



Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima
erscheint am 26. Februar 2009

Datum
28. Januar 2009

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

Verbraucher widerstehen Pessimismus

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Januar 2009

Nürnberg, 28. Januar 2009 – Das Konsumklima setzt seine stabile Entwicklung, wenn auch auf niedrigem Niveau, fort. Trotz Finanz- und Konjunkturkrise kann die Anschaffungsneigung im Januar überraschend deutlich zulegen. Die Einkommens- und Konjunkturerwartung müssen dagegen Einbußen hinnehmen. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 2,2 Punkten im Januar für Februar ebenfalls einen Wert von 2,2 Punkten.

Zuletzt stark gesunkene Inflationsraten stützen derzeit die Konsumneigung der Deutschen und sorgen dafür, dass sie zu Beginn dieses Jahres einen großen Sprung nach oben macht. Dagegen führen die derzeitigen Meldungen über Kurzarbeit, Zwangsurlaub und drohende Entlassungen dazu, dass bei den Beschäftigten die Angst vor Arbeitslosigkeit wieder zunimmt und die Einkommenserwartung zum zweiten Mal in Folge Einbußen hinnehmen muss. Auch die Konjunkturerwartung unterschreitet im Januar noch einmal leicht ihr Rekordtief aus dem Vormonat. Folglich bleibt das Konsumklima auch im Februar 2009 konstant.

Konjunkturerwartung: nur minimale Einbußen

Die Konjunkturerwartung hat sich zu Beginn dieses Jahres mit einem Minus von 0,5 Punkten nur minimal verschlechtert. Aktuell weist die Konjunkturstimmung einen Wert von -32,9 Punkten auf. Damit wird das Rekordtief von Ende letzten Jahres noch einmal leicht unterschritten.

Die ständig revidierten Prognosen der letzten Wochen zur wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland haben auch die Konjunkturaussichten der Bundesbürger negativ beeinflusst. Einbrechende Exportmärkte, eine stark rückläufige Produktion und vor allem sinkende Neuzulassungen bei Pkws sorgen dafür, dass die deutsche Wirtschaft in diesem Jahr in einer tiefen Rezession gesehen wird. So geht die Bundesregierung in ihrem jüngst veröffentlichten Jahreswirtschaftsbericht von einem Minus des Bruttoinlandsproduktes in Höhe von 2,25 Prozent aus. Der nur sehr geringe Rückgang der Konjunkturerwartung könnte jedoch ein Hinweis darauf sein, dass die Bürger nun erwarten, den Tiefpunkt der Prognosen erreicht zu haben.

GfK Aktiengesellschaft
Nordwestring 101
90319 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
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:
Dr. Arno Mahlert

Registergericht
Nürnberg HRB 9398

Einkommenserwartung: weiter rückläufig

Die Einkommenserwartung der Verbraucher muss im Januar zum zweiten Mal in Folge Einbußen hinnehmen. Der Indikator verliert aktuell gut 5 Punkte und weist nun -20,5 Zähler auf. Dies ist der tiefste Stand seit März 2003. Damals wurden -21,4 Punkte gemessen.

Durch die anhaltend schlechten Nachrichten aus der Wirtschaft sehen sich die Konsumenten zunehmend persönlich betroffen. Mit einem Anstieg der Arbeitslosigkeit wächst bei den Beschäftigten auch wieder die Angst vor einem Jobverlust. Folglich beurteilen mehr Bürger die Einkommensaussichten wieder pessimistischer. Auch kann die momentan gesunkene Inflationsrate, die stärkend auf die Kaufkraft wirkt, dieser Angst nicht wirksam begegnen.

Anschaffungsneigung: deutlicher Anstieg

Im Gegensatz zur Einkommenserwartung setzt die Anschaffungsneigung ihren Erholungskurs auch zu Beginn des neuen Jahres unbeirrt fort. Der Indikator macht im Januar mit einem Plus von knapp 22 Punkten sogar einen kräftigen Sprung nach oben. Aktuell weist er 15,5 Zähler auf und liegt damit wieder deutlich im positiven Bereich über seinem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten. Damit ist die Anschaffungsneigung zum ersten Mal seit August 2007 wieder positiv.

