



## Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima  
erscheint am 24. Februar 2010

Datum  
25. Januar 2010

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 – verhaltener Start ins neue Jahr Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Januar 2010**

**Nürnberg, 25. Januar 2010 – Die leichte Abkühlung des Konsumklimas wird sich im Februar fortsetzen. Die Konjunkturerwartung entwickelt sich stabil, die Anschaffungsneigung legt sogar wieder etwas zu. Dagegen muss die Einkommenserwartung Einbußen hinnehmen. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 3,4 Punkten im Januar einen Wert von 3,2 Punkten für Februar 2010.**

Die deutschen Verbraucher gehen – wie ein Großteil der Experten – davon aus, dass sich die deutsche Wirtschaft langsam von der Rezession erholt. Kleine Rückschläge können dabei allerdings nicht ausgeschlossen werden. Folglich stagnieren die Konjunkturerwartungen im Januar. Ein zu erwartender Anstieg der Arbeitslosigkeit in den kommenden Monaten sowie die zunehmende Furcht vor Jobverlust sorgen dafür, dass die Verbraucher die Einkommenserwartung weniger optimistisch bewerten. Die vielen Preissenkungen im Handel stützen hingegen die Konsumneigung, die im Januar steigt.

#### **Konjunkturerwartung: weiterhin stabil**

Die Konjunkturerwartung der Konsumenten zeigt sich zu Jahresbeginn stabil. Mit einem Minus von 0,2 Punkten bleibt der Indikator nahezu konstant. Aktuell weist er 1,5 Punkte auf und liegt damit mehr als 34 Punkte über dem entsprechenden Vorjahresniveau.

Die Verbraucher sind offenbar der Ansicht, dass sich die Dynamik der wirtschaftlichen Erholung abschwächt. Diese Einschätzung teilen im Moment auch Finanzanalysten, wie die aktuellen Konjunkturerwartungen des Zentrums für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) zeigen. Andere Wirtschaftsexperten gehen in ihren Prognosen davon aus, dass die deutsche Wirtschaft in diesem Jahr zwischen 1,5 und 2% wachsen kann. Damit würde aber der starke Einbruch der Konjunktur im vergangenen Jahr mit einem Minus von 5% nur zu einem geringen Teil kompensiert werden können.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
  
Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
public.relations@gfk.com  
www.gfk.com

Vorstand:  
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst  
(Vorsitzender)  
Pamela Knapp (CFO)  
Petra Heinlein  
Dr. Gérard Hermet  
Debra A. Pruent  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahlert

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

**Einkommenserwartung: moderate Verluste**

Nach dem deutlichen Plus zum Jahresende 2009 muss die Einkommenserwartung im Januar 2010 wieder moderate Einbußen hinnehmen. Der Indikator verliert 2,5 Punkte und weist aktuell 12,5 Zähler auf. Positiv ist zu vermerken, dass das entsprechende Vorjahresniveau noch immer um 33 Punkte überschritten wird.

Da die Konjunkturerwartungen aktuell nicht zulegen können, fehlen dem Einkommensindikator in diesem Monat entsprechende konjunkturelle Impulse. Die Konsumenten gehen zudem davon aus, dass die Arbeitslosigkeit in den kommenden Monaten wieder zunehmen wird. Anfang Januar wurde gemeldet, dass sich die Rentner in diesem Jahr auf eine Nullrunde bei den gesetzlichen Altersbezügen einstellen müssen. Daher werden die Einkommensaussichten verhaltener eingeschätzt.

Jedoch können die Verbraucher auf einkommensstimulierende Wirkungen der Konjunkturpakete der Bundesregierung hoffen. Hierzu gehören die Erhöhung des Kindergeldes beziehungsweise Kinderfreibetrages sowie die volle steuerliche Absetzbarkeit der Krankenversicherungsbeiträge. Allerdings können auch diese Maßnahmen ein leichtes Absinken des Indikators im Januar nicht verhindern.

