

# Pressemitteilung

## Konsumklima in Europa steigt deutlich

13. Juli 2016

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

Ursula Fleischmann  
Corporate Communications  
T +49 911 395 2745  
[ursula.fleischmann@gfk.com](mailto:ursula.fleischmann@gfk.com)

### Ergebnisse des GfK Konsumklima Europa für das zweite Quartal 2016

**Nürnberg, 13. Juli 2016 – Vor allem landesspezifische Themen beherrschten die medialen Diskussionen im zweiten Quartal. Daher entwickelten sich die Indikatoren Konjunktur- und Einkommenserwartung sowie die Anschaffungsneigung in den verschiedenen europäischen Ländern sehr uneinheitlich. Insgesamt ist das Konsumklima für die EU28 von März bis Juni 2016 aber deutlich um 4,1 Punkte auf 13,1 Zähler gestiegen. .**

Im zweiten Quartal beherrschten vor allem landesspezifische und somit sehr unterschiedliche Themen die Schlagzeilen in den EU-Staaten. Europaweit stand natürlich der Kampf gegen den sogenannten Islamischen Staat und die daraus resultierenden Terroranschläge in Europa, vor allem in der Türkei, im Mittelpunkt. Besonders im Vorfeld der Fußball-Europameisterschaft in Frankreich diskutierten Medien, Sicherheitsexperten und Regierungen in ganz Europa, wie dem Terror Einhalt geboten werden kann.

Auch das Flüchtlingsabkommen zwischen der EU und der Türkei prägte die Diskussionen. Zwar kommen durch die Hilfe der Türkei inzwischen deutlich weniger Flüchtlinge nach Europa. Auf der anderen Seite diskutiert Europa über seinen Umgang mit der Türkei und über die Einhaltung der demokratischen Grundprinzipien.

Vor allem im Juni stand die Abstimmung der Briten über einen Austritt aus der EU ganz oben auf der Agenda. Das tatsächliche „Ja“ zum Brexit hat diese Befragung jedoch noch nicht beeinflusst, da sie zum Zeitpunkt der Abstimmung am 23. Juni bereits abgeschlossen war. Es ist allerdings zu erwarten, dass sich die aktuelle Unsicherheit an den Finanzmärkten auch auf die europäischen Verbraucher übertragen wird. Wie deutlich der Einfluss der Entscheidung auf das Konsumklima in den einzelnen Ländern in den nächsten Monaten sein wird, hängt auch davon ab, wie stark die finanzpolitischen Auswirkungen sein werden, wie sich die Diskussionen innerhalb der Europäischen Union entwickeln und wie stark jedes einzelnen Land wirtschaftlich vom Brexit betroffen sein wird.

Informationen zu einer aktuellen GfK-Befragung in Großbritannien zum Brexit unmittelbar nach der Entscheidung finden Sie [hier](#).

Da in den vergangenen drei Monaten vor allem landesspezifische Themen (Wahlen in Österreich und Spanien, Russland-Sanktionen, Verhandlungen

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

über neue EU-Zahlungen an Griechenland, Flüchtlingsdramen vor Italien, etc.) in den verschiedenen europäischen Staaten vorherrschten, haben sich auch die Indikatoren des Konsumklimas sehr uneinheitlich entwickelt. Insgesamt ist das Konsumklima für die EU28 von März bis Juni 2016 aber deutlich um 4,1 Punkte auf 13,1 Zähler gestiegen. Das ist der höchste Wert seit März 2008 (16,8 Punkte).

### **Deutschland – Verbraucher erwarten moderaten Wachstumskurs**

Die Konjunkturerwartung der deutschen Verbraucher ist im zweiten Quartal mit einem Plus von 17,5 Punkten deutlich gestiegen. Sie lag im Juni bei 18 Punkten. Die Deutschen rechnen somit in den nächsten Monaten mit einem spürbaren wirtschaftlichen Aufschwung. Allerdings liegt der Indikator knapp 7 Zähler unter seinem Vorjahreswert.

