

Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
26. März 2020, 8:00 Uhr

20. Februar 2020

Rolf Bürkl
GfK Konsumexperte
T +49 911 395 3058
rolf.buerkl@gfk.com

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

Konsumklima stagniert

Nürnberg, 20. Februar 2020 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland zeigt sich im Februar uneinheitlich und wenig verändert. Die Konjunkturerwartung legt etwas zu, während Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung leichte Einbußen hinnehmen müssen. Folglich prognostiziert GfK für März 2020 einen Wert von 9,8 Punkten und damit 0,1 Zähler weniger als im Februar dieses Jahres (9,9 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Februar 2020.

Leichte Rückgänge bei Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung führen aktuell dazu, dass das Konsumklima geringe Einbußen hinnehmen muss.

„Das Konsumklima kann damit seinen positiven Trend des Vormonats nicht fortsetzen. Die Ausbreitung des Coronavirus hat sicherlich dazu beigetragen, dass Verunsicherung unter den Verbrauchern aufkommt“ erklärt Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte. „Ein durch das Virus ausgelöster Produktionsrückgang bzw. -stopp in Unternehmen in China kann dazu führen, dass auch die Produktion in Deutschland beeinträchtigt wird bzw. sogar ganz zum Stillstand kommt. Die Folge wäre Kurzarbeit bis hin zu möglichen Personalanpassungen. Und dies wäre für die Konsumstimmung wenig förderlich.“

GfK bestätigt ihre Prognose aus dem Vormonat, wonach der reale private Konsum in diesem Jahr um ein Prozent zunehmen wird.

Konjunkturerwartung mit zweitem Anstieg in Folge

Die Konjunkturerwartung scheint sich langsam wieder zu erholen. Im Februar legt der Indikator zum zweiten Mal in Folge zu. Er lässt damit sein Tief vom Herbst letzten Jahres mehr und mehr hinter sich. Das Plus in diesem Monat beträgt 4,9 Zähler. Mit aktuell 1,2 Punkten liegt er wieder knapp über seinem langjährigen Durchschnittswert von etwa 0 Punkten. Im

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

Vergleich zum Vorjahr beträgt das Minus nur noch 0,2 Zähler.

Trotz konjunktureller Schwächephasen verursacht durch den Handelsstreit zwischen USA und China und dem Coronavirus, sind die Signale vom deutschen Arbeitsmarkt bislang noch ermutigend. Die Beschäftigung bleibt weitgehend stabil, wenn auch die Dynamik der letzten Jahre der Vergangenheit angehört.

Einkommenserwartung mit leichten Verlusten

Die Einkommenserwartungen können im Februar nicht von den gestiegenen Konjunkturaussichten profitieren. Der Indikator büßt 3,4 Zähler ein und sinkt auf 41,2 Punkte. Dennoch bleibt das Niveau des Einkommensindikators weiterhin hoch, wenn auch das Minus im Vergleich zum Vorjahr 16,5 Punkte beträgt.

Aufgrund der im Großen und Ganzen stabilen Beschäftigungslage werden die Arbeitnehmer auch in diesem Jahr Einkommenszuwächse zu verzeichnen haben, wenn auch nicht mehr ganz so hoch wie zuletzt. Die Rentner können ebenfalls auf eine ansehnliche Erhöhung ihrer Bezüge hoffen.

Es bleibt allerdings abzuwarten, wie sich das Coronavirus auf die deutsche Wirtschaft auswirkt. Sollte es in China zu einem längeren Produktionsstopp kommen und dadurch die Belieferung der deutschen Wirtschaft mit Vorprodukten unterbrochen sein, besteht die Gefahr, dass die Angst vor Arbeitslosigkeit zunimmt. Dies würde sicherlich auch die Einkommensaussichten beeinträchtigen.

Konsumneigung behauptet sehr gutes Niveau

Trotz geringer Einbußen behauptet die Anschaffungsneigung im Februar 2020 ihr überaus gutes Niveau. Zwar verliert der Indikator 1,9 Zähler, aber mit 53,6 Punkten ist die Konsumlaune nach wie vor sehr ausgeprägt. Dies belegt auch die Tatsache, dass im Vergleich zum Vorjahr sogar ein kleines Plus von 1,7 Punkten zu verzeichnen ist.

