



Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima
erscheint am 26. August 2008

Datum
28. Juli 2008

Rolf Bürkl
GfK Marktforschung
Tel. + 49 911 395-3056
Fax + 49 911 395-4084
rolf.buerkl@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. + 49 911 395-2645
Fax + 49 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Inflation schickt Konsumklima weiter auf Talfahrt

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Juli 2008

Nürnberg, 28. Juli 2008 – Neue Höchstwerte bei Energiepreisen, stärker werdende Rezessionsängste sowie das Wiederaufflammen der Finanzmarktkrise haben die Verbraucher stark verunsichert. Die Konjunktur- und Einkommensaussichten mussten deutliche Verluste hinnehmen, während die Anschaffungsneigung nur leicht fällt. Folglich prognostiziert das Konsumklima für August einen Wert von 2,1 Punkten nach revidiert 3,6 im Juli. Dies ist der niedrigste Wert seit Juni 2003.

Höchstwerte bei den Preissteigerungsraten, ausgelöst in erster Linie durch die explodierenden Energiepreise, lassen die Verbraucher zunehmend um ihre Kaufkraft fürchten. Folglich brach die Einkommenserwartung im Juli regelrecht ein. In deren Sog muss auch die Konjunkturerwartung deutliche Einbußen hinnehmen, zumal die Rezessionsängste stärker werden und auch die Finanzmarktkrise bei weitem noch nicht überwunden scheint. Die Sorge um die Kaufkraft lässt zudem die Anschaffungsneigung erneut nachgeben, wenn auch deutlich gemäßiger als die Einkommensaussichten.

Konjunkturerwartung: Erholung nicht in Sicht

Die Konjunkturerwartung musste im Juli mit einem Minus von 15,5 Punkten erneut hohe Einbußen verkraften. Aktuell wird ein Wert von -8 Punkten gemessen. Zuletzt war im November 2005 ein ähnlich niedriger Wert zu verzeichnen.

Neben der hohen Inflation fürchten viele Bundesbürger offenbar, dass sich die Konjunktur in Deutschland spürbarer abkühlen dürfte als bislang erwartet. Meldungen aus den USA, wonach die Finanzmarktkrise bei weitem noch nicht ausgestanden scheint, stützen diese Annahmen. Schließlich sorgt der anhaltend hohe Euro für eine Gefährdung der Exportdynamik.

Einkommenserwartung: Kaufkraftzuwächse schmelzen dahin

Die anhaltend hohe Inflation in Deutschland drückt auf die Einkommensaussichten der Bundesbürger. Der Indikator zur Einkommenserwartung verliert

GfK Aktiengesellschaft
Nordwestring 101
90319 Nürnberg

Tel. +49 (0) 911 395-0
Fax +49 (0) 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

Vorstand:
Professor Dr.
Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Christian Weller von Ahlefeld
(CFO)
Petra Heinlein
Debra A. Pruent
Dr. Gérard Hermet
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Hajo Riesenbeck

Registergericht
Nürnberg HRB 9398

im Juli 12,8 Punkte und weist nun -20 Punkte auf. Ein ähnlich niedriger Wert wurde zuletzt vor knapp vier Jahren – im August 2004 – gemessen.

Es zeichnet sich ab, dass die Inflationsrate vorerst um die Drei-Prozent-Marke zu verharren scheint. Somit sehen die Konsumenten ihre Kaufkraftzuwächse, die sich zunächst aufgrund der teilweise ansehnlichen Tarifierhöhungen in einigen Branchen überaus erfreulich entwickelten, mehr und mehr schwinden. Auch die positive Wirkung der guten Arbeitsmarktentwicklung auf die Einkommen wird von den Preissteigerungen überlagert und tritt damit momentan in den Hintergrund.

Die extrem gestiegene Sorge um die Kaufkraft in Deutschland wird auch durch die kürzlich von der GfK durchgeführten Studie „Challenges of Europe“ belegt. Hier hat sich in der Bundesrepublik der Anteil derjenigen, die sich hinsichtlich der Preiserhöhungen sorgen, binnen Jahresfrist mehr als verdoppelt.

Anschaffungsneigung: immer höhere Preise drücken Konsumlaune

Die Furcht vor weiteren Kaufkraftverlusten infolge der Inflation drückt auch auf die Kauflaune der Verbraucher. Die Anschaffungsneigung verliert im Juli vergleichsweise moderat 2,5 Punkte und weist nun -26,2 Zähler auf. Im Vorjahresvergleich betragen die Verluste inzwischen allerdings gut 35 Punkte.

