

Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
27. April 2016, 8.00 Uhr

24. März 2016

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

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

Globale Risiken dämpfen Konjunkturaussichten

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Deutschland für März 2016

Nürnberg, 24. März 2016 – Der Optimismus der deutschen Verbraucher schwächt sich im März insgesamt etwas ab. Für April prognostiziert der Gesamtindikator 9,4 Punkte nach 9,5 Zählern im März. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung müssen Einbußen hinnehmen.

Die Nachfrageschwäche für deutsche Produkte in einigen wichtigen Absatzmärkten wird vermutlich nicht ohne Wirkung auf das Wirtschaftswachstum in Deutschland bleiben. Dies signalisiert der Rückgang der Konjunkturerwartung in diesem Monat. Auch die Einkommenserwartung sowie die Anschaffungsneigung verlieren in diesem Sog an Wert. Allerdings bleibt das Niveau der beiden Indikatoren im Gegensatz zur Konjunkturerwartung überaus hoch.

Konjunkturerwartung schwächt sich leicht ab

Nachdem sich die Konjunkturerwartung im Vormonat kaum verändert hat, sinkt sie im März moderat. Der Indikator verliert 2,9 Zähler und liegt nun bei 0,5 Punkten. Er kann sich somit noch knapp im positiven Bereich halten, also über seinem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten. Im Vergleich zum entsprechenden Wert des Vorjahres steht aktuell ein Minus von gut 36 Zählern zu Buche.

Offenbar scheinen weltwirtschaftliche Risiken, und hier in erster Linie die konjunkturelle Abschwächung in wichtigen Exportländern Deutschlands, wie China und den USA, nicht ohne Wirkung auf die Verbraucher zu sein. Denn dies dürfte sowohl die Exportaussichten als auch die Investitionsneigung der deutschen Unternehmen beeinträchtigen.

Dagegen verbesserte sich in der deutschen Wirtschaft die Stimmung zuletzt wieder etwas. Der ifo-Geschäftsklimaindex stieg im März nach drei Rückgängen in Folge wieder an. Allerdings gehen inzwischen die ersten Experten davon aus, dass sich die Wachstumsdynamik in Deutschland leicht abschwächen könnte. So hat zum Beispiel das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) kürzlich seine Wachstumsprognose für dieses Jahr von 1,7 Prozent (Dezember 2015) auf 1,6 Prozent revidiert. Das Hamburgische Weltwirtschaftsinstitut (HWWI) geht sogar nur noch von 1,3 Prozent aus.

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

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

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Einkommenserwartung mit Einbußen

Als Folge der gedämpften Konjunkturaussichten gibt auch die Einkommenserwartung im März einen Großteil der Gewinne aus dem Vormonat wieder ab. Nach dem Plus von 9,5 Zählern im Februar büßt der Indikator aktuell 6,2 Punkte ein. Er weist nun 50,5 Zähler auf. Trotz der Verluste ist das Niveau der Einkommensstimmung mit einem Wert jenseits der 50-Punkte-Marke nach wie vor als überaus hoch zu bezeichnen.

Der ausgeprägte Einkommensoptimismus der deutschen Konsumenten liegt in erster Linie in der anhaltend stabilen Arbeitsmarktlage begründet. Die Zahl der Erwerbstätigen nimmt stetig zu und erreicht Monat für Monat neue Rekordstände. Diese positive Entwicklung in Verbindung mit einer niedrigen Inflationsrate weckt bei den Beschäftigten zudem Erwartungen an die bevorstehende Tarifrunde, wo sie auf spürbare, reale Einkommenszuwächse hoffen können.

Anschaffungsneigung mit leichten Verlusten

Im Sog der rückläufigen Einkommenserwartung erleidet auch die Anschaffungsneigung im März leichte Verluste. Allerdings ist das Minus mit 2,7 Zählern wesentlich geringer als beim Einkommensindikator. Der Konsumindikator weist somit exakt 50 Punkte auf. Trotz der leichten Einbußen ist die Konsumlaune bislang ungebrochen.

Die anhaltend stabile Arbeitsmarktsituation sowie die niedrige Inflationsrate sind nach wie vor die entscheidenden Gründe dafür, dass die Konsumenten so ausgabefreudig sind. Wie bereits in den vergangenen Monaten angesprochen, sorgt ein hoher Beschäftigungsstand für wenig Angst vor dem Jobverlust, was wiederum zu einer hohen Planungssicherheit bei größeren Anschaffungen führt. Hinzu kommt, dass das Sparen als Alternative zum Konsum zuletzt aufgrund der aktuellen Entscheidung der Europäischen Zentralbank, den Leitzins auf 0 Prozent zu senken, noch weniger attraktiv ist.

Konsumklima geht leicht zurück

Für April 2016 prognostiziert der Gesamtindikator 9,4 Punkte nach 9,5 Zählern im März. Damit geht das Konsumklima leicht zurück.

Nach dem erfreulichen Start in dieses Jahr muss das Konsumklima aktuell einen kleinen Dämpfer hinnehmen. Allerdings ist das Niveau nach wie vor gut. Die Konsumstimmung ist weiter intakt. Dies belegen auch die aktuell vorliegenden Zahlen der amtlichen Statistik. So stiegen die realen privaten Konsumausgaben im vergangenen Jahr um 1,9 Prozent. Dies ist nach Angaben des Statistischen Bundesamtes der stärkste Anstieg seit dem Jahr 2000. Damals wurde ein Plus von 2,1 Prozent gemessen.

