

# Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am

26. Juni 2019, 8:00 Uhr

28. Mai 2019

Rolf Bürkl  
T +49 911 395 3056  
[rolf.buerkl@gfk.com](mailto:rolf.buerkl@gfk.com)

Julia Richter  
Public Relations  
T +49 911 395 4440  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)

## Verbraucherstimmung im Mai fast unverändert

### Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Mai 2019

**Nürnberg, 28. Mai 2019 – Die Stimmung der Verbraucher zeigt sich im Mai 2019 nur wenig verändert. Die Einkommenserwartung legt leicht zu, während Konjunkturerwartung und Anschaffungsneigung geringe Einbußen hinnehmen müssen. Für Juni prognostiziert GfK für das Konsumklima einen Wert von 10,1 Punkten nach revidierten\* 10,2 Punkten im Mai.**

Nach einer stabilen Phase muss das Konsumklima wieder geringfügige Verluste hinnehmen. Zwar zeigt sich die Einkommenserwartung überaus stabil und legt auf sehr hohem Niveau noch einmal leicht zu. Dagegen setzen die Konjunkturaussichten ihre Talfahrt, wenn auch verlangsamt, fort. Auch die Anschaffungsneigung muss ein wenig von ihrem exzellenten Niveau abgeben. Somit geht die Schere zwischen Konjunktur- und Einkommenserwartung auch in diesem Monat weiter auseinander.

### Konjunkturerwartung verlangsamt Talfahrt

Die Talfahrt der **Konjunkturerwartung** setzt sich auch im Mai fort. Allerdings hat das Tempo deutlich nachgelassen. Nach einem vergleichsweise geringen Minus von 1,3 Zählern sinkt der Indikator auf 1,7 Punkte. Binnen zwölf Monaten hat die Konjunkturerwartung damit knapp 32 Punkte verloren.

Die globale Abkühlung der Konjunktur, die Endlos-Diskussionen um den Brexit und die Gefahr einer Ausweitung des Handelskonfliktes mit den USA hat auch den Konjunkturaussichten der Verbraucher einen spürbaren Dämpfer verpasst. Gerade für die Exportnation Deutschland sind anhaltende Handelskonflikte eine Bedrohung. Dies gilt in ähnlicher Weise für eine konjunkturelle Schwächephase auf den Exportmärkten.

Folglich wurden die Wachstumsprognosen für Deutschland zuletzt auf etwa 0,5 Prozent abgesenkt. Im Gegensatz dazu ist die deutsche Wirtschaft

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

überraschend gut in das Jahr 2019 gestartet. Nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes ist das Bruttoinlandsprodukt (BIP) im ersten Quartal gegenüber der Vorperiode um 0,4 Prozent gestiegen. Im letzten Quartal 2018 stagnierte die deutsche Wirtschaftsleistung (0,0 Prozent), im dritten Quartal war sie mit -0,2 Prozent sogar leicht rückläufig.

### **Einkommenserwartung legt geringfügig zu**

Im Gegensatz zu den schwächelnden Konjunkturaussichten zeigen die **Einkommenserwartungen** der Verbraucher weiter eine überaus große Stabilität auf einem ohnehin schon sehr hohen Niveau. Der Indikator gewinnt 0,9 Punkte und weist nun 57,7 Punkte auf. Auch im Vorjahresvergleich ist ein Plus von fünf Zählern zu verzeichnen.

Damit hat sich die Schere zwischen Konjunktur- und Einkommenserwartung weiter geöffnet. Der Einkommensindikator profitiert in erster Linie von einem exzellenten Arbeitsmarkt. So hat die Zahl der Erwerbstätigen im ersten Quartal 2019 um 1,1 Prozent gegenüber dem entsprechenden Vorjahresquartal zugelegt. Nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes sind gegenwärtig 44,9 Millionen erwerbstätig, so viel wie noch nie seit der Wiedervereinigung. Die starke Nachfrage nach Arbeitskräften führt zudem dazu, dass auch die Einkommen der Beschäftigten deutlich zulegen. Davon können auch die Rentner profitieren, denn die Entwicklung ihrer Einkünfte orientiert sich an der Lohnentwicklung.

### **Anschaffungsneigung gibt Teil der Vormonatsergebnisse wieder ab**

Im Gegensatz zu den Einkommensaussichten muss die **Anschaffungsneigung** im Mai moderate Einbußen hinnehmen. Nach einem Minus von 2,6 Zählern weist der Indikator nun 50,5 Punkte auf. Damit muss er einen Teil der im Vormonat verzeichneten Zuwächse wieder abgeben.