Ihren höchsten Wert seit der Wiedervereinigung erreichte im Juni die Einkommenserwartung. Sie lag bei 59,6 Punkten. Insgesamt stieg der Indikator seit März um 9,1 Zähler. Grund für die positive Einschätzung sind die immer weiter steigenden Beschäftigungszahlen in Deutschland, hohe Tarifabschlüsse in einigen Branchen sowie eine deutliche Rentenerhöhung zum 1. Juli.

Auch die Anschaffungsneigung der Deutschen liegt auf einem sehr hohen Niveau. Sie stieg in den vergangenen drei Monaten um 4,4 Punkte auf 54,4 Zähler. Die exzellente Beschäftigungslage sorgt dafür, dass momentan kaum Sorge unter den Beschäftigten besteht, ihren Job zu verlieren. Somit sind sie eher bereit, werthaltige Anschaffungen zu tätigen, als das Geld zu sparen. Aufgrund des niedrigen Zinsniveaus ist Sparen als Alternative zum Konsum nicht verlockend.

### **Frankreich – noch keine Besserung in Sicht**

Die Konjunkturerwartung der Franzosen hat in den vergangenen Monaten eine Berg- und Talfahrt erlebt. Lag der Indikator im November letzten Jahres noch bei 16,6 Punkten fiel er bis März auf -3,7 Zähler. Im zweiten Quartal konnte er sich insgesamt um 4,2 Punkte erholen. Im Juni lag er daher mit 0,5 Zählern knapp über dem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten. Im Mai erreichte er mit 12,2 Punkten seinen Jahreshöchstwert. Die Entwicklung der Konjunkturerwartung zeigt deutlich, dass die Franzosen nach wie vor nicht an einen nachhaltigen Aufschwung glauben.

Doch ohne wirtschaftlichen Aufschwung wird auch die hohe Arbeitslosigkeit nicht sinken. So ist es nicht verwunderlich, dass die Franzosen in den nächsten Monaten nicht mit einem Anstieg ihrer Einkommen rechnen. Zwar ist die Einkommenserwartung um 9 Punkte gestiegen. Mit -13 Zählern liegt der Indikator aber nach wie vor deutlich im negativen Bereich.

Auch die Anschaffungsneigung konnte sich im zweiten Quartal leicht erholen. Sie stieg seit März insgesamt um 1,6 Punkte auf 2 Zähler. Im Mai er-

reichte sie mit 14,9 Punkten sogar ihren höchsten Wert seit Dezember 2001.

### **Großbritannien – schwächere Konjunkturaussichten**

In Großbritannien ist die Konjunkturerwartung im zweiten Quartal weiter gesunken. Im Juni lag sie bei -5,9 Punkten und damit 8 Punkte niedriger als im März und sogar fast 26 Punkte tiefer als im Juni 2015. Die Stimmung der Verbraucher spiegelt somit die wirtschaftliche Entwicklung des Landes direkt wider. Wuchs die Wirtschaft im vergangenen Jahr zwischen 1,8 und 3,0 Prozent pro Quartal, erreichte sie im ersten Quartal dieses Jahres lediglich ein Plus von 0,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Im Gegensatz zur Konjunkturerwartung erholte sich die Einkommenserwartung leicht. Sie gewann seit März 1,5 Punkte hinzu und lag im Juni bei 19,2 Zählern. Im Vergleich zu Juni 2015 steht ein Plus von 7,3 Punkten zu Buche.

Die Anschaffungsneigung der Briten dagegen schwankte im zweiten Quartal deutlich. Insgesamt verlor sie seit März 5,1 Punkte und lag im Juni bei 6 Zählern. Vor einem Jahr verzeichnete der Indikator 8,6 Punkte mehr.

### **Italien – wenig Hoffnung auf durchgreifende Besserung**

Die anhaltend schwierige Wirtschaftslage als Folge der Finanzkrise sowie die hohen Flüchtlingszahlen, die den Staatshaushalt belasten, lassen die italienischen Verbraucher nicht an einen wirtschaftlichen Aufschwung in den nächsten Monaten glauben. Die Konjunkturerwartung lag im Juni bei -31,3 Punkten und somit 9,9 Zähler niedriger als im März. Im Juli letzten Jahres lag der Indikator mit -31,9 Zählern zuletzt niedriger.

