

Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
26. Mai 2020, 8:00 Uhr

23. April 2020

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

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Corona-Schock: Konsumklima erreicht historischen Tiefpunkt

Nürnberg, 23. April 2020 – Die Corona-Pandemie und die damit einhergehenden Maßnahmen zur Eindämmung des Virus haben die Verbraucherstimmung im April schwer getroffen.

Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung befinden sich im freien Fall, während die Konjunkturerwartung nur moderate Einbußen hinnehmen muss. Folglich prognostiziert GfK für Mai 2020 einen historischen Tiefstand von -23,4 Punkten und damit 25,7 Punkte weniger als im April dieses Jahres (revidiert 2,3 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für April 2020.

Die Erhebung fand in den ersten zwei Aprilwochen statt. Zu diesem Zeitpunkt spürten die Verbraucher zum ersten Mal das volle Ausmaß der Eindämmungsmaßnahmen, wie Schul- und Geschäftsschließungen, Produktionsstilllegungen sowie Ausgangsbeschränkungen. Das Konsumklima befindet sich derzeit im freien Fall. Ein Wert von -23,4 Punkten ist bislang beispiellos in der Historie des Konsumklimas.

„Angesichts eines weitgehend eingefrorenen Wirtschaftslebens kommt dieser beispiellose Absturz des Konsumklimas nicht ganz überraschend. Handel, Hersteller und Dienstleister müssen sich auf eine unmittelbar bevorstehende, sehr schwere Rezession einstellen,“ **erklärt Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte.** „Da sich nun abzeichnet, dass die Lockerungen der Maßnahmen zur Eindämmung von COVID-19 aus Vorsichtsgründen nur sehr langsam vor sich gehen werden, dürften auch dem Konsumklima in den nächsten Monaten schwierige Zeiten bevorstehen.“

Verschärft wird der Absturz des Konsumklimas zudem durch eine im April sprunghaft angestiegene Sparneigung. Das Thema Nullzinspolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) tritt angesichts der Verunsicherung durch die Coronakrise in den Hintergrund. Diese Verunsicherung hat dazu geführt, dass die Sparneigung im April um mehr als 51 Punkte angestiegen

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Lars Nordmark (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

ist und das Konsumklima erheblich belastet.

Verbraucher erwarten Rezession

Die Verbraucher gehen davon aus, dass Deutschland durch die Coronakrise in eine schwere Rezession stürzen wird. Der Indikator Konjunkturerwartung büßt im April nur moderate 2,2 Zähler ein und rutscht auf -21,4 Punkte. Ein geringerer Wert wurde zuletzt während der Finanz- und Wirtschaftskrise im Mai 2009 mit -26 Zählern gemessen.

Produktionsstilllegungen, Schließung von Geschäften sowie der Gastronomie haben die wirtschaftliche Tätigkeit in weiten Bereichen nahezu zum Erliegen gebracht. Zudem behindern unterbrochene Lieferketten die Produktion in vielen Bereichen der Industrie. Sehr viele Betriebe machen von der Möglichkeit der Kurzarbeit Gebrauch, um Entlassungen zu vermeiden. Dennoch wird ein Anstieg der Arbeitslosigkeit im weiteren Verlauf dieses Jahres nicht zu verhindern sein. Die dadurch aufkommende Angst vor Jobverlust belastet die Stimmung.

Einkommenserwartung im freien Fall

Während die Konjunkturaussichten aktuell angesichts der Schwere der Krise noch glimpflich davonkommen, muss die Einkommenserwartung einen beispiellosen Absturz hinnehmen. Der Indikator verliert gegenüber dem Vormonat 47,1 Zähler und fällt auf -19,3 Punkte. Noch niemals seit Beginn der monatlichen Erhebung zur Verbraucherstimmung im Jahre 1980 wurde ein höherer Monatsverlust der Einkommenserwartung gemessen.

Im Unterschied zu den Konjunkturaussichten ist die Fallhöhe der Einkommenserwartung wesentlich größer. Dies mag zumindest zu einem Teil die riesigen Verluste erklären. Der wesentliche Grund ist allerdings der Lockdown wesentlicher Bereiche der deutschen Wirtschaft. Viele Erwerbstätige erleiden bereits bzw. werden durch Kurzarbeit und Arbeitslosigkeit spürbare Einkommenseinbußen erleiden. Dies betrifft neben den betroffenen Angestellten auch viele Selbständige im Handel und Dienstleistungsbereich, wie z.B. Frisöre, deren Einkünfte auf null gefallen sind.

Konsumneigung wird von Einkommenserwartung mitgerissen

Die Anschaffungsneigung gerät in den Strudel der abstürzenden Einkommensaussichten. Der Indikator verliert 36 Zähler und rutscht auf -4,6 Punkte ab. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres steht nun ein Minus von knapp 58 Punkten zu Buche.

