

Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
24. März 2016, 8.00 Uhr

25. Februar 2016

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

Ursula Fleischmann
Corporate Communications
T +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

Einkommensaussichten verbessern sich

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Deutschland für Februar 2016

Nürnberg, 25. Februar 2016 – Insgesamt gesehen zeigt sich die Stimmung der Verbraucher im Februar leicht verbessert. Für März prognostiziert der Gesamtindikator 9,5 Punkte nach 9,4 Zählern im Februar. Die Einkommenserwartungen steigen spürbar an, während sich die Konjunkturerwartung kaum verändert. Die Anschaffungsneigung bleibt stabil.

Die Februar-Ergebnisse der Befragung signalisieren, dass sich die Bundesbürger noch immer nicht durch die intensiven Diskussionen um eine nachhaltige Lösung der Flüchtlingsthematik beeinflussen lassen. Auch die nach wie vor bestehende akute Terrorgefahr sorgt offenbar nicht für Verunsicherung im Hinblick auf die Stimmung der Verbraucher.

Konjunkturerwartung nahezu unverändert

Nach dem leichten Zuwachs im Januar zeigt die Konjunkturerwartung aktuell keine große Bewegung. Der Indikator verliert nur 0,8 Zähler und liegt nun bei 3,4 Punkten. Er kann sich damit weiter im positiven Bereich halten, das heißt über seinem langjährigen Durchschnitt von 0 Punkten. Allerdings liegt er knapp 24 Punkte unter seinem entsprechenden Vorjahreswert.

Trotz der latent vorhandenen Terrorgefahr, der zum Teil hitzig geführten Diskussionen um eine Begrenzung des Zuzugs von Flüchtlingen sowie die zunehmende Nervosität an den Aktienmärkten weltweit gehen die Verbraucher nach wie vor davon aus, dass die deutsche Wirtschaft auch in diesem Jahr mit einem soliden Wachstum von knapp 2 Prozent aufwarten wird.

Ein wichtiger Grund für diese optimistische Einschätzung liegt vor allem in der nach wie vor exzellenten Verfassung des deutschen Arbeitsmarktes. Zwar ist die Arbeitslosigkeit saisonal bedingt im Januar angestiegen, saisonbereinigt hat sie sich jedoch weiter verringert. Zudem hat die Nachfrage nach neuen Mitarbeitern nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit zu Jahresbeginn 2016 weiter zugenommen. Somit ist der vorsichtige Konjunkturoptimismus der Konsumenten nicht unbegründet.

Einkommenserwartung mit deutlichen Zuwächsen

Nach den moderaten Verlusten im Vormonat legt die Einkommenserwartung im Februar wieder spürbar zu. Sie ist der klare Gewinner unter den Stim-

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Vorstand:
Matthias Hartmann (CEO)
Christian Diedrich (CFO)
Dr. Gerhard Hausruckinger
David Krajicek
Alessandra Cama

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

mungsindikatoren. Mit einem Plus von 9,5 Punkten fällt der Zuwachs deutlich aus. Aktuell liegt der Indikator bei 56,7 Punkten. Ein höherer Wert wurde zuletzt im Juli 2015 mit 58,6 Zählern gemessen.

Steigende Beschäftigung sowie eine zunehmende Nachfrage nach Arbeitskräften durch die Unternehmen wecken Erwartungen an die bevorstehende Tarifrunde. So werden sich die Forderungen der Gewerkschaften vermutlich in einem Bereich von 5 Prozent bewegen, wobei davon auszugehen ist, dass der tatsächliche Tarifabschluss niedriger ausfallen wird.

Nominal sollen die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte in diesem Jahr nach den vorliegenden Prognosen um etwa 3 Prozent zulegen. Zudem wird auch in diesem Jahr die Inflation, die 2015 bei 0,3 Prozent lag, niedrig bleiben. Folglich werden die Bundesbürger auch real spürbar mehr in ihren Geldbörsen haben.

Anschaffungsneigung auf hohem Niveau unverändert

Die Konsumlaune der deutschen Verbraucher bleibt weiter ungebrochen. Der Indikator Anschaffungsneigung weist mit 52,7 Punkten im Februar exakt den gleichen Wert wie im Vormonat auf. Damit bestätigt er sein überaus hohes Niveau.

Auf die Gründe für die große Konsumlust wurde wiederholt eingegangen: Eine überaus stabile Beschäftigungslage führt dazu, dass die Beschäftigten nicht um ihren Arbeitsplatz fürchten müssen. Dies sorgt für Planungssicherheit, die vor allem bei größeren Anschaffungen bzw. Ausgaben ein wichtiges Kriterium ist. Wer davon ausgeht, dass sein Arbeitsplatz und damit sein Einkommen auf absehbare Zeit gesichert sind, wird eher bereit sein, ein finanzielles Risiko in Form einer größeren Ausgabe einzugehen.