Zwar ist die Arbeitslosigkeit in den vergangenen Monaten leicht gesunken. Mit 11,5 Prozent gehört sie dennoch zu den höchsten in Europa. So verwundert es nicht, dass die Italiener in den kommenden Monaten nicht mit einer Verbesserung ihrer persönlichen finanziellen Lage rechnen. Die Einkommenserwartung lag im Juni mit -7,1 Punkten um 4,1 Punkte unter ihrem Wert im März.

Trotz schwieriger Wirtschaftslage und hoher Arbeitslosigkeit sind die italienischen Verbraucher derzeit in Kauflaune. Die Anschaffungsneigung lag im Juni bei 20,6 Punkten. Das sind zwar 5,8 Zähler weniger als im März, aber knapp 16 Punkte mehr als vor genau einem Jahr. Ein Grund dafür sind sicherlich die nach wie vor extrem niedrigen Zinsen, die es erleichtern, Geld für hochwertige Produkte und Dienstleistungen zu leihen. Allerdings ist es eine Sache, den momentanen Zeitpunkt als günstig für größere Anschaffungen zu halten. Eine ganz andere Sache ist es jedoch, ob man sich diese werthaltigen Produkte oder Dienstleistungen auch tatsächlich leisten kann.

### **Spanien – Verbraucher rechnen mit moderatem Wachstum**

Die spanischen Verbraucher rechnen nach wie vor für die kommenden Monate mit einer moderat wachsenden Wirtschaft. Allerdings gehen sie davon aus, dass sich das Wirtschaftswachstum verringern wird. So sank die Konjunkturerwartung im zweiten Quartal zwar um 5,7 Punkte auf 16,7 Zähler. Im Vergleich zu Juni 2015 steht ein Minus des Indikators von fast 21 Punkten zu Buche.

Auch die Einkommenserwartung ist gesunken, auf 13 Punkte. Allerdings liegt sie mit einem Minus von 1,5 Zählern nur leicht unter dem Wert von März. Auch im vergangenen Juni war das Niveau ähnlich. Der Indikator lag lediglich um 4,5 Punkte höher.

Die Spanier haben bislang offensichtlich noch kein Geld übrig, um sich größere Anschaffungen leisten zu können. Die Anschaffungsneigung liegt dementsprechend bei -8,2 Punkten. Im Vergleich zu März bedeutet das ein minimales Plus von 0,7 Zählern. Vor genau einem Jahr lag der Indikator um 4,2 Punkte niedriger.

#### **Portugal arbeitet sich weiter aus der Krise**

Die portugiesischen Verbraucher rechnen weiterhin mit einem steigenden Bruttoinlandsprodukt. Die Konjunkturerwartung stieg im zweiten Quartal minimal (+0,8 Punkte) auf 17,3 Zähler im Juni.

Die langsam sinkende Arbeitslosigkeit lässt viele Portugiesen wieder auf einen Job hoffen. Die Einkommenserwartung fiel seit März leicht um 2,5 Punkte, liegt mit 17,5 Zählern im Juni aber auf einem zufriedenstellenden Niveau. Im Jahresvergleich ist der Indikator um 16,6 Punkte gestiegen.

Zwar können sich die Verbraucher nach wie vor keine werthaltigen Güter und Dienstleistungen leisten. Die Anschaffungsneigung verbessert sich aber ganz langsam wieder. In den vergangenen drei Monaten stieg der Indikator um 2,9 Punkte auf -21,5 Zähler. Im Mai erreichte er mit -20,5 Punkten den höchsten Wert seit Juni 2004.