Der Einzelhandel konnte davon besonders stark profitieren. Dessen Umsatz stieg 2015 real um 2,8 Prozent (Nominal 2,9 Prozent). Neben dem stabilen Arbeitsmarkt gaben auch die fallenden Energiepreise zuletzt wichtige Impulse für den Handel.

Die Aussichten für den Konsum sind aus heutiger Sicht auch für dieses Jahr gut. Ausgehend von den Annahmen, dass das Beschäftigungshoch weiter anhält und die Energiepreise niedrig bleiben, kann auch 2016 ein gutes Konsumjahr werden. Folglich bestätigt GfK seine kürzlich veröffentlichte Prognose, wonach der private Konsum in diesem Jahr real um etwa 2 Prozent steigen wird.

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2016

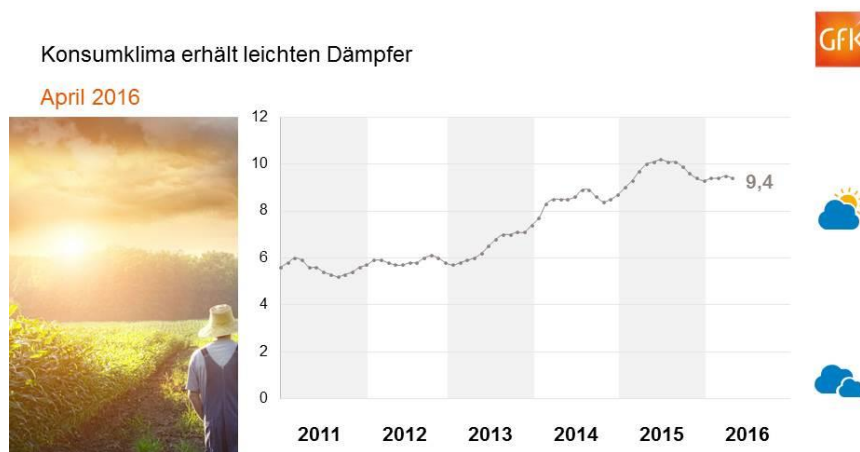
| | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|
| Mittwoch, 27. April 2016, 8 Uhr | Mittwoch, 25. Mai 2016, 8 Uhr |
| Mittwoch, 29. Juni 2016, 8 Uhr | Mittwoch, 27. Juli 2016, 8 Uhr |
| Freitag, 26. August 2016, 8 Uhr | Mittwoch, 28. September 2016, 8 Uhr |
| Mittwoch, 26. Oktober 2016, 8 Uhr | Donnerstag, 24. November 2016, 13 Uhr |
| Freitag, 23. Dezember 2016, 8 Uhr | |

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

| | März 2016 | Februar 2016 | März 2015 |
|----------------------------|-----------|--------------|-----------|
| Konjunkturerwartung | 0,5 | 3,4 | 36,8 |
| Einkommenserwartung | 50,5 | 56,7 | 53,1 |
| Anschaffungsneigung | 50,0 | 52,7 | 63,0 |
| Konsumklima | 9,5 | 9,4 | 9,7 |

Die folgende Graphik zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikators im Verlauf der letzten Jahre:

GfK-Indikator Konsumklima (Stand: März 2016)



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

Das Konsumklima bezieht explizit auf die gesamten privaten Konsumausgaben. Der Einzelhandel macht jedoch – je nach Abgrenzung – lediglich etwa 30 Prozent der privaten Konsumausgaben aus. Der Rest sind Dienstleistungen, Reisen, Miete, Gesundheitsdienstleistungen sowie der gesamte Wellness-Bereich.

GfK prognostizierte für das Jahr 2015 einen Anstieg des privaten Konsums von mindestens 1,5 Prozent. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stieg der private Konsum im Jahr 2015 real um 1,9 Prozent. Auch hierbei geht es nicht um die Einzelhandelsumsätze, sondern um die gesamten Konsumausgaben der Verbraucher.

Die Anschaffungsneigung ist – wie alle anderen Indikatoren auch – ein Stimmungsindikator. Sie fragt, ob die Verbraucher es derzeit für ratsam halten, größere Anschaffungen zu tätigen. Selbst wenn sie dies mit „Ja“ beantworten, müssen noch zwei weitere Voraussetzungen für einen Kauf vorhanden sein: Der Verbraucher muss das nötige Geld für eine solche größere Anschaffung besitzen und auch eine Notwendigkeit für diese Anschaffung sehen. Zudem handelt es sich hier tatsächlich ausschließlich um langlebige Gebrauchsgüter, die auch ein größeres Budget erfordern.

Die Ergebnisse der Stimmungsbefragung stammen aus monatlich durchgeführten persönlichen Interviews bei etwa 2.000 Personen, die repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland sind. Dieses Befragungsinstrument unterliegt ständigen Qualitätskontrollen, vor allem auch im Hinblick auf seine Repräsentativität. Die ausgesprochen hohe Qualität dieser Erhebung zeigt sich auch daran, dass sie für Umfragen im Bereich der empirischen Rechtsforschung (z.B. Verwechslungsgefahr von Produkten) verwendet und anerkannt ist. Das heißt, die Ergebnisse haben Gutachterqualität und müssen jeweils vor Gericht standhalten.

Weitere Informationen: Rolf Bürkl, Tel. +49 911 395-3056,
konsumklima@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. |

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