

Pressemitteilung

25. Oktober 2019

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

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

Konsumklima gerät etwas unter Druck

Nürnberg, 25. Oktober 2019 – Die Stimmung der Verbraucher zeigt im Oktober ein weniger optimistisches Bild. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung wie auch die Anschaffungsneigung müssen Einbußen hinnehmen. Für November prognostiziert GfK für das Konsumklima einen Wert von 9,6 Punkten und damit 0,2 Zähler weniger als der revidierte Oktoberwert (9,8 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Oktober 2019.

Neben den bekannten Risikofaktoren wie globale Konjunkturschwäche, Handelskonflikte und Brexit-Chaos häufen sich Meldungen zum Arbeitsplatzabbau, beispielsweise in der Automobilindustrie oder im Finanzmarkt. „Die Stimmung der Verbraucher ist durch diese Ereignisse wieder stärker getrübt und der Optimismus schwindet. Folglich rutscht das Konsumklima mit einem Wert von 9,6 Punkten auf den niedrigsten Stand seit November 2016“ erklärt **Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte**. „Dennoch wird der private Konsum in diesem Jahr eine wichtige Stütze der deutschen Wirtschaft bleiben – unter der Voraussetzung, dass die gegenwärtigen Krisenherde nicht weiter eskalieren und Politik und Wirtschaft der zunehmenden Angst vor Jobverlust entgegenreten.“

Die Zuversicht in die Konjunktur schwindet wieder

Konnten sich die Konjunkturaussichten im Vormonat noch leicht erholen, so setzen sie im Oktober ihren Abwärtstrend fort. Der Indikator **Konjunkturerwartung** verliert 4,8 Zähler und rutscht damit auf -13,8 Punkte. Ein niedrigerer Wert wurde zuletzt vor fast sieben Jahren, im Dezember 2012, gemessen. Damals standen -14,0 Punkte zu Buche.

Das Risiko, dass Deutschland in eine Rezession rutschen könnte, ist nach Einschätzung der Verbraucher zuletzt wieder größer geworden. Die globale Abkühlung der Konjunktur, die vor allem die stark exportorientierte deutsche Wirtschaft trifft, in Verbindung mit dem Handelskonflikt wird auch die deutsche Wirtschaft nicht unbeeindruckt lassen. So haben eine Reihe von Automobilherstellern sowie deren Zulieferer bereits den Abbau von

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

Arbeitsplätzen angekündigt. Dieser Wegfall von Jobs wird künftig bei den Autobauern durch den anstehenden Wandel hin zur Elektromobilität noch verstärkt. Durch die Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) kommen zunehmend die Banken in Schieflage. Wie das Beispiel Deutsche Bank zeigt, reagieren sie mit Filial- und Stellenabbau.

Sinkende Konjunkturaussichten beeinflussen Einkommenserwartung

Zeigten sich die Einkommensaussichten bislang im Großen und Ganzen unbeeindruckt von den seit Anfang 2018 tendenziell fallenden Konjunkturerwartungen, so verliert der Indikator **Einkommenserwartung** im Oktober deutliche 7,8 Zähler. Der aktuelle Wert von 39,0 Punkten ist der niedrigste Wert seit fast sechs Jahren. Noch niedriger zeigte sich der Indikator im Dezember 2013 mit 35,6 Zählern. Das Niveau der Einkommensstimmung ist immer noch zufriedenstellend, da der aktuelle Wert deutlich über dem langjährigen Durchschnittswert von etwa null Punkten liegt. Nach wie vor gehen die Konsumenten davon aus, dass sich ihre finanzielle Lage auch künftig positiv entwickeln wird. Die zuletzt herrschende Euphorie hat nun allerdings mit drei Rückgängen in Folge einen ersten Dämpfer erhalten.

Anschaffungsneigung verliert leicht

Trotz leichter Verluste behauptet die **Anschaffungsneigung** auch im Oktober ihr exzellentes Niveau. Der Indikator gibt mit einem Minus von 3,4 Zählern etwas mehr als die Hälfte seiner Vormonatsergebnisse von 6,3 Punkten wieder ab. Aktuell weist die Konsumstimmung beachtliche 51,7 Punkte auf und liegt damit nur gut drei Zähler unter dem entsprechenden Wert des Vorjahres. Die Anschaffungsneigung stemmt sich bislang erfolgreich gegen den konjunkturellen Abschwung.

Die Konsumlaune profitiert offenbar zum einen von der guten Arbeitsmarktlage und Einkommensentwicklung sowie von einer nach wie sehr geringen Sparneigung. Die Niedrigzinspolitik der EZB macht die bewusste Geldanlage wenig attraktiv und stützt damit die Konsumneigung.

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

	Oktober 2019	September 2019	Oktober 2018
Konjunkturerwartung	-13,8	-9,0	16,1
Einkommenserwartung	39,0	46,8	51,8
Anschaffungsneigung	51,7	55,1	55,2
Konsumklima	9,8	9,7	10,4

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine GfK-Konsumklimastudie im vierten Quartal 2019:

- Dienstag, 26. November 2019, 8 Uhr
- Freitag, 20. Dezember 2019, 8 Uhr

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 2. bis 14. Oktober 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 Stimmung Indikator. 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.

Über GfK

GfK arbeitet fokussiert, digital und stellt den Kunden stets in den Mittelpunkt. GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und ist in der einzigartigen Position, eigene Daten und jene von Dritten zu nutzen, um unverzichtbare Markt- und Verbrauchereinsichten sowie -empfehlungen zu erstellen. Das Unternehmen liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien. Als Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit „Growth from Knowledge“. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfkdeutschland.