Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
28. November 2018, 8:00 Uhr

26. Oktober 2018

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

Stefan Gerhardt
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Konsumklima bleibt stabil

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Oktober 2018

Nürnberg, 26. Oktober 2018 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland zeigt im Oktober kein einheitliches Bild. Während Konjunktur- und Einkommenserwartung Einbußen hinnehmen müssen, legt die Anschaffungsneigung wieder zu. Für November prognostiziert GfK ein gegenüber dem Vormonat unverändertes Konsumklima von 10,6 Punkten.

Die Stimmung der deutschen Verbraucher zeigt im Oktober gegenüber dem Vormonat eine Gegenentwicklung. Konjunktur- und Einkommenserwartung, im September noch mit Zuwächsen, erleiden aktuell Verluste. Dagegen legt die Anschaffungsneigung auf ohnehin schon sehr hohem Niveau noch einmal zu. Noch im Vormonat gehörte sie zu den Verlierern. Da die Sparneigung aktuell deutlich zurückgeht, bleibt das Konsumklima unverändert.

Konjunkturerwartung mit Verschnaufpause

Die Konjunkturaussichten legen im Oktober offenbar eine erste Verschnaufpause ein. Nachdem sie zuvor zwei Monate in Folge stiegen, müssen sie aktuell einen kleinen Rückschlag hinnehmen. Der Indikator verliert 8,1 Zähler und sinkt damit auf 19,0 Punkte. Ob damit seine Erholung schon wieder beendet ist oder es nur eine vorübergehende Schwäche ist, müssen die kommenden Monate zeigen.

Dennoch liegt die Konjunkturerwartung noch immer deutlich über ihrem langjährigen Durchschnittswert von null Punkten. Die Konsumenten gehen nach wie vor davon aus, dass die deutsche Wirtschaft sowohl in diesem als auch im kommenden Jahr auf einem soliden Wachstumspfad bleibt.

Die Dynamik, die vor allem in der zweiten Jahreshälfte 2017 zu verzeichnen war, kann allerdings nicht beibehalten werden. Hierfür sind in erster Linie außenwirtschaftliche Faktoren verantwortlich. Der Handelskonflikt der

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Bobby Rajan (CFO)
Christian Bigatà Joseph

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

USA mit der EU ist trotz einer beruhigten Lage nicht abschließend gelöst, mit China ist der Streit sogar noch eskaliert. Zudem zeichnet sich mehr und mehr ab, dass ein harter Brexit bevorsteht. Dies dürfte den Optimismus der Verbraucher sicherlich nicht beflügeln.

Einkommenserwartung im Schlepptau schwächerer Konjunkturaussichten

Im Schlepptau schwächerer Konjunkturerwartungen erleiden auch die Einkommenserwartungen im Oktober Verluste. Allerdings sind die Einbußen mit einem Minus von 3,5 Zählern weitaus geringer als beim Konjunkturindikator. Aktuell weist die Einkommensstimmung 54,4 Punkte auf. Nach wie vor ist das Niveau also überaus hoch.

Die exzellente Lage auf dem Arbeitsmarkt mit steigender Erwerbstätigkeit sowie sinkender Arbeitslosigkeit sorgt weiter für eine positive Stimmung bei den Beschäftigten im Hinblick auf die Entwicklung ihrer Einkünfte. Und dieser Optimismus ist sehr wohl begründet. Dank der anhaltend hohen Nachfrage nach Arbeitskräften bleiben auch die Aussichten auf solide steigende Löhne und Gehälter erhalten. Durch die Koppelung der Altersbezüge an die Lohnentwicklung profitieren davon auch die Rentner. Auch sie werden reale Einkommenszuwächse zu verzeichnen haben.

Anschaffungsneigung legt wieder zu

Nach dem Rückgang im Vormonat legt die Anschaffungsneigung im Oktober wieder zu. Mit einem Plus von drei Zählern werden die Einbußen sogar mehr als kompensiert. Aktuell weist der Indikator 55,9 Punkte auf. Er behauptet und bestätigt damit sein exzellentes Niveau. Die Verbraucher sind damit weiter in einer ausgesprochenen Konsumlaune.