#### **Griechenland wieder in der Rezession**

Die Nachwirkungen der Finanzkrise lassen die Griechen nicht los. Sah es im letzten Jahr noch so aus, als würden sie wieder Hoffnung schöpfen, ist davon derzeit nichts zu spüren. Seit Juni letzten Jahres ist die Konjunkturerwartung um fast 35 Punkte gesunken. Der Indikator ist im zweiten Quartal zwar um 5,8 Punkte gestiegen. Der Wert von -44,8 Zählern lässt für Optimismus jedoch keinen Raum. Im Mai lag der Indikator mit -51,6 Punkten sogar auf seinem niedrigsten Wert seit Februar 2012.

Ähnlich zeigt sich das Bild bei der Einkommenserwartung. Auch sie ist zwischen März und Juni minimal (+0,8 Punkte) auf -44,4 Punkte gestiegen. Ebenfalls im Mai lag der Indikator mit -48,9 Zählern auf dem tiefsten Wert seit August 2013. Im Jahresverlauf verlor er ähnlich viel wie die Konjunkturerwartung (-31,8 Punkte).

Auch die Anschaffungsneigung verharrt folglich im Keller. Der Indikator ist im zweiten Quartal um 7,4 Punkte auf -45 Zähler gesunken. Das ist der tiefste Stand seit August 2012 (-51,8 Punkte). Seit Juni 2015 steht ein Minus von 27,5 Zählern zu Buche. Die Griechen sind somit kaum in der Lage, auch nur die täglich notwendigen Dinge zu kaufen. Für werthaltige Anschaffungen fehlt ihnen somit auch weiterhin das Geld.

### **Niederlande – vorsichtiger Optimismus**

Bei den niederländischen Verbrauchern kehrt langsam der Optimismus zurück. Die Konjunkturerwartung stieg im zweiten Quartal um 17,3 Punkte und erreicht im Juni 13,2 Zähler. Vor einem Jahr stand der Indikator allerdings um 16,2 Punkte höher.

Im Gegensatz dazu verharrt die Einkommenserwartung deutlich im negativen Bereich. Der Indikator lag im Juni bei -15,9 Punkten und somit 1,2 Punkte niedriger als am Ende des ersten Quartals. Im Mai verzeichnete er mit -19,5 Punkten sogar den niedrigsten Wert seit Oktober 2013 (-37,5 Punkte).

Wegen der geringen Inflation sowie der extrem niedrigen Zinsen sind die Niederländer aber der Meinung, dass es aktuell dennoch ein günstiger Zeitpunkt ist, Geld in hochwertigen Anschaffungen anzulegen. Die Anschaffungsneigung stieg im ersten Quartal minimal um 0,3 Punkte auf 13,4 Zähler im Juni. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steht ein Plus von 6,6 Punkten zu Buche.

### **Belgien – Glaube an Aufschwung fehlt**

Trotz guten Wirtschaftswachstums glauben die belgischen Verbraucher offensichtlich nicht, dass der Aufschwung auch in den nächsten Monaten anhält. Die Konjunkturerwartung sank seit März um 6,2 Punkte auf -6,7 Zähler. Das ist der niedrigste Wert seit genau drei Jahren. Im Vergleich zu Juni 2015 steht sogar ein Minus von 25,4 Punkten zu Buche.

Auch in Bezug auf ihre Einkommen sind die Belgier nicht gerade optimistisch. Zwar stieg der Indikator um 5,3 Punkte. Mit -17,6 Zählern lag die Einkommenserwartung im Juni aber deutlich im negativen Bereich.

Lediglich die Anschaffungsneigung zeigte sich mit 13 Punkten im Juni deutlich über ihrem langjährigen Durchschnittswert von 0 Zählern. Allerdings hat der Indikator seit März 10,5 Punkte verloren. Die Verbraucher halten es zwar mehrheitlich für ratsam, werthaltige Anschaffungen jetzt zu tätigen. Ob die Belgier dies aber auch tun, ist angesichts ihrer negativen Einschätzung der wirtschaftlichen sowie die persönlichen finanziellen Entwicklung eher fraglich.