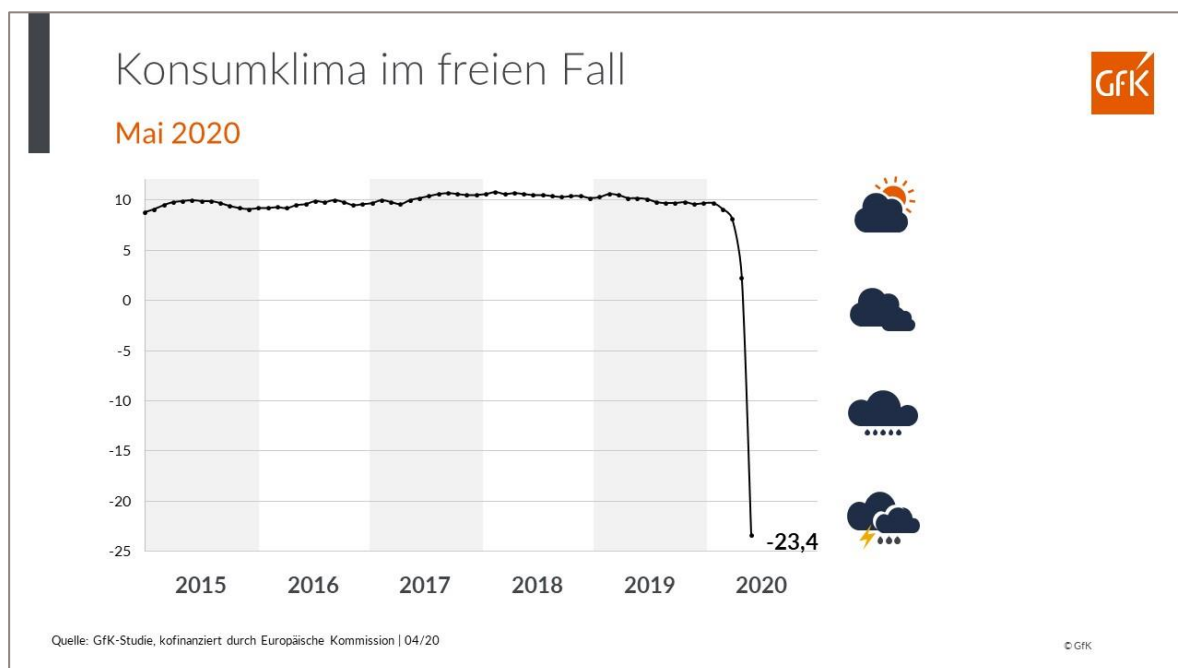
Die Verunsicherung unter den Konsumenten ist derzeit riesig. Neben den bereits tatsächlich stattfindenden Einkommenseinbußen ist die Angst vor Jobverlust bei vielen Beschäftigten stark gestiegen. Dies ist ein beträchtliches Konsumhemmnis, das noch dadurch verschärft wird, dass aufgrund geschlossener Geschäfte häufig die Möglichkeit fehlt, Dinge einzukaufen.

Da die Befragung im Zeitraum vom 1. bis 14. April stattfand, waren den Befragten die ersten Lockerungen der Eindämmungsmaßnahmen noch nicht bekannt. Es bleibt zu hoffen, dass das schrittweise Öffnen der Geschäfte ab dem 20. April einen weiteren Absturz der Konsumneigung, wenn nicht komplett verhindern, aber zumindest etwas abfedern kann.

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

	April 2020	März 2020	April 2019
Konjunkturerwartung	-21,4	-19,2	3,0
Einkommenserwartung	-19,3	27,8	56,8
Anschaffungsneigung	-4,6	31,4	53,1
Konsumklima	2,3	8,1	10,2

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine im zweiten Quartal 2020:

- Dienstag, 26.5.2020, 8 Uhr
- Donnerstag, 25.6.2020, 8 Uhr

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 1. bis 14. April 2020. 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 und kurz kommentiert. 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. 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.

Pressekontakt: Julia Richter, Tel. +49 911 395 4440, public.relations@gfk.com

Besuchen Sie unseren [GfK Resource Center](#), um Einblicke und Trends rund um Lieferketten, Point of Sales, Verbraucherverhalten und Verbraucherstimmung unter dem Einfluss von COVID-19 zu erhalten.

GfK – extracting the signals from the noise

In a world of data overflow, disruption and misuse, picking up the right “signal from noise” is key to win. We at GfK are the trusted partner with more than 85 years of experience in combining data and science to help you make the right business decisions. Together with our attention to detail and advanced Augmented Intelligence, we provide you with world-class analytics that delivers not just descriptive data but actionable recommendations always-on at your fingertips. As a result, you can make key business decisions with confidence which help you drive sales, organizational and marketing effectiveness. That’s why we promise to you “Growth from Knowledge”. For more information, please visit www.gfk.com or follow GfK on Twitter www.twitter.com/GfK.