



Pressemitteilung

Harter Lockdown lässt Konsumklima einbrechen

27. Januar 2021

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

Nürnberg, 27. Januar 2021 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland leidet zu Jahresbeginn 2021 unter dem harten Lockdown. Die Anschaffungsneigung bricht regelrecht zusammen, während sowohl die Konjunktur- als die Einkommenserwartungen moderate Verluste zu verzeichnen haben. Folglich prognostiziert GfK für das Konsumklima für Februar 2021 einen Wert von -15,6 Punkten und damit 8,1 Punkte weniger als im Januar dieses Jahres (revidiert - 7,5 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Januar 2021.

Der erneute Einbruch des Konsumklimas ist neben dem moderaten Rückgang der Einkommensaussichten vor allem dem Absturz der Anschaffungsneigung zuzuschreiben.

„Die Schließung von Gastronomie und weiten Teilen des Handels Mitte Dezember 2020 hat die Konsumneigung ähnlich hart getroffen wie beim ersten Lockdown im Frühjahr des vergangenen Jahres. Aktuell fällt die Anschaffungsneigung auf null Punkte. Dies ist gegenüber dem Vormonat ein Minus von 36,6 Punkten, während des ersten Lockdowns im April 2020 betrug die Einbußen 36 Punkte“, so **Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte**.

Angesichts der kürzlich beschlossenen Verlängerung der harten Maßnahmen für den Lockdown haben zudem die Hoffnungen auf eine zügige Erholung des Konsumklimas schwinden lassen.

Bürkl weiter: „Dem Konsumklima stehen im ersten Quartal dieses Jahres schwierige Zeiten bevor. Für eine nachhaltige Erholung ist es notwendig, dass die Infektionszahlen stärker als bislang zurückgehen, damit die Maßnahmen spürbar gelockert werden können. Das heißt, die für dieses Jahr von vielen erhoffte Erholung wird noch etwas auf sich warten lassen.“

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

Ergebnisse einer aktuellen GfK eBUS®-Umfrage zeigen zudem: Vier von fünf Bundesbürgern (81 Prozent) sind der Meinung, dass COVID-19 für Deutschland eine große bzw. sehr große Bedrohung darstellt. Das ist der höchste Wert, der seit Beginn der Erhebungen (Mitte April 2020) gemessen wurde. Nur 15 Prozent verspüren eine eher geringe Bedrohung

oder zeigen sich völlig unbeeindruckt. Auch bei der Frage nach den Sorgen um die persönliche wirtschaftliche Zukunft angesichts der Corona-Krise erreichen die Werte einen Höchststand: 54 Prozent machen sich sehr große bzw. eher große Sorgen um ihre persönliche wirtschaftliche Zukunft in diesen Krisenzeiten. 43 Prozent zeigen sich eher weniger oder gar nicht besorgt.

Einkommenserwartung: Vierter Rückgang in Folge

Auch die **Einkommensaussichten** der Konsumenten bleiben von dem harten Lockdown nicht verschont. Der Indikator verliert 6,5 Punkte und sinkt auf -2,9 Zähler. Dies ist bereits der vierte Rückgang in Folge. Im Vergleich zum entsprechenden Vorjahreszeitraum steht ein Minus von 47,5 Punkten zu Buche.

Durch die Verlängerung des harten Lockdowns bis Mitte Februar ist zudem die Wahrscheinlichkeit gestiegen, dass es in den betroffenen Branchen zu einer Pleitewelle kommen kann. Dies erhöht die Angst einer Reihe von Beschäftigten vor Verlust des Arbeitsplatzes. Und diese Angst vor Jobverlust belastet die Einkommensaussichten.

Zudem dürfte als Folge des harten Lockdowns die Anzahl der Kurzarbeiter wieder zunehmen, was ebenfalls die Einkommen der Haushalte beeinträchtigt.