### **Österreicher rechnen mit deutlich steigenden Einkommen**

Zwar rechnen die Österreicher noch nicht mit einem wirtschaftlichen Auf-

schwung in den nächsten Monaten. Doch die Stimmung bessert sich langsam. Im Juni ist die Konjunkturerwartung auf -8,1 Punkte gestiegen. Das bedeutet ein Plus von 10,1 Zählern gegenüber März und den höchsten Wert seit August 2014.

Obwohl die Verbraucher nicht von einem Wirtschaftsaufschwung ausgehen, rechnen sie mit deutlich steigenden Einkommen. Der entsprechende Indikator fiel zwar von März bis Juni um 8,5 Punkte, verzeichnet mit 28 Zählern aber ein recht gutes Niveau. Im Vergleich zu Juni 2015 liegt die Einkommenserwartung 10,3 Punkte höher.

Die Hoffnung auf steigende Einkommen vergrößert auch die Lust der Österreicher, werthaltige Produkte oder Dienstleistungen zu erwerben. Die Anschaffungsneigung stieg seit März um 17,1 Zähler und lag im Juni somit bei 23,2 Punkten. Im Mai erreichte der Indikator mit 25,5 Punkten sogar den höchsten Wert seit November 2012 (26 Punkte).

### **Polen – Einkommenserwartung auf Rekordhoch**

Die Zuversicht auf hohes wirtschaftliches Wachstum ist in Polen im zweiten Quartal leicht gesunken. Die Konjunkturerwartung lag im Juni bei 16,8 Punkten und damit auf einem guten Niveau. Das sind 6,1 Zähler weniger als noch im März. Allerdings deuten die hohen Wachstumsraten des Bruttoinlandsprodukts in den letzten Quartalen darauf hin, dass die Wirtschaft auch in den kommenden Monaten deutlich zulegen wird – wenn auch nicht mehr ganz so stark wie noch im vergangenen Jahr.

Bei den äußerst guten Wirtschaftsdaten verwundert es auch nicht, dass die polnischen Verbraucher auch weiterhin mit deutlich steigenden Einkommen rechnen. Der entsprechende Indikator stieg seit März um 1,9 Punkte auf 35,4 Zähler im Juni. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steht ein Plus von 19 Punkten zu Buche. Im April erreichte die Einkommenserwartung mit 44,1 Punkten sogar den höchsten Wert seit Beginn der Erhebung im Januar 2002.

Im Gegensatz dazu verharrt die Anschaffungsneigung weiterhin auf niedrigem Niveau. Sie ging seit März um 1,4 Punkte zurück und lag im Juni bei 5,9 Zählern. Trotz der guten Rahmenbedingungen wie steigenden Einkommen und sinkender Arbeitslosigkeit halten die Polen es derzeit nicht für angebracht, werthaltige Anschaffungen zu tätigen.

### **Tschechen rechnen mit anhaltendem Aufschwung**

Das starke Wirtschaftswachstum der letzten Quartale bestärkt die tschechischen Verbraucher in der Annahme, dass sich die Wirtschaft auch in den kommenden Monaten positiv entwickeln wird. Die Konjunkturerwartung stieg seit März leicht um 2,8 Punkte auf 25,6 Zähler an. Im Vergleich zu Juni 2015 bedeutet dies allerdings einen Rückgang um 5,7 Punkte. Dieser Optimismus ist nicht verwunderlich, denn Tschechien ist derzeit das Land

in der EU mit der geringsten Arbeitslosenquote.

Als Folge der guten konjunkturellen Entwicklung gehen die Tschechen auch weiterhin von deutlich steigenden Einkommen aus. Zwar fiel der entsprechende Indikator seit März um 8,8 Punkte. Mit 43,6 Zählern weist die Einkommenserwartung aber einen sehr hohen Wert auf.

Trotz eines leichten Rückgangs von 3,9 Punkten seit März zeigt sich auch die Anschaffungsneigung mit 21,8 Punkten im Juni auf einem guten Niveau. Die tschechischen Verbraucher halten es derzeit offenbar für einen günstigen Zeitpunkt, werthaltige Anschaffungen zu tätigen. Im Mai erreichte der Indikator mit 27,6 Punkten sogar seinen höchsten Wert seit September 2007.