Der wesentliche Grund für die spürbare Besserung der Konsumneigung liegt im nachlassenden Preisdruck der vergangenen Monate. Seit im September 2008 die Rohölpreise und damit auch die Benzin- und Heizölpreise ihren Höhepunkt überschritten hatten und deutlich zurückgingen, sanken auch die Inflationswerte deutlich. Zuletzt betrug beispielsweise der Rohölpreis weniger als ein Drittel seines Spitzenwertes von knapp 150 US-Dollar, der im Juli vergangenen Jahres zu verzeichnen war. Deutlich geringere Energiekosten schonen zum einen die Budgets der privaten Haushalte und sorgen zudem generell für eine bessere Stimmung. Sie wirken somit wie ein Konjunkturprogramm, das ohne zusätzliche Neuverschuldung auskommt. Nach Schätzungen des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) werden Verbraucher und Unternehmen durch die massive Verringerung der Energiepreise in einer Größenordnung von 25 bis 30 Milliarden Euro entlastet. Zudem darf eine Reihe von Arbeitnehmern aus der Rückerstattung der Pendlerpauschale einen zusätzlichen Geldsegen erwarten.

Konsumklima: zeigt Konstanz

Der Gesamtindikator prognostiziert für Februar 2009 einen Wert von 2,2 Punkten nach revidiert ebenfalls 2,2 Zählern im Januar. Der Indikator bleibt damit auf einem konstanten Niveau. Entscheidende Unterstützung erhält das Konsumklima derzeit von der Anschaffungsneigung.

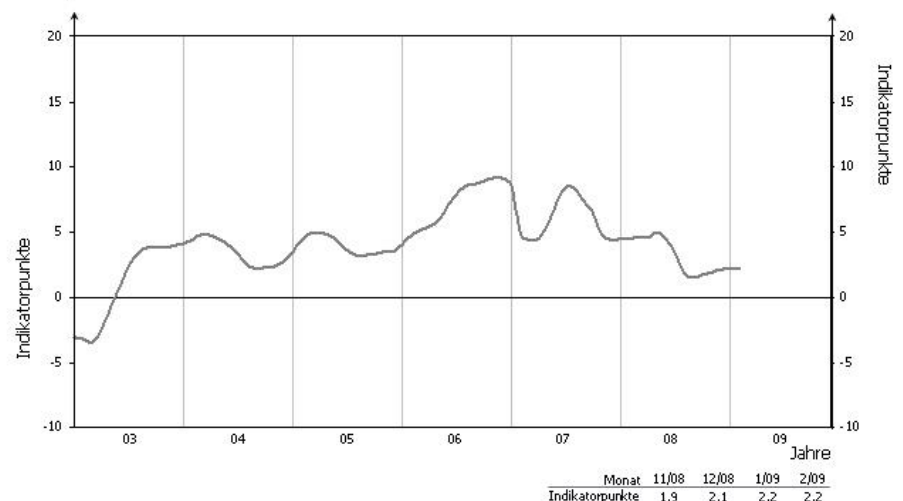
Inwieweit der Konsum in diesem Rezessionsjahr positiv auf die Wirtschaft wirken kann, wird in erster Linie davon abhängen, wie stark die Krise den Arbeitsmarkt belasten wird. Jedoch können auch weitere Faktoren dabei helfen, den Konsum zumindest nicht allzu stark zu belasten. Die Inflationsrate wird voraussichtlich sehr niedrig bleiben und damit die Kaufkraft der Verbraucher stützen. Der Jahreswirtschaftsbericht der Bundesregierung geht von einem Anstieg der Preise in diesem Jahr in Höhe von 0,5 Prozent aus. Zudem werden wahrscheinlich vor allem in der ersten Jahreshälfte 2009 noch die guten Tarifabschlüsse aus dem vergangenen Jahr ihre Wirkung zeigen und die realen Einkommen steigen lassen. Auch dürften von dem kürzlich beschlossenen Konjunkturpaket II in diesem Jahr weitere Impulse für die Verbraucher ausgehen. Da die einbrechenden Exporte mit Hilfe der Binnennachfrage nur teilweise kompensiert werden können, können diese Maßnahmen einen möglichen Konjunkturreinbruch zwar nicht vollkommen verhindern, aber zumindest abmildern.

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

	Januar 2009	Dezember 2008	Januar 2008
Konjunkturerwartung	-32,9	-32,4	28,7
Einkommenserwartung	-20,5	-15,4	-4,7
Anschaffungsneigung	15,5	-6,3	-8,8
Konsumklima	2,2	2,1	4,5

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

GfK-Indikator Konsumklima (Stand Januar 2009)





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. Februar 2009.

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

Voraussichtliche Erscheinungstermine des GfK-Konsumklimas im Jahr 2009:

Donnerstag, 26. Februar 2009	Donnerstag, 27. August 2009
Donnerstag, 26. März 2009	Montag, 28. September 2009
Montag, 27. April 2009	Montag, 26. Oktober 2009
Dienstag, 26. Mai 2009	Mittwoch, 25. November 2009
Dienstag, 23. Juni 2009	Dienstag, 22. Dezember 2009
Montag, 27. Juli 2009	



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 rund 10.000 Beschäftigten (Stand 30. September 2008) arbeiten mehr als 80 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