



Pressemitteilung

Furcht vor erneutem Lockdown lässt Konsumklima schwächeln

22. Oktober 2020

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

Nürnberg, 22. Oktober 2020 – Der Optimismus der deutschen Verbraucher schwindet im Oktober spürbar. Rund drei Viertel der Verbraucher gehen aktuell davon aus, dass COVID-19 eine große bzw. sehr große Bedrohung darstellt und etwa die Hälfte macht sich große bzw. sehr große Sorgen, wenn es um die persönliche Zukunft geht. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartungen wie auch die Anschaffungsneigung müssen Einbußen hinnehmen. Folglich prognostiziert GfK für November 2020 einen Wert von -3,1 Punkten und damit 1,4 Punkte weniger als im Oktober dieses Jahres (revidiert -1,7 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Oktober 2020.

„Die rasant steigenden Infektionszahlen führen zu Verschärfungen Pandemie-bedingter Einschränkungen. Zudem steigt die Furcht vor einem weiteren Lockdown, sollte das Infektionsgeschehen in den kommenden Wintermonaten außer Kontrolle geraten“ erklärt Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte. „Die zum Teil kräftige Erholung der Stimmung vom Frühsommer dieses Jahres ist damit zum Stillstand gekommen und lässt das Konsumklima wieder abrutschen. Dazu hat auch eine im Oktober steigende Sparneigung mit beigetragen.“

Das spiegeln auch Ergebnisse aus einer aktuellen GfK eBUS®-Umfrage wider. Demnach geht rund drei Viertel der Verbraucher in Deutschland (74 Prozent) davon aus, dass COVID-19 eine große bzw. sehr große Bedrohung darstellt. 17 Prozent sehen dies etwas gelassener und sechs Prozent fühlen sich überhaupt nicht bedroht. Geht es um die persönliche Zukunft – die potenziellen wirtschaftlichen Auswirkungen der Krise im Hinterkopf behaltend – so macht sich die Hälfte (51 Prozent) große bzw. sehr große Sorgen. Etwa 34 Prozent geben an, sich eher weniger Gedanken zu machen und 11 Prozent sorgen sich gar nicht. Interessant an diesen Ergebnissen ist, dass sie seit Beginn der wöchentlichen Messung im April 2020 noch nie so hoch bzw. negativ wie aktuell ausgefallen sind.

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90433 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

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

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Ob sich das Konsumklima in den kommenden Monaten wieder stabilisieren kann wird vor allem vom weiteren Verlauf des Infektionsgeschehens abhängen.

Konjunkturaussichten gehen spürbar zurück

Die Konjunkturerwartung der Bundesbürger ist im Oktober der größte Verlierer unter den Stimmungsindikatoren. Nach fünf Anstiegen in Folge verliert die Konjunkturstimung nun siebzehn Punkte und sinkt damit auf 7,1 Punkte. Die positive Nachricht ist, dass im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres immer noch ein Plus von knapp 21 Zählern zu Buche steht.

Die Verbraucher gehen offenbar davon aus, dass sich durch das deutlich aktivere Infektionsgeschehen in Deutschland die bislang erhoffte rasche Erholung der deutschen Wirtschaft verlangsamt. In der jüngst veröffentlichten „Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2020“ gehen auch die Wirtschaftsexperten davon aus, dass sich die Erholung aufgrund der Pandemie verlangsamen wird und erst im letzten Quartal des kommenden Jahres das Vorkrisenniveau erreicht werden kann. Sie haben deshalb ihre Prognosen für dieses und das kommende Jahr nach unten korrigiert.

Hinzu kommt, dass einige unserer wichtigsten Handelspartner, wie Frankreich, Spanien oder Großbritannien, mit noch höheren Infektionsraten zu kämpfen haben. Deshalb werden auch wichtige Impulse für unsere Exportentwicklung in den kommenden Monaten ausbleiben.

Einkommensaussichten gehen zurück

Schwindender Konjunkturoptimismus lässt auch die Einkommensaussichten der Verbraucher im Oktober nicht unbeeindruckt. Der Indikator **Einkommenserwartung** verliert 6,3 Zähler und sinkt auf 9,8 Punkte. Zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres fehlen damit gut 29 Punkte.

Durch die steigenden Infektionszahlen sind weitere Lockerungen in der Wirtschaft, wie z.B. in der Veranstaltungs- und Tourismusbranche, wieder in weite Ferne gerückt. Beschäftigte aus diesen Bereichen werden sehr viel langsamer aus der Kurzarbeit kommen als bislang erhofft. Zudem droht einer Reihe von Unternehmen gerade aus diesen und anderen Dienstleistungsbranchen in den kommenden Wochen und Monaten die Insolvenz. Dies würde zu steigender Arbeitslosigkeit führen und die Einkommensentwicklung der privaten Haushalte belasten. Mit einem umfangreichen Konjunkturpaket für Unternehmen und Haushalte versucht die Regierung, dieser Entwicklung entgegen zu wirken.

Anschaffungsneigung mit leichten Verlusten

Im Sog sinkender Einkommensaussichten muss auch die Anschaffungsneigung Einbußen hinnehmen. Mit einem Minus von 1,4 Punkten sind die Verluste allerdings wesentlich geringer. Aktuell weist der Indikator mit 37,0 Zählern nach wie vor ein sehr zufriedenstellendes Niveau auf. Im Vergleich zum Vorjahr fehlen derzeit knapp 15 Punkte.

Sollte die Angst vor Jobverlust aufgrund der Pandemie künftig weiter zunehmen, werden die Verbraucher mit ihren Anschaffungen vorsichtiger werden, was das Konsumklima belastet.

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

	Oktober 2020	September 2020	Oktober 2019
Konjunkturerwartung	7,1	24,1	-13,8
Einkommenserwartung	9,8	16,1	39,0
Anschaffungsneigung	37,0	38,4	51,7
Konsumklima	-1,7	-1,8	9,8

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2020:

- Donnerstag, 26.11.2020, 8 Uhr
- Dienstag, 22.12.2020, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 30. September bis 13. Oktober 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.

Der GfK eBUS® ist eine bevölkerungsrepräsentative Online-Umfrage, in der wöchentlich 1.000 Personen im Alter von 18-74 Jahren befragt werden. Redaktionsschluss ist immer dienstags, innerhalb einer Woche liegen repräsentative, valide Ergebnisse vor. Die Fragen zu den Befürchtungen in Bezug auf COVID-19 werden seit Mitte April nahezu wöchentlich erhoben, Zeitraum der Befragung für die Ergebnisse in dieser Pressemitteilung: 15. bis 18. Oktober.

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

GfK. Growth from Knowledge.

Seit mehr als 85 Jahren unterstützen wir unseren Kunden weltweit mithilfe unserer verlässlichen Daten und Erkenntnissen, wichtige Geschäftsentscheidungen zu treffen. Mit der Unterstützung von „Artificial Intelligence“ geben wir konkrete Handlungsempfehlungen und helfen unseren Partnern und Kunden dabei, bessere Entscheidungen zu Konsumenten, Märkten, Marken und Medien zu treffen. Dadurch fördern wir konsequent die Marketing-, Vertriebs- und Organisationseffektivität. Das ist unser Versprechen: „Growth from Knowledge“.