

Pressemitteilung

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

26. November 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 legt leicht zu

Nürnberg, 26. November 2019 – Die Stimmung der Verbraucher hellt sich im November wieder auf. Sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartung legen spürbar zu. Die Anschaffungsneigung behauptet trotz geringer Einbußen ihr nach wie vor sehr hohes Niveau. So prognostiziert GfK für Dezember einen Wert von 9,7 Punkten und damit 0,1 Zähler mehr als im November (9,6 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für November 2019.

Zwar ist das Konsumklima auch wegen der bekannten Risikofaktoren, wie globale Konjunkturschwäche, Handelskonflikte und Brexit-Chaos, etwas schwächer als im entsprechenden Zeitraum des Vorjahres, dennoch kann das Niveau als sehr zufriedenstellend und die Entwicklung der Konsumneigung als stabil bezeichnet werden.

„Die deutschen Konsumenten haben durch ihre ausgesprochen gute Konsumlaune maßgeblich dazu beigetragen, dass im dritten Quartal eine Rezession in Deutschland verhindert werden konnte. Der private Verbrauch wird damit seiner Rolle als wichtige Stütze der Konjunktur voll und ganz gerecht“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte.** „Die Verbraucher gehen also positiv gestimmt in die anstehende Vorweihnachtszeit, die für eine Reihe von Branchen des Handels, wie Unterhaltungselektronik oder Spielwaren, zu den umsatzstärksten Zeiten des Jahres gehört. Hier entscheidet sich, wie das Jahr insgesamt zu beurteilen ist. Und darauf kann der Handel durchaus mit einer gehörigen Portion Optimismus blicken.“

Die Konjunkturaussichten hellen sich spürbar auf

Die **Konjunkturerwartungen** der Verbraucher hellen sich im November spürbar auf. Damit ist der Abwärtstrend – zumindest vorerst – gestoppt. Der Indikator gewinnt 15,5 Zähler hinzu und klettert auf 1,7 Punkte. Damit liegt er wieder leicht über seinem langjährigen Durchschnittswert von null Punkten. Ein stärkerer Anstieg wurde beim Konjunkturindikator zuletzt vor

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

über neun Jahren, im Juni 2010, gemessen. Damals stieg er während der Erholungsphase nach der größten Rezession in der Nachkriegsgeschichte sogar um knapp 33 Zähler.

Nach den ersten vorläufigen Meldungen des Statistischen Bundesamtes ist die deutsche Wirtschaft entgegen den Erwartungen im dritten Quartal gegenüber der Vorperiode um 0,1 Prozent gewachsen. Viele Experten hatten ein leichtes Schrumpfen vorausgesagt, was ein Abrutschen Deutschlands in eine „technische“ Rezession bedeutet hätte, da dies bereits der zweite Rückgang in Folge gewesen wäre.

Der schwindende Pessimismus ist vermutlich damit zu begründen, dass sich zuletzt im Handelskonflikt zwischen den USA und China eine vorsichtige Entspannung angedeutet hat. Zudem hoffen offenbar mehr Bundesbürger, dass nach den Neuwahlen in Großbritannien auch beim Thema Brexit eine Entscheidung ansteht.

Einkommenserwartung profitiert von sinkendem Konjunkturpessimismus

Im Sog deutlich zunehmender Konjunkturaussichten legt auch die **Einkommenserwartung** im November spürbar zu. Der Indikator gewinnt 6,5 Zähler hinzu und liegt nun bei 45,5 Punkten. Er kompensiert damit seine Verluste aus dem Vormonat (-7,8 Punkte) nahezu vollständig.

Nach wie vor sind die Konsumenten für die Entwicklung ihrer künftigen finanziellen Lage überaus optimistisch. Die anhaltend gute Beschäftigungslage und damit einhergehend eine gute Entwicklung bei Arbeitseinkommen und Renten sorgen für diesen Einkommensoptimismus.

Zusätzlichen Rückenwind erhält die Einkommenserwartung von der Preisentwicklung. So sank nach Angaben des Statistischen Bundesamtes im Oktober die Inflationsrate auf 1,1 Prozent, nachdem im September 1,2 und im August 1,4 Prozent gemessen wurden. Sinkende Inflationsraten stärken die Kaufkraft der Einkommen der Verbraucher.