So dürften in Erwartung der nächsten Energierechnungen – wie beispielsweise Nebenkostenabrechnungen oder auch die Heizölrechnung – die Konsumenten hinsichtlich weiterer Anschaffungen zurückhaltender werden. Sie rechnen damit, künftig einen größeren Teil ihrer Haushaltsbudgets für Energiekosten aufwenden zu müssen. Entsprechend verhalten äußern sich die Verbraucher bezüglich ihrer Kauflaune. Größere Anschaffungen dürften damit in vielen Fällen entweder verschoben oder ganz aufgegeben werden.

Konsumklima: gute Tarifabschlüsse gleichen Inflation nicht aus

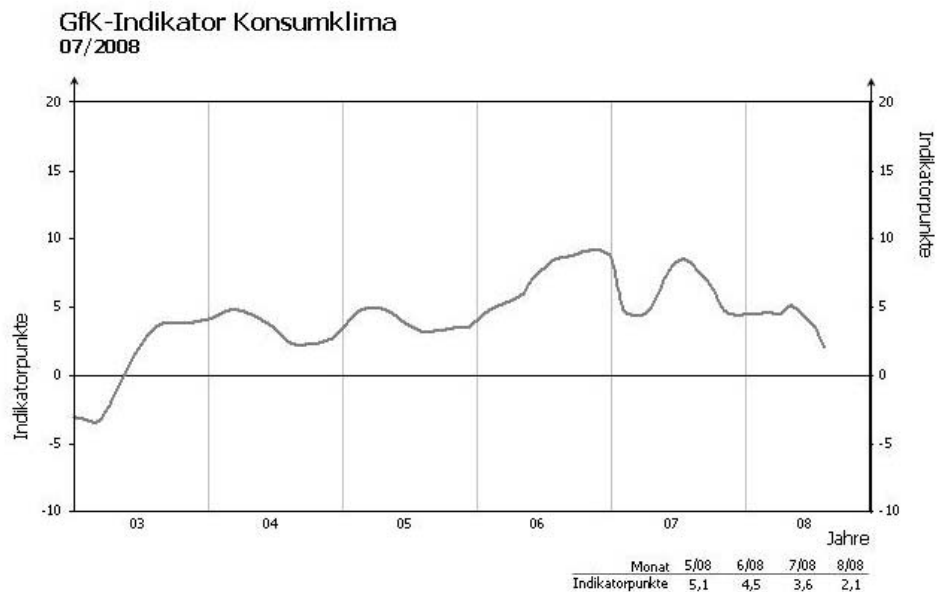
Die spürbare Eintrübung der Verbraucherstimmung hinterlässt auch beim Konsumklima deutliche Spuren. Der Gesamtindikator prognostiziert für August einen Wert von 2,1 Punkten nach revidiert 3,6 im Juli.

Die zuletzt explodierten Energiepreise sorgen dafür, dass die Budgets der Haushalte verstärkt zur Begleichung der Energierechnung eingesetzt werden müssen. Entsprechend fehlen diese Mittel an anderer Stelle und sorgen für die derzeitige Kaufzurückhaltung. Die positiven Impulse vom Arbeitsmarkt sowie die im Vergleich zu den Vorjahren guten Tarifierhöhungen werden durch die Inflation zunichte gemacht.

Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Überblick:

	Juli 2008	Juni 2008	Juli 2007
Konjunkturerwartung	-8,0	7,5	64,8
Einkommenserwartung	-20,0	-7,2	27,9
Anschaffungsneigung	-26,2	-23,7	9,0
Konsumklima	3,6	4,5	8,4

Das folgende Chart zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikatoren im Verlauf der letzten Jahre:



Die Indikatorpunkte des Konsumklimas geben einen Hinweis auf die Entwicklung des privaten Verbrauchs. Zum Beispiel: Ein Indikatorwert von 5 Punkten bedeutet, dass aus Verbrauchersicht der private Konsum real um etwa 0,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen ist. Um aus dem Indikatorwert die aus Verbrauchersicht erwartete Wachstumsrate des privaten Verbrauchs zu errechnen, muss dieser jeweils durch 10 dividiert werden.



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

Der nächste Veröffentlichungstermin ist der 26. August 2008.

Weitere Informationen: Rolf Bürkl, GfK Marktforschung,
Tel. + 49 911 395-3056, rolf.buerkl@gfk.com

Die folgende Tabelle zeigt die einzelnen Indikatoren im Überblick:

Konjunktur- erwartung	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)
Einkommens- erwartung	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 Anschaffungs- neigung	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.

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen, ist in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 115 operative Unternehmen an, die über 100 Länder abdecken. Von den 9.297 Beschäftigten (Stand 31. März 2008) arbeiten 81,1 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com.

V.i.S.d.P.
GfK AG, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel. + 49 911 395-2645
Fax + 49 911 395-4041
public.relations@gfk.com