

Pressemitteilung

Sperrfrist: 14. Oktober 2016

GfK Konsumklima Europa: Verunsicherung belastet Verbraucherstimmung

14. Oktober 2016

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

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

Ergebnisse des GfK Konsumklima Europa für das dritte Quartal 2016

Nürnberg, 14. Oktober 2016 – Das länderübergreifende Top-Thema im dritten Quartal, insbesondere zu Beginn, war die Entscheidung der britischen Bevölkerung, aus der EU auszutreten. Ansonsten beherrschten vor allem landesspezifische Themen die Diskussionen in den einzelnen europäischen Ländern. Die Indikatoren Konjunktur- und Einkommenserwartung sowie die Anschaffungsneigung entwickelten sich europaweit nicht einheitlich. Das Konsumklima für die EU28 ist insgesamt von Juni bis September 2016 von 13,1 Punkten auf 12,3 Zähler gesunken.

Der Beginn des dritten Quartals war geprägt von der Entscheidung der britischen Bevölkerung Ende Juni, aus der EU auszutreten. In fast allen europäischen Ländern, ganz besonders natürlich in Großbritannien, fielen das Konsumklima und vor allem die Konjunkturerwartung zum Teil dramatisch. Das Konsumklima EU28 sackte von 13,1 Punkten im Juni auf 10,0 Zähler im Juli ab. Bis September erholte es sich wieder auf 12,3 Punkte. Bereits im August gestaltete sich jedoch die Diskussion über den Brexit europaweit wieder deutlich zurückhaltender. Andere, insbesondere länder-spezifische Themen überwogen. Welche Auswirkungen der Brexit tatsächlich auf die Stimmung der europäischen Verbraucher haben wird, lässt sich mit Sicherheit erst absehen, wenn die konkreten Verhandlungen beginnen und der Austritt näher rückt.

Wirtschaftlich betrachtet entwickelt sich Europa positiv. Nahezu alle Länder weisen Wirtschaftswachstum aus, zum Teil mit sehr beeindruckenden Zuwachsraten. Dies zeigt sich auch bei den Arbeitslosenzahlen. In den meisten Ländern steigt die Beschäftigung, die Arbeitslosenquoten sinken. Allerdings schlagen sich diese positiven Aspekte nicht grundsätzlich in steigenden Konjunktur- und Einkommenserwartungen der Verbraucher nieder. Auch die Anschaffungsneigung zeigte sich nicht immer konsistent zur sonstigen wirtschaftlichen Entwicklung der einzelnen Länder. Hier spielen derzeit offensichtlich auch andere länderspezifische, aber auch allgemeine psychologische Faktoren und grundsätzliche Unsicherheiten wie der andauernde Krieg in Syrien, die Terroranschläge in Frankreich und Deutschland, das Erstarken von rechtspopulistischen Parteien bei Wahlen und in Umfragen oder die bevorstehende Präsidentenwahl in den USA eine Rolle.

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

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

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Deutschland: Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung weiter auf sehr hohem Niveau

Die Konjunkturerwartung der deutschen Verbraucher ist im dritten Quartal um 11,2 Punkte gesunken. Im September lag sie bei 6,8 Zählern. Die Deutschen rechnen in den kommenden Monaten also weiterhin mit leichtem Wirtschaftswachstum.

Die Einkommenserwartung ist seit Juni ebenfalls gesunken – um 7 Punkte – und lag im September bei 52,6 Zählern. Der Indikator zeigt somit weiterhin ein sehr hohes Niveau, was bedeutet, dass die Deutschen von spürbar steigenden Einkommen und weiter zunehmenden Beschäftigungszahlen in den nächsten Monaten ausgehen.

Auf einem ähnlich hohen Niveau befindet sich die Anschaffungsneigung. Im September lag sie bei 53,3 Punkten. Das sind 1,1 Punkte weniger als im Juni und 2,9 Zähler mehr als vor einem Jahr. Dieses hohe Niveau resultiert vor allem aus der guten Beschäftigungslage in Deutschland und dem extrem niedrigen Zinsniveau. Es ist deutlich attraktiver, Geld auszugeben als Geld zu sparen.