Offenbar unbeeindruckt von externen Risiken, wie Handelskonflikt und Brexit, sind die Konsumenten bereit, ihr Geld auszugeben. Denn das Sparen ist nach wie vor keine attraktive Alternative; aktuell ist die Sparneigung sogar noch einmal gesunken. Die Angst vor Jobverlust bleibt gering und damit die Planungssicherheit hoch. Das kurbelt den Konsum – und hier vor allem größere Anschaffungen – an.

Konsumklima unverändert

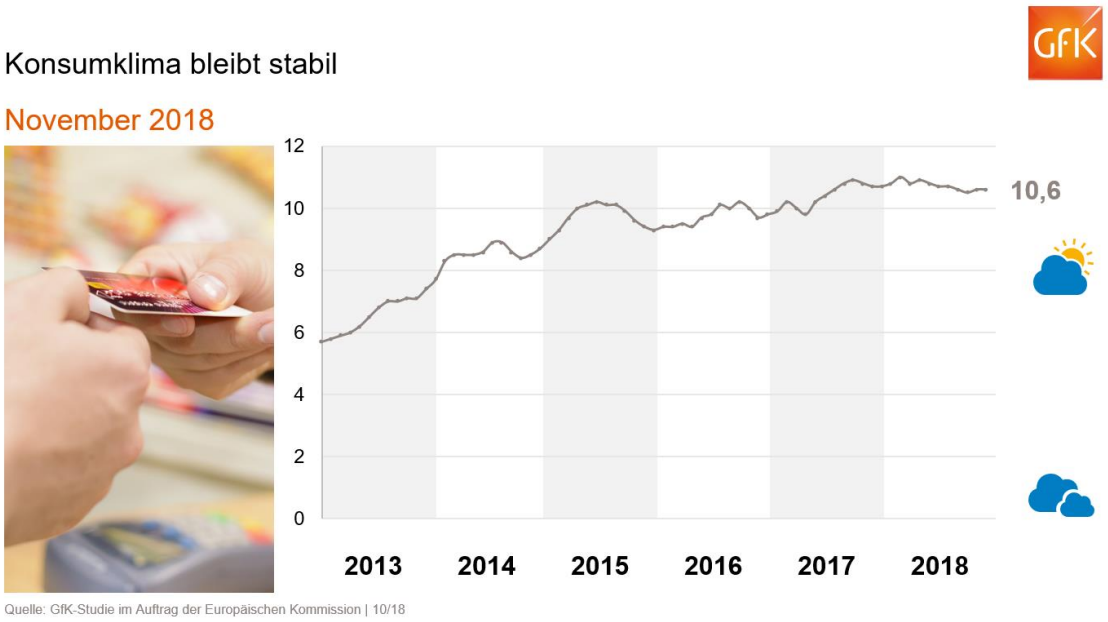
Als Folge dieser uneinheitlichen Stimmungsentwicklung bleibt das Konsumklima im November unverändert bei 10,6 Punkten. Der Indikator behauptet damit sein insgesamt gesehen gutes Niveau. Er bestätigt darüber hinaus seine Rolle als wichtige Stütze der konjunkturellen Entwicklung in Deutschland. Dies ist angesichts eines unsicheren weltwirtschaftlichen Umfeldes umso höher einzuschätzen. Denn für deutsche Exporte bestehen angesichts des Handelsstreits mit den USA um Zölle doch gewisse Risiken. Deshalb ist es umso wichtiger, dass die Binnenkonjunktur, also Konsum und Investitionen ihren Beitrag dazu leisten. GfK bestätigt seine Prognose, wonach der private Konsum in diesem Jahr real um 1,5 Prozent steigen wird.

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

	Oktober 2018	September 2018	Oktober 2017
Konjunkturer-wartung	19,0	27,1	43,5
Einkommens-erwartung	54,4	57,9	48,7
Anschaffungs-neigung	55,9	52,9	59,2
Konsumklima	10,6	10,5	10,8

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

GfK-Indikator Konsumklima



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2018

- Mittwoch, 28. November 2018, 8 Uhr
- Freitag, 21. Dezember 2018, 8 Uhr

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 5. Oktober 2018 bis 19. Oktober 2018. 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 durchgeführt.

Das Konsumklima bezieht sich 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 vergangene Jahr 2017 einen Anstieg des privaten Konsums von mindestens 1,5 Prozent. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stiegen die Konsumausgaben im Jahr 2017 real um etwa 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

Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de
Folgen Sie uns auf Twitter: http://www.twitter.com/gfk_de