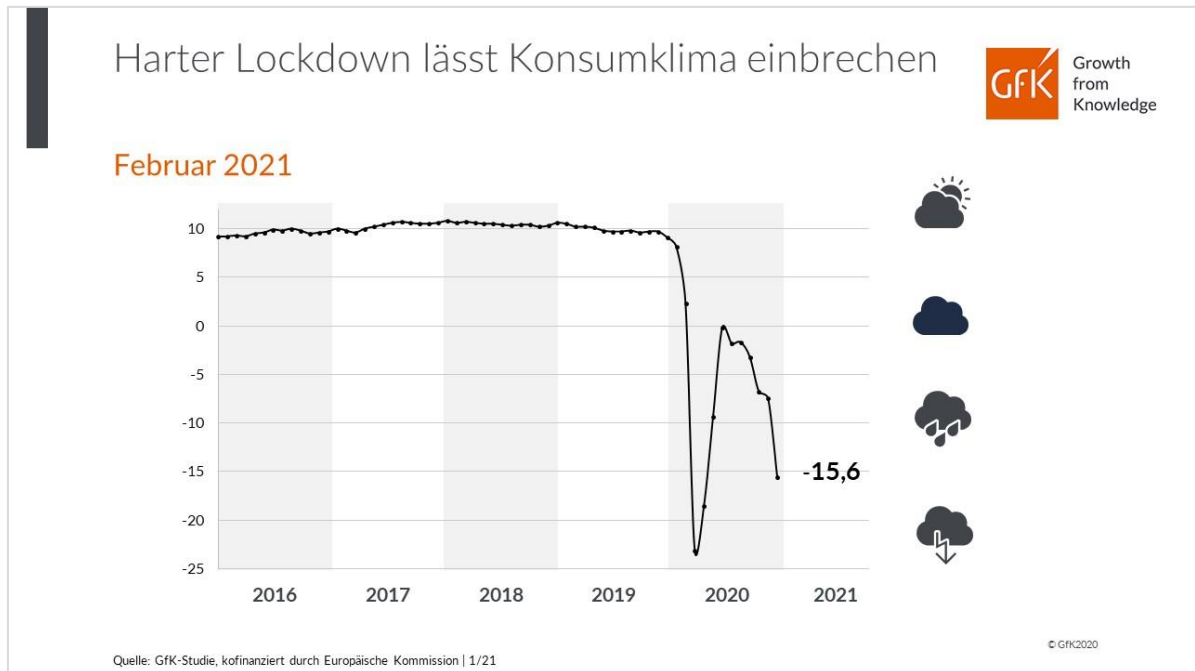
Konjunkturerwartung verliert nur leicht

Die **Konjunkturerwartung** verzeichnet im Gegensatz zur Konsumneigung und der Einkommenserwartung in diesem Monat nur leichte Verluste. Der Indikator verliert 3,1 Zähler und weist aktuell 1,3 Punkte auf. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres steht sogar ein Plus von fünf Punkten zu Buche. Die stabile Entwicklung des Konjunkturindikators ist zum einen auf einen angesichts der tiefen Rezession stabilen Arbeitsmarkt zurückzuführen. Zum anderen ist ein wesentlicher Teil der deutschen Wirtschaft, das verarbeitende Gewerbe, nicht von Schließung betroffen. Somit konnte sich auch die Auftragslage in diesem Bereich stabilisieren.

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

	Januar 2021	Dezember 2020	Januar 2020
Konjunktur- erwartung	1,3	4,4	-3,7
Einkommens- erwartung	-2,9	3,6	44,6
Anschaffungs- neigung	0,0	36,6	55,5
Konsumklima	-7,5	-6,8	9,7

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Q1 2021:

- Donnerstag, 25.2.2021, 8 Uhr
- Donnerstag, 25.3.2021, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 7. bis 18. Januar 2021. 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: 14. bis 18. Januar.

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 – **Growth from Knowledge.**