



Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima
erscheint am 27. April 2009

Datum
26. März 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

Konsumklima bleibt nahezu stabil

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für März 2009

Nürnberg, 26. März 2009 – Trotz einer Flut negativer Meldungen zur konjunkturellen Entwicklung bleibt die Stimmung bei den Verbrauchern insgesamt nahezu unverändert. Die Konjunktur- und Einkommenserwartungen sind nach Zuwäachsen im Vormonat jetzt zwar leicht rückläufig. Die Anschaffungsneigung bleibt jedoch auch in diesem Monat auf gutem Niveau. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 2,5 Punkten im März für April einen Wert von 2,4 Punkten und zeigt sich damit angesichts der wirtschaftlichen Situation weiterhin robust.

Nach pessimistischen Konjunkturprognosen und Einbrüchen bei Produktion und Export haben sich die Konjunkturaussichten im März etwas abgeschwächt. Die Einkommenserwartung und die Anschaffungsneigung verlieren nur leicht; vor allem letztere bleibt nach wie vor auf einem guten Niveau. In der Folge verzeichnet das Konsumklima im April nur geringe Verluste.

Konjunkturerwartung: leicht rückläufig

Nach Zugewinnen im Februar verliert die Konjunkturerwartung im März dieses Jahres 4,9 Punkte. Dieser Rückgang entspricht nahezu den Gewinnen aus dem Vormonat. Aktuell weist der Indikator -32,8 Punkte auf.

Die Konsumenten sehen momentan noch wenig Grund, ihren Konjunkturpessimismus aufzugeben. Zudem dürfte die Angst um den Arbeitsplatz mehr und mehr in den Vordergrund treten. Dies überlagert vorerst noch die positive Wirkung, die das Konjunkturpaket II auf die Binnenkonjunktur ausübt.

Einkommenserwartung: geringe Verluste

Nach der überaus positiven Entwicklung der Einkommenserwartung, die im Februar fast 10 Punkte hinzugewonnen hat, bleibt der Indikator auch im März nahezu stabil. Die Einkommenserwartung sank nur minimal um 0,4 Punkte und weist aktuell -11,4 Zähler auf.

Stützend wirkt hier die weiterhin niedrige Inflationsrate. Zudem stärken rückläufige Lebensmittel- und niedrige Energiepreise die Kaufkraft der Konsumenten. Gerade die Discounter liefern sich derzeit einen Preiskampf und

GfK SE
Nordwestring 101
90419 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 Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

locken die Verbraucher mit Angeboten und Rabatten. Die vom Gesetzgeber beschlossene Rentenerhöhung zum Sommer 2009 wurde erst nach Abschluss der Befragung publik und konnte aktuell ihre Wirkung noch nicht zeigen. Dieses Plus dürfte jedoch künftig stabilisierend auf die Einkommenserwartung wirken.

Anschaffungsneigung: stagniert auf gutem Niveau

Positiv zeigt sich die Anschaffungsneigung. Auch im März dieses Jahres hält der Indikator sein ausgesprochen gutes Niveau nahezu vollständig und muss nur vergleichsweise bescheidene Verluste von 0,7 Punkten hinnehmen. Aktuell weist die Konsumneigung 13,9 Punkte auf. Dies sind immer noch gut 24 Zähler mehr als vor einem Jahr.

Nach wie vor dürfte die niedrige Inflationsrate einer der wesentlichen Gründe dafür sein, dass die Kaufneigung der Verbraucher auf einem recht guten Niveau stagniert. Hinzu kommen die finanziellen Anreize, die der Staat mit dem Konjunkturpaket II schafft und die der Handel in einigen Bereichen mit eigenen Aktionen ergänzt. So bieten inzwischen viele Pkw-Hersteller in Ergänzung zur Abwrackprämie des Staates weitere Vergünstigungen an, um Kaufanreize zu schaffen. Zudem kopieren viele Händler aus der Unterhaltungselektronik- und Haushaltsgerätebranche die Abwrackprämie für Pkw auch für ihre Produkte.