Franzosen rechnen mit sinkenden Einkommen

In Frankreich bewegte sich die Konjunkturerwartung im dritten Quartal ohne klaren Trend. Während sie im Juli bei 3,4 Punkten lag, erreichte sie im August ein Tief von -2,7 Punkten, um im September wieder auf 6,8 Zähler zu steigen. Insgesamt gewann der Indikator seit Juni somit 6,3 Punkte. Die Franzosen gehen aktuell also wieder davon aus, dass die Wirtschaft in den nächsten Monaten minimal wachsen wird.

Die schwierige wirtschaftliche Lage des Landes spiegelt sich klar in der Einkommenserwartung der Franzosen wider. Hohe Arbeitslosigkeit und geringe Aussichten auf Besserung lassen die Verbraucher von weiter sinkenden Einkommen in den nächsten Monaten ausgehen. Der Indikator ist seit Juni lediglich um 0,9 Punkte gestiegen und lag im September bei -13,9 Zählern. Im Vergleich zu September 2015 steht ein Minus von 6,8 Punkten zu Buche.

Die Anschaffungsneigung der Franzosen konnte sich dagegen im vergangenen Quartal leicht erholen. Der Indikator stieg seit Juni um 6,7 Punkte und verzeichnete im September 8,7 Zähler. Das ist exakt der gleiche Wert wie vor einem Jahr.

Großbritannien: Konjunkturerwartung erholt sich nach Brexit-Absturz

Nach dem Brexit-Votum der Briten im Juni stürzte die Konjunkturerwartung zunächst ab: von -5,9 Punkten im Juni auf -28,3 Zähler im Juli. Das war der niedrigste Wert des Indikators seit Oktober 2012. Bis September erholte er sich jedoch wieder und steht aktuell bei -1,8 Zählern. Damit konnten die Brexit-Verluste mehr als kompensiert werden.

Ein ähnliches Bild zeigte sich bei der Einkommenserwartung. Im Juli stürzte sie zunächst um 21,4 Punkte auf -2,2 Zähler ab. Seitdem hat sich der Indikator wieder stabilisiert. Im September stand er bei 13,7 Punkten. Die Briten gehen somit trotz des beschlossenen Austritts aus der EU auch in den kommenden Monaten von moderat steigenden Einkommen bzw. einer leicht sinkenden Arbeitslosigkeit aus.

Im Gegensatz zu den beiden anderen Indikatoren ist der Wert der Anschaffungsneigung im dritten Quartal nicht so stark geschwankt. Zwar musste auch dieser Indikator von Juni auf Juli deutliche Verluste hinnehmen. Im September verzeichnete er mit 6,7 Punkten jedoch fast den gleichen Wert wie im Juni (6,0 Zähler). Wie sich die Austrittsverhandlungen Großbritanniens mit der EU auf das Konsumklima beziehungsweise die einzelnen Indikatoren auswirken wird, wird erst das nächste Jahr zeigen.

Italiener haben wenig Hoffnung auf wirtschaftliche Besserung

Die Italiener glauben weiterhin nicht an einen wirtschaftlichen Aufschwung in den nächsten Monaten. Gründe dafür sind die Folgen der Finanzkrise sowie die hohen Flüchtlingszahlen. Im September zählte die Konjunkturerwartung -40,6 Punkte. Das ist der niedrigste Wert seit Januar 2014. Insgesamt fiel der Zähler seit Juni dieses Jahres um 9,3, seit letztem September sogar um 25,2 Punkte.

Die Einkommenserwartung lag im September mit einem Wert von -10,0 Punkten auf dem niedrigsten Niveau seit Januar letzten Jahres. Im Vergleich zu Juni fiel sie um 2,9 Punkte. Die Italiener rechnen aufgrund einer anhaltend hohen, möglicherweise sogar noch steigenden Arbeitslosigkeit mit sinkenden Einkommen.

Während die Italiener im zweiten Quartal noch in Kauflaune waren, sank ihre Anschaffungsneigung im dritten Quartal um 13,9 Punkte auf 6,8 Zähler im September. Die hohe Kaufbereitschaft der letzten Monate scheint ein Ende erreicht zu haben.