Anschaffungsneigung hält trotz geringer Verluste sehr hohes Niveau

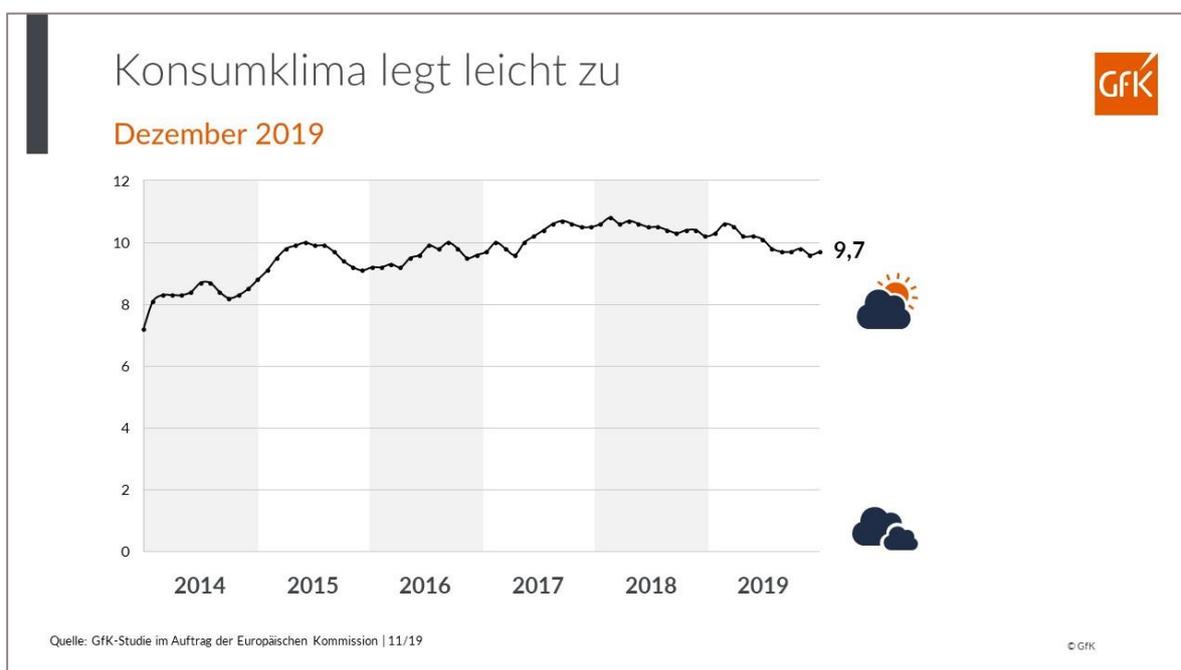
Trotz schwächelnder Konjunktur und bereits oben angesprochener Risikofaktoren lassen sich die deutschen Verbraucher ihre Konsumlaune nicht verderben. Die Anschaffungsneigung hält ihr sehr hohes Niveau, wenn auch der Indikator im November geringe Einbußen hinnehmen muss. Er verliert 1,7 Zähler und weist nun 50 Punkte auf.

Die Konsumneigung wird auch künftig Rückenwind durch die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) erhalten. Durch die nochmalige Verschärfung der Niedrigzinspolitik drohen nun zunehmend für Privatanleger Strafzinsen für Geldanlagen bei Banken und Sparkassen. Das wird vermutlich den einen oder anderen Sparer veranlassen, eher mehr Geld in Anschaffungen bzw. Ausgaben zu stecken als es auf die hohe Kante zu legen.

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

	November 2019	Oktober 2019	November 2018
Konjunkturerwartung	1,7	-13,8	14,8
Einkommenserwartung	45,5	39,0	48,3
Anschaffungsneigung	50,0	51,7	55,6
Konsumklima	9,6	9,8	10,4

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Dezember 2019 / Erstes Quartal 2020:

- Freitag, 20. Dezember 2019, 8 Uhr
- Mittwoch, 29. Januar 2020, 8 Uhr
- Donnerstag, 20. Februar 2020, 8 Uhr
- Donnerstag, 26. März 2020, 8 Uhr

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 6. bis 18. November 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.

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.