Konsumklima: stabiler Start ins Frühjahr

Der Gesamtindikator prognostiziert für April 2009 einen Wert von 2,4 Punkten nach revidiert 2,5 Zählern im März. Damit ist die Aufwärtsbewegung des Konsumklimas, die im Oktober 2008 begann, zwar zumindest vorerst gestoppt. Doch nach wie vor bleibt das Konsumklima in einem wirtschaftlich herausfordernden Umfeld stabil, wenn auch auf niedrigem Niveau. Damit wird der Konsum in diesem Jahr den überaus scharfen Konjunktureenbruch, der bei Exporten und Investitionen zu erwarten ist, lediglich etwas abmildern, aber aller Voraussicht nach nicht ganz kompensieren können.

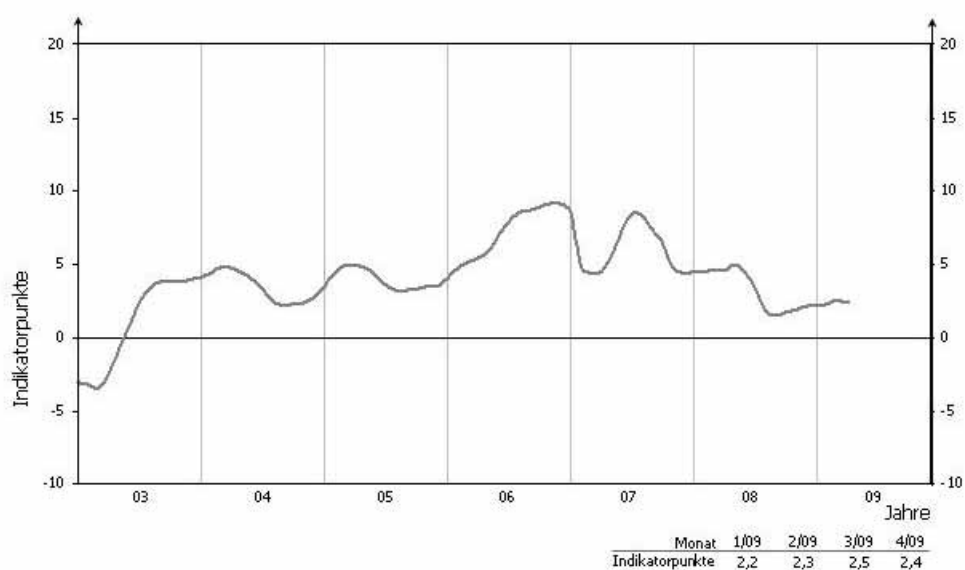
Wie sich die Entwicklung des Konsumklimas in den kommenden Monaten fortsetzt, wird ganz entscheidend vom Arbeitsmarkt abhängen. Sollte die Arbeitslosigkeit im weiteren Verlauf dieses Jahres über das erwartete Maß hinaus ansteigen, würde dies auch dem Konsumklima einen herben Dämpfer verpassen.

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

	März 2009	Februar 2009	März 2008
Konjunkturerwartung	-32,8	-27,9	15,0
Einkommenserwartung	-11,4	-11,0	1,5
Anschaffungsneigung	13,9	14,6	-10,2
Konsumklima	2,5	2,3	4,6

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

GfK-Indikator Konsumklima (Stand: März 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 27. April 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:

Montag, 27. April 2009	Montag, 28. September 2009
Dienstag, 26. Mai 2009	Montag, 26. Oktober 2009
Dienstag, 23. Juni 2009	Mittwoch, 25. November 2009
Montag, 27. Juli 2009	Dienstag, 22. Dezember 2009
Donnerstag, 27. August 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: 31. Dezember 2008) arbeiten mehr als 80 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com.

V.i.S.d.P.
GfK SE, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
public.relations@gfk.com