Spanische Verbraucher rechnen mit moderatem Wachstum

Der starke Optimismus der spanischen Verbraucher in Bezug auf die wirtschaftliche Entwicklung des Landes hat sich seit Beginn dieses Jahres wieder gelegt. Zwar gehen sie nach wie vor von einem moderaten Wirtschaftswachstum aus. Mit 12,5 Zählern im September ist die Konjunkturerwartung von ihrem historischen Höchststand aus dem Dezember letzten Jahres (51,4 Punkte) aber weit entfernt. Im Juli sank der Indikator sogar auf 11,4 Zähler – der schlechteste Wert seit Dezember 2013.

Diesem Sog kann sich auch die Einkommenserwartung nicht entziehen. Seit Juni sank der Indikator um 4,3 Punkte auf 8,7 Zähler. Das ist der niedrigste Wert seit Dezember 2014.

Im Gegensatz dazu legte die Anschaffungsneigung der spanischen Ver-

braucher etwas zu. Sie erreichte mit -4,9 Punkten einen um 3,3 Zähler höheren Wert als am Ende des zweiten Quartals.

Portugal arbeitet sich weiter aus der Krise

In Portugal rechnen die Verbraucher auch in den nächsten Monaten weiterhin mit moderat steigendem Wirtschaftswachstum. Allerdings wird sich die Dynamik nach ihrer Einschätzung abschwächen. Dementsprechend lag die Konjunkturerwartung im September mit 14,8 Punkten auf einem guten Niveau, allerdings um 2,5 Zähler niedriger als noch im Juni.

Die Einkommenserwartung ist im dritten Quartal dagegen leicht gestiegen – von 17,5 Punkten im Juni auf 20,1 Zähler im September. Diese Entwicklung ist unter anderem auf die kontinuierlich sinkende Arbeitslosigkeit zurückzuführen. Wenn mehr Menschen wieder einen Job haben, erhöht sich dadurch automatisch auch ihr Einkommen. Die portugiesischen Verbraucher gehen offensichtlich davon aus, dass die Beschäftigungszahlen auch in den Wintermonaten weiter leicht steigen werden.

Diese Einschätzung wirkt sich direkt auf die Anschaffungsneigung aus. Zwar ist sie mit -16,6 Punkten im September nach wie vor weit unter ihrem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten und bei den meisten Portugiesen reicht das Geld geradeso für die täglich benötigten Produkte. Doch der leichte Aufwärtstrend hält an. Seit Juni legte der Indikator um 4,9 Zähler zu.

Griechenland kämpft weiter mit der Rezession

Die Griechen haben nach wie vor mit den Nachwirkungen der Finanzkrise sowie mit dem großen Flüchtlingsansturm zu kämpfen. Im dritten Quartal ist die Konjunkturerwartung zwar seit Juni um 7,7 Punkte gestiegen, liegt mit -37,1 Zählern allerdings noch immer weit unter ihrem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten. Mit einem wirtschaftlichen Aufschwung rechnen die Griechen also noch lange nicht.

Ein ähnliches Bild zeigt sich bei der Einkommenserwartung: Sie ist in den vergangenen drei Monaten um 6,9 Punkte gestiegen. Mit -37,5 Zählern liegt aber auch dieser Indikator weiterhin deutlich im negativen Bereich. Die Verbraucher glauben also im Moment weder an eine sinkende Arbeitslosigkeit noch an steigende Löhne und Gehälter.

So verwundert es nicht, dass auch die Anschaffungsneigung weiter auf extrem niedrigem Niveau verharrt. Im September lag sie mit -42,8 Punkten zwar um 2,2 Zähler höher als noch im Juni. Im Juli sackte sie mit -49,1 Punkten allerdings auf den niedrigsten Wert seit August 2012 ab. Aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Lage sowie der hohen Arbeitslosigkeit können sich sehr viele Griechen nach wie vor kaum die täglich notwendigen Dinge leisten.

Wirtschaftliche Lage in den Niederlanden besser als die Stimmung

der Verbraucher

Die Konjunkturerwartung der niederländischen Verbraucher stieg von Juni bis September um 4,7 Punkte auf 17,9 Zähler. Allerdings rutschte sie im Juli zunächst auf 3,7 Punkte ab. Das zeigt, wie verunsichert die niederländischen Verbraucher nach wie vor sind, obwohl die Wirtschaftsdaten sich in den vergangenen Quartalen sehr positiv entwickelt haben. Im zweiten Quartal lag das Bruttoinlandsprodukt geschätzt bei 2,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Die Arbeitslosigkeit in den Niederlanden sank in den vergangenen Monaten kontinuierlich und lag im August bei 5,8 Prozent. Dennoch verzeichnete die Einkommenserwartung im September mit -6,5 Punkten einen negativen Wert. Allerdings erholte sich der Indikator im Verlauf des dritten Quartals insgesamt um 9,4 Zähler.