Das anhaltend hohe Niveau der Anschaffungsneigung belegt, dass die Konsumlaune der Verbraucher nach wie vor ungebrochen ist. Dies ist angesichts der generellen gesamtwirtschaftlichen Verunsicherung eine überaus positive Nachricht. Dieser Optimismus ist sicherlich zu einem wesentlichen Teil auf die stabile und gute Arbeitsmarktlage zurückzuführen. Deshalb ist es für eine anhaltend gute Konsumstimmung essentiell, dass bei den Beschäftigten keine Verunsicherung im Hinblick auf die Sicherheit ihres Arbeitsplatzes entsteht. Sollten Arbeitnehmer jedoch zunehmend Zweifel an ihrer Jobsicherheit bekommen, wäre das eine Belastung für die Konsumlaune.

### **Konsumklima geht leicht zurück**

Für Juni zeigt das **Konsumklima** einen Wert von 10,1 Punkten und damit 0,1 Punkte weniger als im Mai. Trotz des leichten Rückgangs zeigt sich das Konsumklima nach wie vor von seiner positiven und stabilen Seite. GfK geht nach wie vor davon aus, dass die realen privaten

Konsumausgaben im Jahr 2019 um etwa 1,5 Prozent zunehmen werden. Die Binnennachfrage wird eine wichtige Stütze der Konjunktur sein. Damit das auch künftig so bleibt, ist es notwendig, dass die Verunsicherung durch den Handelsstreit mit den USA und die Diskussionen um den Brexit nicht weiter zunehmen. Sollte es dennoch dazu kommen, wäre das ein Dämpfer für das Konsumklima und die aktuelle Prognose wäre sicherlich nicht zu halten.

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

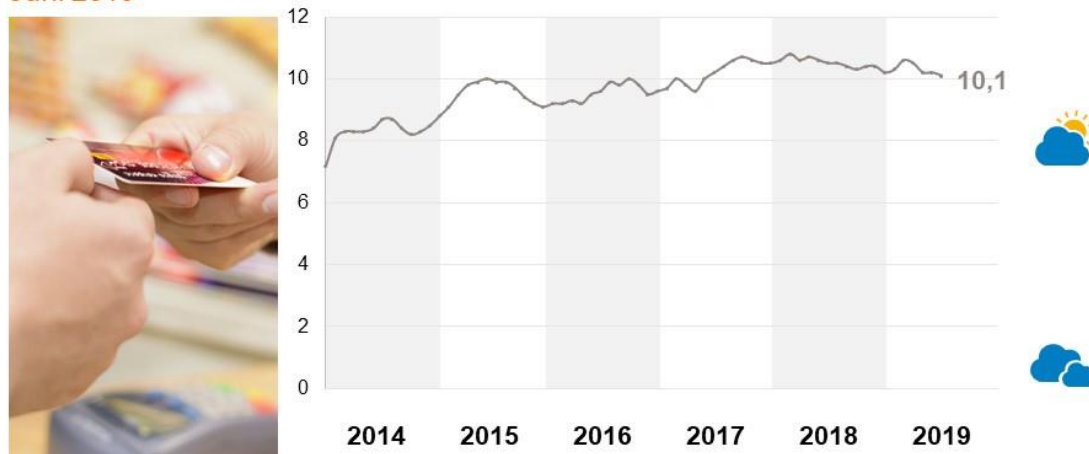
	Mai 2019	April 2019	Mai 2018
<b>Konjunkturerwartung</b>	1,7	3,0	33,6
<b>Einkommenserwartung</b>	57,7	56,8	52,6
<b>Anschaffungsneigung</b>	50,5	53,1	54,9
<b>Konsumklima</b>	10,2	10,2	10,9

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

### Konsumklima mit leichtem Rückgang



Juni 2019



Quelle: GfK-Studie im Auftrag der Europäischen Kommission | 5/19

### **Voraussichtliche Veröffentlichungstermine im zweiten und dritten Quartal 2019:**

- Mittwoch, 26. Juni 2019, 8 Uhr
- Dienstag, 30. Juli 2019, 8 Uhr
- Mittwoch, 28. August 2019, 8 Uhr
- Mittwoch, 25. September 2019, 8 Uhr

### **Zur Studie**

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 3. Mai bis 17. Mai 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 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. 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 Revision der Indikatorwerte war notwendig, da im Mai ein Wechsel der Erhebungsmethode stattgefunden hat. Die Ergebnisse der Stimmungsbefragung stammen seit Mai 2019 aus monatlich durchgeführten Online-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.

### **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](http://www.gfk.com/de). Folgen Sie uns auf Twitter: [http://www.twitter.com/gfk\\_de](http://www.twitter.com/gfk_de).