### **Slowaken glauben an mehr Jobs**

Die slowakischen Verbraucher rechnen in den nächsten Monaten weiterhin mit deutlichem wirtschaftlichem Wachstum. Die Konjunkturerwartung stieg im zweiten Quartal um 6,6 Punkte auf 22,9 Zähler im Juni. Im Vergleich zum Vorjahresmonat bedeutet dies ein Plus von 13,2 Punkten.

Zwar ist die Arbeitslosigkeit mit 10 Prozent nach wie vor sehr hoch, der kontinuierliche Rückgang in den letzten Monaten lässt die Slowaken aber auf steigende Einkommen hoffen. Der entsprechende Indikator stieg seit März um 4,5 Punkte auf 27,4 Zähler im Juni.

In diesem Sog ist auch die Anschaffungsneigung leicht um 3,1 Punkte auf 15 Zähler im Juni gestiegen. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steht derzeit ein Plus von 20,4 Punkten zu Buche. Im Mai erreichte der Indikator mit 22,6 Punkten den höchsten Wert seit Februar letzten Jahres.

### **Bulgaren rechnen mit Rezession, wollen aber konsumieren**

Trotz des sehr guten Wirtschaftswachstums glauben die bulgarischen Verbraucher nicht an einen weiteren Aufschwung. Vielmehr rechnen sie mit einer Rezession. Die Konjunkturerwartung fiel im zweiten Quartal um 1,4 Punkte auf -7,3 Zähler. Im Jahresverlauf bedeutet dies zwar ein Plus von 5,6 Punkten. Der Wert liegt aber deutlich unter dem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten.

Die Einkommenserwartung ist hingegen leicht um 1,3 Punkte gestiegen und lag im Juni bei 5,2 Punkten. Im Vergleich zum Vorjahresmonat steht eine Steigerung von 11,8 Zählern zu Buche.

Aufgrund der stetig sinkenden Arbeitslosenzahlen und der sehr robusten Wirtschaft der letzten Jahre sind die Bulgaren der Meinung, dass es derzeit ein guter Zeitpunkt ist, werthaltige Güter oder Dienstleistungen zu kaufen. Die Anschaffungsneigung lag im Juni bei 15,7 Punkten. Das bedeutet ein deutliches Plus von 14,7 Zählern gegenüber März und den höchsten Wert seit genau zwei Jahren.

## **Rumänen rechnen mit sinkender Arbeitslosigkeit**

In Rumänien stieg die Konjunkturerwartung im zweiten Quartal minimal (+0,9 Punkte) auf 4,2 Punkte im Juni. Der Indikator lag somit nur wenig über seinem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten. Diese Zurückhaltung der Verbraucher steht in einem deutlichen Gegensatz zu dem starken und bereits seit Jahren anhaltenden Wirtschaftsaufschwung.

Zwar ist die Einkommenserwartung im zweiten Quartal leicht um 3 Punkte auf 18,5 Zähler gesunken. Das Niveau dieses Indikators ist aber durchaus gut. Die Rumänen gehen davon aus, von dem Wirtschaftsaufschwung durch weiter sinkende Arbeitslosenzahlen und steigende Einkommen zu profitieren.

Die Anschaffungsneigung dagegen lag im Juni mit 3,4 Punkten (-0,1 Punkte) ebenfalls nur knapp über dem langjährigen Durchschnittswert. Die verfügbaren Einkommen und Ersparnisse reichen demnach weiterhin nur für die täglich notwendigen Dinge. Werthaltige und somit teurere Anschaffungen können sich die rumänischen Verbraucher nach wie vor nicht leisten. Im Jahresverlauf steht jedoch ein Plus von fast 15 Punkten zu Buche. Und im April erreichte der Indikator mit 5 Zählern den höchsten Wert seit August 2008.

## **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](http://www.gfk.com/de). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_de](https://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](mailto:public.relations@gfk.com)