Die Anschaffungsneigung lag im September mit 17,4 Punkten deutlich im positiven Bereich. Ein Teil der Niederländer ist also der Meinung, dass es aktuell ein günstiger Zeitpunkt ist, um werthaltige Anschaffungen zu tätigen. Dies dürfte sicherlich auch am niedrigen Zinsniveau liegen.

Belgische Verbraucher lassen Optimismus vermissen

Die Konjunkturerwartung der Belgier stieg im dritten Quartal um 9,2 Punkte und lag im September mit 2,5 Zählern wieder im positiven Bereich. Somit ist die Einschätzung der konjunkturellen Lage für die kommenden Monate seitens der belgischen Verbraucher deutlich schlechter als die aktuellen Wirtschaftsdaten. Das belgische Bruttoinlandsprodukt stieg in den vergangenen Quartalen zwischen 1,3 und 1,6 Prozent im Vergleich zum jeweiligen Vorjahresquartal.

Die Einkommenserwartung stieg von Juni bis September um 2,3 Punkte. Allerdings ist das Niveau des Indikators mit -15,3 Zählern nach wie vor sehr niedrig. Die Verbraucher rechnen offensichtlich mit steigender Arbeitslosigkeit in den kommenden Monaten.

Trotz der überwiegend pessimistischen Einschätzung der konjunkturellen sowie der persönlichen finanziellen Entwicklung scheint ein Teil der Belgier aktuell durchaus bereit zu sein, größere Anschaffungen zu tätigen. Dies zeigt der zugehörige Indikator. Er stand im September bei 14,2 Punkten. Das sind 1,2 Zähler mehr als im Juni.

Österreicher rechnen mit steigenden Einkommen

Trotz passabler Wachstumsraten gehen die österreichischen Verbraucher von einer etwas schwächeren wirtschaftlichen Entwicklung in den nächsten Monaten aus. Die Konjunkturerwartung steigt langsam wieder an. Allerdings lag sie im September mit -7,2 Punkten noch deutlich unter dem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten und somit unter der Grenze, ab der die Verbraucher mit Wirtschaftswachstum rechnen. Seit Juni ist sie

damit um knapp 1 Punkt, seit September letzten Jahres immerhin um 12,6 Zähler gestiegen. Im August erreichte der Indikator mit -4,2 Punkten den höchsten Wert seit Juli 2014.

In deutlichem Gegensatz zu der pessimistischen konjunkturellen Einschätzung gehen die Österreicher von deutlich steigenden Einkommen in den nächsten Monaten aus. So lag die Einkommenserwartung im September bei 24,4 Punkten. Das sind 3,6 Zähler weniger als im Juni.

Und ein Teil der österreichischen Verbraucher ist offensichtlich auch bereit, Geld für werthaltige Anschaffungen auszugeben. Entsprechend liegt die Anschaffungsneigung mit 17,9 Punkten auf einem zufriedenstellenden Niveau. Allerdings verlor der Indikator seit Juni 5,2 Zähler an Wert. Im Vergleich zu September 2015 steht ein Plus von 6,8 Punkten zu Buche.

Polen sehen ihre Wirtschaft weiter im Aufwind

Die polnischen Verbraucher sehen optimistisch auf die konjunkturelle Entwicklung der nächsten Monate. Der entsprechende Indikator lag im September bei 23,7 Punkten. Das sind 6,9 Zähler mehr als noch im Juni und 8 Punkte mehr als vor einem Jahr. Und diese positive Einschätzung hat auch ihre Ursache: Das polnische Bruttoinlandsprodukt wächst kräftig. Im zweiten Quartal um 3 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal.

