



Pressemitteilung

Konsumklima leidet unter hartem Lockdown

22. Dezember 2020

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

Nürnberg, 22. Dezember 2020 – Die Stimmung der Verbraucher zeigt zum Jahresschluss 2020 ein uneinheitliches Bild. Während Konjunkturerwartung und Anschaffungsneigung etwas zulegen, muss die Einkommenserwartung Einbußen hinnehmen. Da die Sparneigung im Dezember spürbar zulegt, prognostiziert GfK für Januar 2021 einen Wert von -7,3 Punkten und damit 0,5 Punkte weniger als im Dezember dieses Jahres (revidiert -6,8 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Dezember 2020.

Deutschland zeigt in der zweiten Welle stark steigende Infektionszahlen. Dem Gesundheitssystem droht eine Überlastung. Die im November getroffenen Maßnahmen für einen Lockdown light haben nicht die erhoffte Reduktion der Neuinfektionen gebracht. Folglich sind härtere Maßnahmen unumgänglich und dies wird zu weiterer Verunsicherung führen. Diese Verunsicherung erklärt auch die uneinheitliche Entwicklung der Verbraucherstimmung sowie den Anstieg der Sparneigung in diesem Monat.

Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte fügt hinzu: „Aktuell ist vor allem der Sparindikator für den dritten Rückgang in Folge des Konsumklimas verantwortlich. Mit dem harten Lockdown und dem Schließen der meisten Geschäfte hat das Konsumklima einen weiteren Rückschlag zu verkraften.“

Auch die Ergebnisse aus einer aktuellen GfK eBUS®-Umfrage belegen die Verunsicherung der Verbraucher. Mehr als dreiviertel der Bundesbürger (78 Prozent) sind der Meinung, dass COVID-19 für Deutschland eine große bzw. sehr große Bedrohung darstellt. Dies ist der bislang höchste gemessene Wert seit Beginn der Erhebungen Mitte April 2020. Knapp jeder Fünfte (18 Prozent) geht von einer eher geringen Bedrohung aus oder zeigt sich völlig unbeeindruckt.

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

Und **Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte** weiter: „Es ist zu befürchten, dass auf das Konsumklima in den kommenden Wochen eine sehr schwierige Phase zukommen wird“ erklärt Bürkl. „Eine Entspannung bzw. Erholung

kann es sicherlich erst dann geben, wenn die Infektionszahlen so weit gesunken sind, dass die harten Beschränkungen wieder gelockert werden können.“

Abwärtstrend der Konjunkturerwartung vorerst gestoppt

Der Indikator **Konjunkturerwartung** kann seinen Abwärtstrend – zumindest vorerst – stoppen. Nach zwei Rückgängen in Folge gewinnt die Konjunkturstimmung 4,6 Punkte hinzu und steigt auf 4,4 Zähler.

Da die Erhebung im Zeitraum vom 3. bis 14. Dezember stattfand, konnten mögliche Effekte aus dem harten Lockdown noch keine Berücksichtigung finden. Es ist aber zu befürchten, dass sich eine grundlegende Erholung der Konjunkturstimmung nun weiter verzögert, zumal auch wichtige Handelspartner Deutschlands derzeit ebenfalls von der zweiten Infektionswelle betroffen sind. Vermutlich wird deshalb auch die Exportentwicklung, die für die deutsche Wirtschaft enorm wichtig sind, eine schwierige Phase haben.

Einkommenserwartung mit leichten Verlusten

Im Gegensatz zu den Konjunkturerwartungen müssen die **Einkommenserwartungen** Einbußen hinnehmen. Nach einem Minus von einem Zähler rutscht der Indikator auf 3,6 Punkte. Zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres fehlen gut 31 Zähler.

Das Schließen zahlreicher Einzelhandelsgeschäfte dürfte in den kommenden Wochen zu einem spürbaren Anstieg der Kurzarbeitszahlen führen. Dies führt bei den betroffenen Beschäftigten zu Einkommenseinbußen. Zudem ist zu befürchten, dass noch mehr Unternehmen insolvenzgefährdet sind. Dies verstärkt die Angst vor Jobverlust und belastet die Einkommensaussichten.