Konsumklima steigt leicht

Für März 2016 prognostiziert der Gesamtindikator 9,5 Punkte nach 9,4 Zählern im Februar. Damit kann das Konsumklima wieder leicht zulegen.

Mit dem erfreulichen Start des Konsumklimas in dieses Jahr sind die Grundlagen dafür gelegt, dass auch 2016 ein gutes Konsumjahr werden kann. GfK geht in ihrer kürzlich veröffentlichten Prognose davon aus, dass die realen privaten Konsumausgaben in diesem Jahr um 2 Prozent steigen werden. Auch für 2015 lag der Zuwachs nach den ersten Meldungen des Statistischen Bundesamtes bei etwa 2 Prozent.

Der prognostizierte Zuwachs für dieses Jahr ist eher als konservative Schätzung anzusehen, da GfK für 2016 einige Risiken sieht, die jedoch überwiegend von außen kommen:

Die bislang ungelöste Flüchtlingskrise mit einer möglichen Abschottung einzelner Länder sowie das Schließen von Grenzen würden besonders Deutschland als Exportnation treffen und die konjunkturellen Aussichten

dämpfen. Hinzu kommt die akute Terrorgefahr, die die Verbraucher verunsichern könnte und sich damit negativ auf den Konsum auswirken würde.

Ein weiterer Punkt sind die abstürzenden Energiepreise, die die Wirtschaft bislang gestützt haben. Mittel- und langfristig könnte dies jedoch die Investitionsneigung in den betroffenen Industrien beeinträchtigen, sich damit negativ auf den Arbeitsmarkt auswirken und auch bei nicht direkt betroffenen Arbeitnehmern Furcht vor Jobverlust auslösen. Dies würde die Konsumneigung ebenfalls negativ beeinflussen.

Schließlich könnte die anhaltende wirtschaftliche Schwächephase in den aufstrebenden Volkswirtschaften wie Brasilien, Russland und vor allem China die Export- und damit die Konjunkturaussichten insgesamt nachhaltig beschädigen.

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2016

Donnerstag, 24. März 2016, 8 Uhr	
Mittwoch, 27. April 2016, 8 Uhr	Mittwoch, 25. Mai 2016, 8 Uhr
Mittwoch, 29. Juni 2016, 8 Uhr	Mittwoch, 27. Juli 2016, 8 Uhr
Freitag, 26. August 2016, 8 Uhr	Mittwoch, 28. September 2016, 8 Uhr
Mittwoch, 26. Oktober 2016, 8 Uhr	Donnerstag, 24. November 2016, 13 Uhr
Freitag, 23. Dezember 2016, 8 Uhr	

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

	Februar 2016	Januar 2016	Februar 2015
Konjunkturerwartung	3,4	4,2	27,2
Einkommenserwartung	56,7	47,2	50,6
Anschaffungsneigung	52,7	52,7	59,1
Konsumklima	9,4	9,4	9,3

Die folgende Graphik zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikatoren im Verlauf der letzten Jahre:

GfK-Indikator Konsumklima (Stand: Februar 2016)

Konsumklima steigt leicht

März 2016



Quelle: GfK-Studie im Auftrag der Europäischen Kommission | 2/16

1

Zur Studie

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 Ausgabeverhalten der Verbraucher für 20 Bereiche der Gebrauchsgüter-, Verbrauchsgüter- und Dienstleistungsmärkte. Die GfK-Konsumklimastudie wird seit 1980 durchgeführt.

Das Konsumklima bezieht 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 prognostizierte für das Jahr 2015 einen Anstieg des privaten Konsums von mindestens 1,5 Prozent. Laut ersten Schätzungen des Statistischen Bundesamtes stieg der private Konsum im Jahr 2015 real um 1,9 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 durchge-

fürten 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

Die folgende Tabelle zeigt die einzelnen Indikatoren im Überblick:

Konjunkturerwartung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Was glauben Sie, wie wird sich die allgemeine wirtschaftliche Lage in den kommenden zwölf Monaten entwickeln?“ (verbessern – gleich bleiben – verschlechtern)
Einkommenserwartung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Wie wird sich Ihrer Ansicht nach die finanzielle Lage Ihres Haushalts in den kommenden zwölf Monaten entwickeln?“ (verbessern – gleich bleiben – verschlechtern)
Konsum- und Anschaffungsneigung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Glauben Sie, dass es zurzeit ratsam ist, größere Anschaffungen zu tätigen?“ (Der Augenblick ist günstig – weder günstig noch ungünstig – ungünstig)
Konsumklima	Dieser Indikator soll die Entwicklung des privaten Verbrauchs erklären. Seine wesentlichen Einflussfaktoren sind die Einkommenserwartung, die Anschaffungs- und die Sparneigung. Die Konjunkturerwartung wirkt eher indirekt über die Einkommenserwartung auf das Konsumklima.

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über langjährige Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de

V.i.S.d.P.
 GfK SE, Corporate Communications
 Jan Saeger
 Nordwestring 101
 90419 Nürnberg
 T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com