Diese kräftige Konjunktur zeigt sich auch in einer kontinuierlich sinkenden Arbeitslosenquote: von 7,3 Prozent im September 2015 auf 5,9 Prozent im August dieses Jahres. Diese Entwicklung kommt direkt bei den Verbrauchern an. Sie rechnen daher auch in den kommenden Monaten mit deutlich steigenden Einkommen. Dementsprechend lag die Einkommenserwartung im September bei 42,6 Punkten. Das ist ein Anstieg um 35,3 Zähler seit September letzten Jahres.

Die Anschaffungsneigung kann mit diesem hohen Niveau noch nicht mithalten. Allerdings lag sie mit 11,5 Punkten im September deutlich im positiven Bereich. Die Verbraucher sind also zunehmend bereit, Geld für werthaltige Produkte und Dienstleistungen auszugeben. Im August erreichte der Indikator mit 26,7 Punkten den höchsten Wert seit acht Jahren.

Tschechische Republik: Anschaffungsneigung im August auf höchstem Stand seit neun Jahren

Die tschechischen Verbraucher rechnen klar damit, dass der wirtschaftliche Aufschwung auch in den nächsten Monaten weitergehen wird. Dementsprechend ist die Konjunkturerwartung seit Juni um 10,8 Punkte auf 36,4 Zähler gestiegen. Seit September 2015 steht ein Plus von 13 Punkten zu Buche.

Die brummende Wirtschaft sorgt für eine sehr niedrige Arbeitslosenquote. Mit 3,9 Prozent hat die tschechische Republik derzeit die niedrigste Quote von allen EU-Staaten. Damit herrscht quasi Vollbeschäftigung. Die Ver-

braucher rechnen daher in den nächsten Monaten mit deutlich steigenden Einkommen. Der zugehörige Indikator stand im September bei 52,1 Punkten. Das sind 8,5 Zähler mehr als im Juni und 13,7 Punkte mehr als vor einem Jahr.

Diese positive Stimmung wirkt sich auf die Bereitschaft der Tschechen aus, werthaltige Produkte und Dienstleistungen zu konsumieren. Die Anschaffungsneigung lag im September mit 27,2 Punkten ebenfalls auf einem sehr guten Niveau. Im August erreichte sie mit 28,3 Zählern sogar den höchsten Wert seit Juli 2007.

Slowakei: starkes Wirtschaftswachstum stimmt Verbraucher optimistisch

Die Wirtschaft in der Slowakei wächst – zuletzt um 3,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Und die Verbraucher gehen davon aus, dass sich daran in den nächsten Monaten nichts ändern wird. Dementsprechend steht die Konjunkturerwartung mit 28,6 Punkten auf einem guten Niveau. Seit Juni ist sie um 5,7 Punkte gestiegen. Im Vergleich zu September 2015 verzeichnet der Indikator sogar ein Plus von 16,4 Zählern.

Das Wirtschaftswachstum macht sich auch auf dem Arbeitsmarkt bemerkbar. Die Arbeitslosigkeit sank seit Oktober 2015 von 11,1 Prozent auf 9,5 Prozent im August. Die Slowaken rechnen damit, dass sich dieser Prozess weiter fortsetzt, immer mehr Menschen in Lohn und Brot kommen und dadurch die Einkommen weiter steigen. Der zugehörige Indikator lag im September mit 30 Punkten auf dem höchsten Stand seit Dezember 2014.

Die gute Wirtschaftslage schlägt sich jedoch noch nicht in gleichem Maße in der Konsumlust nieder. Mit 13,6 Punkten lag die Anschaffungsneigung im September zwar deutlich im positiven Bereich, allerdings leicht unter ihrem Wert von Juni (15,0 Punkte). Im Jahresvergleich steht ein Plus von 11,4 Zählern zu Buche. Das zeigt, dass es einige Slowaken gibt, die sich inzwischen werthaltige Produkte leisten können. Die meisten benötigen das verfügbare Geld aber nach wie vor für die alltäglichen Dinge.

Slowenien: Konsumstimmung auf höchstem Stand seit neun Jahren

Die Wirtschaft in Slowenien wächst kontinuierlich mit Raten zwischen 2,0 und 2,8 Prozent im Vergleich zum jeweiligen Vorjahresquartal. Obwohl die Konjunkturerwartung im dritten Quartal um 8,1 Zähler stieg, verzeichnete sie im September mit 6,1 Punkten ein relativ niedriges Niveau. Vor einem Jahr lag der Indikator noch bei 27,8 Zählern. Die Slowenen scheinen mehrheitlich nicht mehr darauf zu vertrauen, dass sich die Wirtschaft weiterhin so positiv entwickelt.