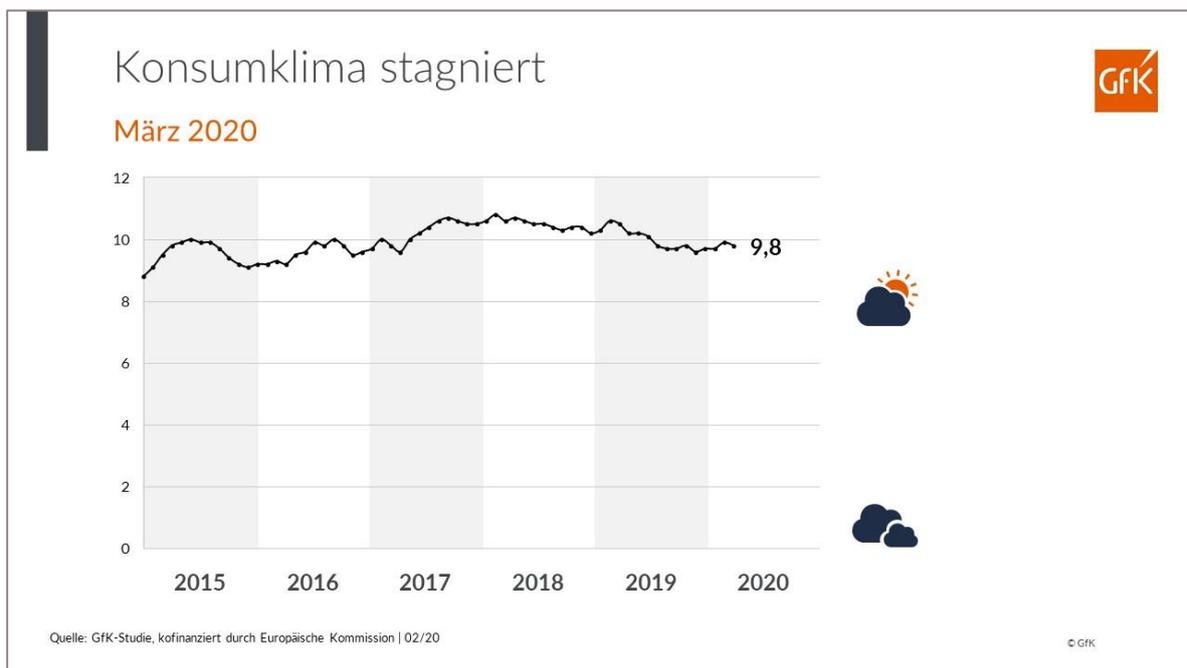
Bislang zeigt sich die Konsumneigung noch unbeeindruckt von konjunkturellem Gegenwind, Handelsstreit und Coronavirus. Eine weitere Eskalation dieser Krisenherde birgt jedoch die Gefahr, dass der Höhenflug der Konsumstimmung ein Ende findet. Deshalb sollte auch aus Verbrauchersicht ein Augenmerk auf die Entschärfung dieser Krisen gelegt werden.

Stütze findet die Anschaffungsneigung noch immer durch die Niedrigzinspolitik der Europäischen Zentralbank. Die Sparneigung verharret auch im Februar tief im Keller. Sparen ist und bleibt keine sehr attraktive Alternative zum Konsum.

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

	Februar 2020	Januar 2020	Februar 2019
Konjunkturerwartung	1,2	-3,7	1,4
Einkommenserwartung	41,2	44,6	57,7
Anschaffungsneigung	53,6	55,5	51,9
Konsumklima	9,9	9,7	10,6

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Q1/Q2 2020:

- Donnerstag, 26. März 2020, 8 Uhr
- Donnerstag, 23.4.2020, 8 Uhr
- Dienstag, 26.5.2020, 8 Uhr
- Donnerstag, 25.6.2020, 8 Uhr

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 29. Januar bis 10. Februar 2020. 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 2020 einen Anstieg des privaten Konsums von einem 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.

GfK – extracting the signals from the noise

In a world of data overflow, disruption and misuse, picking up the right “signal from noise” is key to win. We at GfK are the trusted partner with more than 85 years of experience in combining data and science to help you make the right business decisions. Together with our attention to detail and advanced Augmented Intelligence, we provide you with world-class analytics that delivers not just descriptive data but actionable recommendations always-on at your fingertips. As a result, you can make key business decisions with confidence which help you drive sales, organizational and marketing effectiveness. That’s why we promise to you “Growth from Knowledge”. For more information, please visit www.gfk.com or follow GfK on Twitter www.twitter.com/GfK.