



# Pressemitteilung

## Konsumklima verzeichnet höchsten Wert seit August 2020

25. Juni 2021

Julia Richter  
Public Relations  
T +49 911 395 4440  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)

**Nürnberg, 25. Juni 2021 – Die Stimmung der Verbraucher hellt sich im Juni spürbar auf. Die Konjunktur- und Einkommenserwartungen legen deutlich zu, die Anschaffungsneigung verzeichnet moderate Zuwächse. So prognostiziert GfK für das Konsumklima für Juli einen Wert von -0,3 Punkten und damit 6,6 Punkte mehr als im Juni dieses Jahres (revidiert -6,9 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Juni 2021.**

Bemerkenswert ist in diesem Monat, dass die Verbraucher sehr zuversichtlich sind, wenn es um die Entwicklung der allgemeinen Wirtschaftslage geht in Deutschland geht. Die Konjunkturerwartung legt nach dem sprunghaften Anstieg im Vormonat noch einmal deutlich zu. Der Indikator klettert nach einem Plus von 17,3 Punkten auf aktuell 58,4 Zähler. Dies ist der höchste Wert seit mehr als zehn Jahren. Im Februar 2011 wurde mit 59 Punkten zuletzt ein höherer Wert gemessen.

**Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte dazu:** „Wir lassen den Lockdown mehr und mehr hinter uns. Stark sinkende Inzidenzen sowie signifikante Fortschritte beim Impfen erlauben immer umfangreichere Lockerungen bzw. Öffnungen. Zudem ist nun auch Urlaub wieder möglich. Dies sorgt für steigenden Optimismus, der sich auch in der besseren Konsumstimmung ausdrückt. So prognostizieren wir für das Konsumklima für Juli einen Wert von -0,3 Punkten und damit den höchsten Wert seit Sommer vergangenen Jahres. Im August 2020 wurde mit -0,2 Punkten zuletzt ein besserer Wert gemessen.“

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

Damit wird eine spürbare Erholung des privaten Konsums in der zweiten Jahreshälfte 2021 wahrscheinlicher. Die Binnenkonjunktur würde damit wieder einen positiven Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten. Bislang wird das Wachstum in erster Linie durch die gute Exportentwicklung, speziell im Warenverkehr mit China und den USA, gestützt.

### Einkommenserwartung klettert auf Vorkrisenniveau

Ähnlich der Konjunkturerwartung legt auch die Einkommenserwartung im Juni spürbar zu. Der Indikator gewinnt 14,6 Punkte hinzu und weist nun 34,1 Punkte auf. Ein besseres Niveau verzeichnete die Einkommensstimmung zuletzt im Februar 2020 mit 41,2 Zählern, also noch vor der Corona-Krise. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Plus 27,5 Punkte.

Die sinkenden Inzidenzzahlen erlauben nun auch Öffnungen in der Außen- und Innengastronomie. Eine Reihe von Beschäftigten werden die Kurzarbeit verlassen und verbessern damit ihre Einkommensposition. Dies wirkt belebend auf die Einkommenserwartungen.

### Anschaffungsneigung mit moderaten Zuwächsen

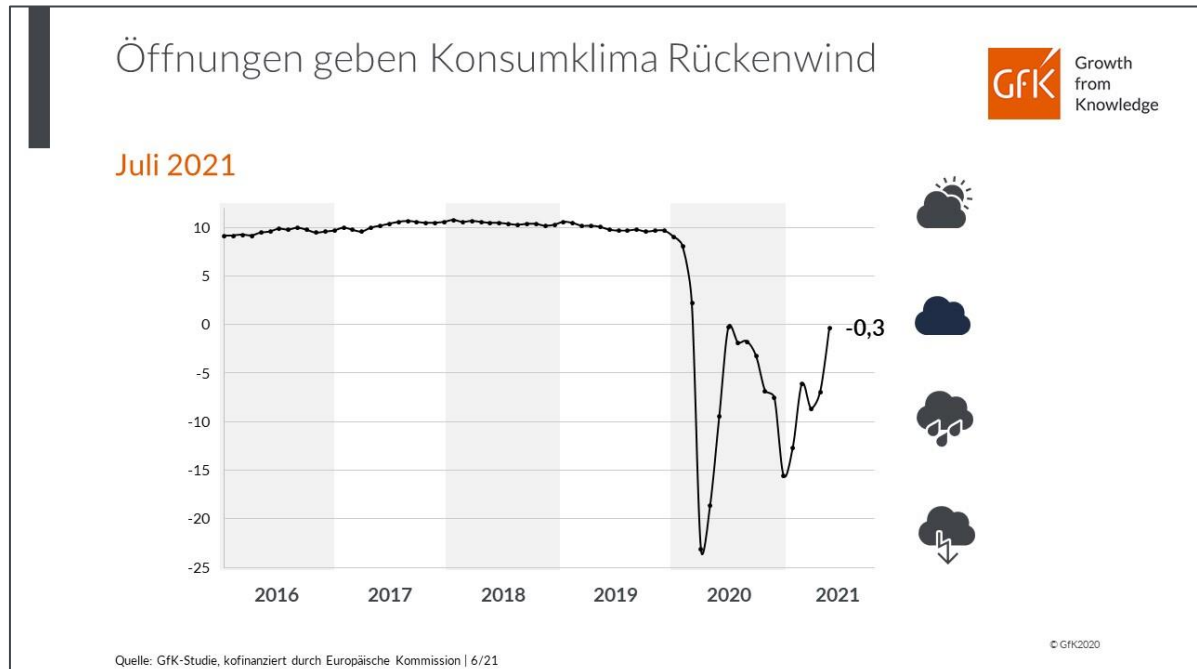
Die Anschaffungsneigung profitiert von den spürbaren Zuwächsen der Einkommensaussichten, wenn auch wesentlich moderater. Der Indikator gewinnt 3,4 Zähler hinzu und weist aktuell 13,4 Punkte auf.

Im Gegensatz zur Einkommensstimmung sind die Verbraucher im Hinblick auf ihre Konsumneigung noch etwas vorsichtig. Trotz der Öffnungen bzw. Rücknahme von Beschränkungen sind nach wie vor eine Reihe von Branchen – vor allem im Dienstleistungsbereich – stark eingeschränkt. Dies gilt z.B. für den Veranstaltungsbereich. Zudem besteht weiter die Maskenpflicht beim Einkaufen. Dies dürfte die Freude am Einkaufserlebnis auch künftig in Grenzen halten.

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

	Juni 2021	Mai 2021	Juni 2020
Konjunktur- erwartung	58,4	41,1	8,5
Einkommens- erwartung	34,1	19,5	6,6
Anschaffungs- neigung	13,4	10,0	19,4
Konsumklima	-6,9	-8,6	-18,6

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



### Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Q2/Q3 2021:

- Freitag, 25.6.2021, 8 Uhr
- Mittwoch, 28.7.2021, 8 Uhr
- Donnerstag, 26.8.2021, 8 Uhr
- Dienstag, 28.9.2021, 8 Uhr

### Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 3. bis 14. Juni 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.

**Pressekontakt:** Julia Richter, T +49 911 395 4440, [public.relations@gfk.com](mailto: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.