jahr prognostizieren sie wieder ein Wirtschaftswachstum von 1,7 Prozent (Quelle: www.sachverstaendigenrat-wirtschaft.de).

Dabei ist der Abschwung weniger hausgemacht als vielmehr außenwirtschaftlich begründet. Sowohl die Hängepartie um Termin und Art des Austritts Großbritanniens aus der EU als auch der schwelende Handelskonflikt der EU mit den USA sorgen offenbar für wachsende Verunsicherung bei den Verbrauchern. Handelshemmnisse, wie zum Beispiel steigende Zölle, führen gerade für die Exportnation Deutschland zu einer Belastung.

Einkommenserwartung geht etwas zurück

Im Gegensatz zu den Konjunkturaussichten erleidet die Einkommenserwartung in diesem Monat Einbußen. Nach einem Minus von 4,1 Zählern liegt die Einkommensstimmung bei 55,9 Punkten. Nach wie vor weist der Indikator ein überaus hohes Niveau auf. Auch im Vergleich zum Vorjahr ist immer noch ein kleines Plus zu verzeichnen (+1,0 Punkte). Damit hat sich die Differenz zwischen Konjunktur- und Einkommenserwartung innerhalb eines Monats um mehr als zehn Punkte verringert.

Trotz der aktuellen Verluste kann der Einkommensindikator seine exzellente Position behaupten. Vor allem die anhaltend gute Verfassung des deutschen Arbeitsmarktes sorgt für eine optimistische Einkommensstimmung. Die Erwerbstätigkeit nimmt weiter zu und sorgt mit dafür, dass auch die Löhne und Gehälter spürbar steigen. Davon wiederum profitieren auch die Rentner, deren Altersbezüge an die Lohnentwicklung in Deutschland gekoppelt sind.

Anschaffungsneigung im Sog der Einkommensaussichten

Im Sog der sinkenden Einkommenserwartung muss auch die Anschaffungsneigung im März Einbußen hinnehmen. Nach einem Minus von 3,4 Zählern weist der Indikator 50,2 Punkte auf. Dies ist der niedrigste Wert seit mehr als zwei Jahren. Im Dezember 2016 wurde mit 48 Punkten zuletzt ein schwächerer Wert gemessen.

Trotz der Verluste bleibt die Konsumlaune der Bundesbürger ausgesprochen gut. Die stabile Lage auf dem Arbeitsmarkt mit einer weiter steigenden Erwerbstätigkeit sorgt dafür, dass die Verbraucher auch künftig bereit sein werden, ihr Geld auszugeben – zumal das Sparen aufgrund der Niedrigzinsphase keine attraktive Alternative ist.

Konsumklima nach stabilem Start in 2019 mit erstem Dämpfer

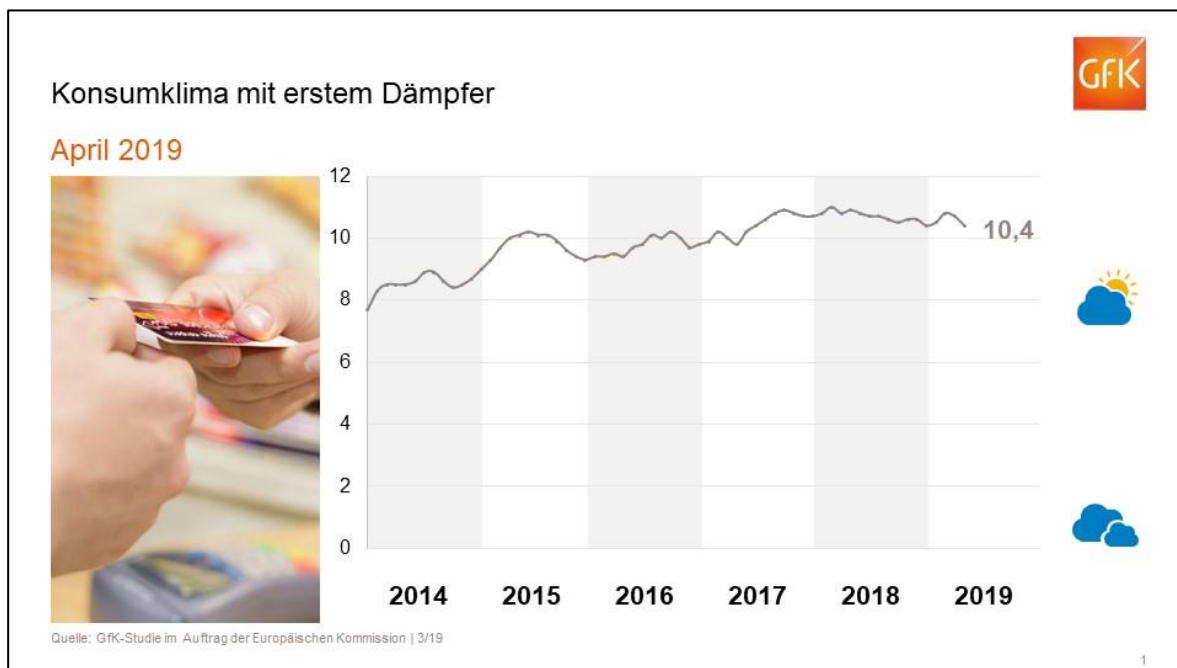
Da die für das Konsumklima zentralen Indikatoren – Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung – aktuell Verluste hinnehmen müssen, zeigt das Konsumklima für April einen Rückgang gegenüber dem Vormonat von 0,3 auf 10,4 Punkte. Damit hat der erfreuliche Start des Indikators ins Jahr 2019 einen ersten Dämpfer erhalten.

Dennoch ist davon auszugehen, dass der Konsum in diesem Jahr eine wichtige Stütze der wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland sein wird. Dies setzt allerdings voraus, dass die Verunsicherung, die durch Brexit und Handelskonflikt entstanden ist, nicht weiter zunimmt. Vor allem sollte ein Übergriff dieser Verunsicherung auf Arbeitsmarktaussichten vermieden werden. Denn wenn die Arbeitnehmer den Eindruck gewinnen, dass ihr Job nicht mehr ganz so sicher ist wie bisher, werden sie auch im Hinblick auf ihre Ausgaben vorsichtiger. In diesem Falle würde das Konsumklima sicherlich belastet werden und die zu Jahresbeginn vorgenommene Prognose von 1,5 Prozent wäre nicht zu halten.

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

	März 2019	Februar 2019	März 2018
Konjunkturerwartung	11,2	4,2	45,9
Einkommenserwartung	55,9	60,0	54,9
Anschaffungsneigung	50,2	53,6	59,1
Konsumklima	10,7	10,8	10,8

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



Die nächste Pressemitteilung zum GfK Konsumklima erscheint voraussichtlich am 30 April 2019, 8 Uhr.

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 1. bis 15. März 2019. 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 2019 einen Anstieg des privaten Konsums von 1,5 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

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de

Folgen Sie uns auf Twitter: http://www.twitter.com/gfk_de