Anstieg der Anschaffungsneigung

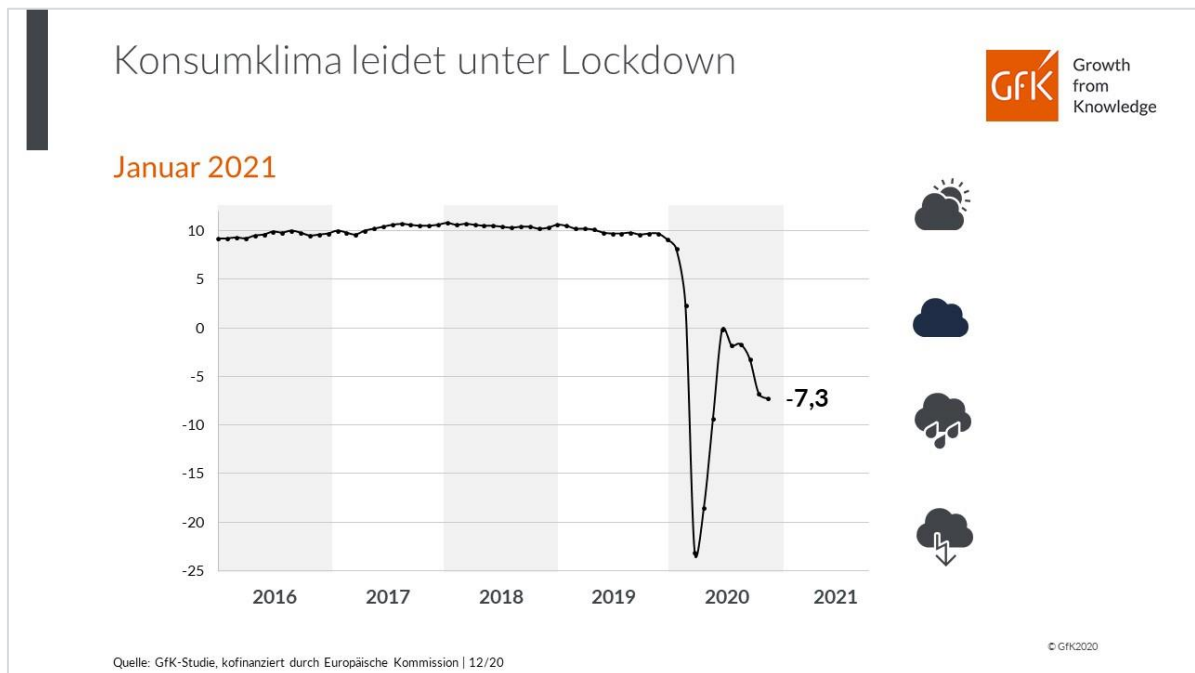
Während die Einkommenserwartung Einbußen hinnehmen muss, legt die Anschaffungsneigung sogar noch zu. Der Indikator stoppt seinen Abwärtstrend und gewinnt 6,1 Punkte hinzu. Mit aktuell 36,6 Zählern liegt er knapp 16 Punkte unter seinem Vorjahreswert.

Bislang weist die Anschaffungsneigung noch ein befriedigendes Niveau auf. Ob es dabei bleibt, wird vor allem auch davon abhängen, ob und wie stark die Angst vor Jobverlust in den kommenden Wochen zunimmt.

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

	Dezember 2020	November 2020	Dezember 2019
Konjunkturerwartung	4,4	-0,2	-4,4
Einkommenserwartung	3,6	4,6	35,0
Anschaffungsneigung	36,6	30,5	52,2
Konsumklima	-6,8	-3,2	9,6

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Q1 2021:

- Mittwoch, 27.1.2021, 8 Uhr
- Donnerstag, 25.2.2021, 8 Uhr
- Donnerstag, 25.3.2021, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 3. bis 14. Dezember 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. Zeitraum der Befragung für die Ergebnisse in dieser Pressemitteilung: 10. bis 14. November.

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

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – **G**rowth from **K**nowledge.