Trotz ihrer Skepsis rechnen die Verbraucher mit steigenden Einkommen in den nächsten Monaten. Der entsprechende Indikator stieg von 5,5 Punkten im Juni auf 17,9 Zähler im September. Dieser Optimismus wird sicherlich

auch von den kontinuierlich sinkenden Arbeitslosenzahlen gestützt. Zuletzt lag die Arbeitslosenquote bei 7,8 Prozent und damit unter dem EU-Durchschnitt von gegenwärtig 8,6 Prozent.

Ganz langsam steigt die Zahl der slowenischen Verbraucher, die es aktuell für günstig halten, werthaltige Produkte oder Dienstleistungen zu konsumieren. Die Anschaffungsneigung stand im September bei 8,8 Punkten. Das ist der höchste Wert seit Oktober 2007.

Bulgaren rechnen mit steigenden Einkommen

Die Wirtschaft in Bulgarien wächst kräftig – im zweiten Quartal nach ersten Schätzungen um 2,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal. Doch obwohl das Wirtschaftswachstum bereits seit fast zwei Jahren auf annähernd dem gleichen Niveau ist, scheinen die Verbraucher nach wie vor skeptisch. Sie glauben noch nicht wirklich daran, dass sich dieses Wachstum auch in den kommenden Monaten fortsetzen wird. Die Konjunkturerwartung lag im September bei -0,8 Punkten und damit knapp unter dem langjährigen Durchschnittswert von 0 Zählern. Seit Juni ist der Indikator aber um 6,5 Punkte gestiegen.

Das starke Wirtschaftswachstum lässt auch die Arbeitslosigkeit sinken: von 8,1 Prozent im Oktober 2015 auf 7,7 Prozent im August 2016. Obwohl sie skeptisch sind, wie sich die Konjunktur entwickeln wird, gehen die Bulgaren davon aus, dass ihre Einkommen steigen werden. Der zugehörige Indikator verzeichnete im September 12,7 Punkte. Höher lag er zuletzt im Juni 2007.

Steigende Einkommen führen auch dazu, dass sich zunehmend mehr Menschen werthaltige Produkte leisten können. Die Anschaffungsneigung zeigte mit 21,1 Punkten im September ein gutes Niveau und den höchsten Wert seit April 2014. Seit Juni stieg der Indikator um 5,4 Zähler. Im Vergleich zum Vorjahreszeitpunkt steht sogar ein Plus von 15,5 Punkten zu Buche.

Rumänien: Wirtschaftslage besser als Verbraucherstimmung

Die rumänische Wirtschaft boomt. Das Bruttoinlandsprodukt ist im zweiten Quartal um geschätzt 6 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal gewachsen. Dennoch sehen die Verbraucher eher skeptisch auf die nächsten Monate. Eine konjunkturelle Abschwächung scheint für viele nicht ausgeschlossen. Die Konjunkturerwartung sank seit Juni um 3 Punkte auf 1,2 Zähler im September. Vor einem Jahr verzeichnete der Indikator noch 18,5 Punkte.

Das starke Wirtschaftswachstum lässt die Arbeitslosigkeit sinken und damit die Einkommen steigen. Die Rumänen gehen davon aus, dass sich daran auch in den kommenden Monaten nichts ändern wird. Die Einkommenserwartung lag im September bei 20,8 Punkten. Das sind 2,3 Zähler mehr als noch im Juni.

Ganz langsam zieht der Aufschwung auch die Konsumstimmung der rumänischen Verbraucher mit. Zwar lag die Anschaffungsneigung im September mit 2,3 Punkten nur knapp über dem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten, im Juli erreichte sie aber mit 5,4 Zählern immerhin den höchsten Wert seit Oktober 2008. Diese Indikatorwerte zeigen aber auch deutlich, dass sich der überwiegende Teil der Bevölkerung nach wie vor lediglich die Dinge für das tägliche Leben leisten kann. Werthaltige Produkte und Dienstleistungen bleiben für die meisten Verbraucher noch Zukunftsmusik.

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