**Anschaffungsneigung: etwas verbessert**

Die Anschaffungsneigung legt zu Beginn des Jahres 2010 wieder zu. Mit einem Plus von 4,2 Punkten kompensiert der Indikator im Januar die Verluste aus dem Vormonat nahezu vollständig. Mit aktuell 25,4 Punkten weist die Konsumstimmung nach wie vor ein überaus gutes Niveau auf. Dies belegt auch die Tatsache, dass der entsprechende Wert des Vorjahres derzeit um knapp 10 Zähler überboten wird.

Damit entzieht sich die Konsumneigung im Januar der rückläufigen Entwicklung der Einkommenserwartung. Offenbar wirkt bei vielen Konsumenten aktuell die Fülle an Rabatten, die weite Teile des Handels anbieten. Nicht nur im Lebensmittelhandel, sondern auch bei Unterhaltungselektronik und bei Möbeln werden momentan die Verbraucher mit starken Preisabschlägen gelockt.

**Konsumklima: leichter Rückgang**

Der Gesamtindikator prognostiziert für Februar 2010 einen Wert von 3,2 Punkten nach revidiert 3,4 Zählern im Januar dieses Jahres. Damit sinkt der Indikator zum vierten Mal in Folge. Vor allem der drohende Anstieg der Arbeitslosigkeit sowie die etwas abgeschwächte Erholung der deutschen Wirtschaft spielen hierfür eine wesentliche Rolle. Aus Sicht des Konsums dürfte daher das Jahr 2010 etwas schwieriger werden als das vergangene Jahr.

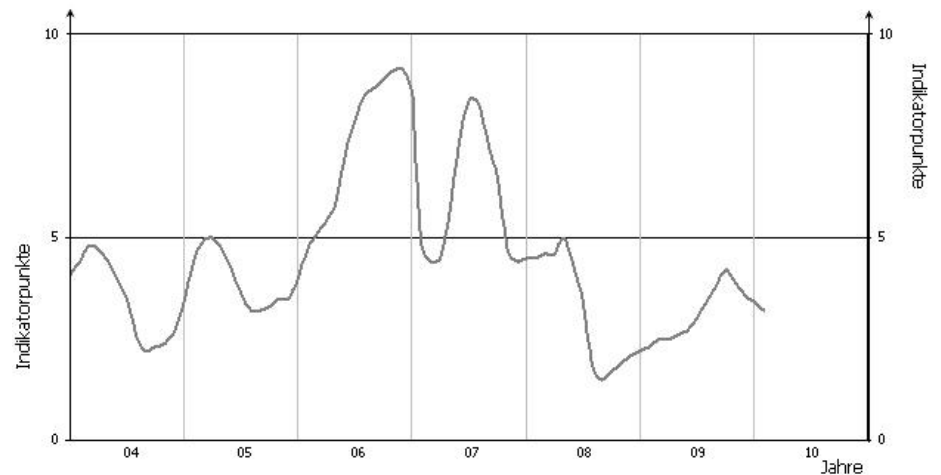
Rückblickend zeigt sich, dass die Prognose der GfK vom Herbst 2008, wonach der Konsum im Jahr 2009 um bis zu 0,5% wachsen wird, nahezu vollständig eingetreten ist. Nach den bislang vorliegenden vorläufigen Zahlen des Statistischen Bundesamtes stiegen die realen privaten Konsumausgaben im vergangenen Jahr um 0,4%.

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

	Januar 2010	Dezember 2009	Januar 2009
<b>Konjunkturerwartung</b>	1,5	1,7	-32,9
<b>Einkommenserwartung</b>	12,5	15,0	-20,5
<b>Anschaffungsneigung</b>	25,4	21,2	15,5
<b>Konsumklima</b>	3,4	3,6	2,2

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

### GfK-Indikator Konsumklima (Stand: Januar 2010)



### 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 24. Februar 2010.

Weitere Informationen: Rolf Bürkl, 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 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.

### Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2008 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,2 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](http://www.twitter.com/gfk_gruppe)

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](mailto:public.relations@gfk.com)