



Pressemitteilung

Konsumklima stagniert im Juli

28. Juli 2021

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

Nürnberg, 28. Juli 2021 – Nach der zuletzt deutlichen Aufhellung legt die Stimmung der Verbraucher im Juli eine Verschnaufpause ein. Sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartung verzeichnen moderate Verluste, während die Anschaffungsneigung nochmals leicht zulegen kann. So prognostiziert GfK für das Konsumklima für August -0,3 Punkte und damit den gleichen Wert wie im Juli dieses Jahres. Dies sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Juli 2021.

Die Konjunktur- und Einkommensaussichten müssen nach dem starken Anstieg im Vormonat zwar einen kleinen Teil dieser Gewinne wieder abgeben, vor allem die Konjunkturerwartung weist nach wie vor ein überaus hohes Niveau auf. Im Gegensatz dazu verzeichnet die Anschaffungsneigung im Juli noch einmal geringe Zuwächse.

Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte dazu: „Die Phase sinkender Inzidenzen ist zu Ende gegangen und die Infektionszahlen steigen wieder. Zudem hat die Dynamik beim Impfen trotz ausreichend vorhandenen Impfstoffes zuletzt deutlich nachgelassen. Dies verhindert gegenwärtig einen weiteren deutlichen Anstieg der Konsumstimmung.“

Hinzu kommt, dass das Thema Inflation wieder stärker in den Fokus der Konsumenten rückt. Die Erfahrung zeigt, dass steigende Preise, wie sie im Moment zu beobachten sind, belastend auf das Konsumklima wirken.

Bürkl ergänzt: „Trotz der momentanen Stagnation des Konsumklimas wird die Binnenkonjunktur in der zweiten Jahreshälfte einen positiven Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten. Dafür werden auch die gut gefüllten Portemonnaies der Verbraucher sorgen.“

Konjunkturerwartung nach 10-Jahres-Hoch etwas moderater

Nachdem die Konjunkturerwartung im Vormonat auf ein 10-Jahres-Hoch geklettert war, zeigt sie sich im Juli etwas moderater. Der Indikator büßt 3,8 Punkte ein und weist aktuell 54,6 Punkte auf. Das nach wie vor überaus hohe Niveau belegt auch die Tatsache, dass die

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

Konjunkturaussichten 44 Zähler über dem entsprechenden Vorjahreswert liegen.

Die Verbraucher sehen die deutsche Wirtschaft weiter im Aufschwung. Wobei der private Konsum mehr und mehr zur positiven Entwicklung beitragen wird.

Einkommenserwartung verliert moderat

Die Einkommenserwartung folgt den Konjunkturaussichten und verzeichnet im Juli ebenfalls moderate Einbußen. Der Indikator verliert 5,1 Punkte und liegt nun bei 29 Punkten. Auch hier ist das Niveau zufriedenstellend, wie das Plus von gut 10 Zählern gegenüber dem entsprechenden Vorjahreswert belegt.

Ein Grund für die gemäßigte Entwicklung der Einkommenserwartung dürfte das Thema Inflation sein. Es hat zuletzt in den Augen der Verbraucher wieder an Brisanz gewonnen. Durch gestiegene Energiepreise sowie die eingeführte CO₂-Bepreisung ist die Inflationsrate zuletzt auf mehr als zwei Prozent gestiegen. Hinzu kommt, dass im Juli die Inflation noch einen Sprung nach oben machen wird, da nun der Basiseffekt der im Juli 2020 gesenkten Mehrwertsteuer wirksam wird. Dies dürfte die Einkommensaussichten ebenfalls belasten.

Anschaffungsneigung gewinnt leicht hinzu

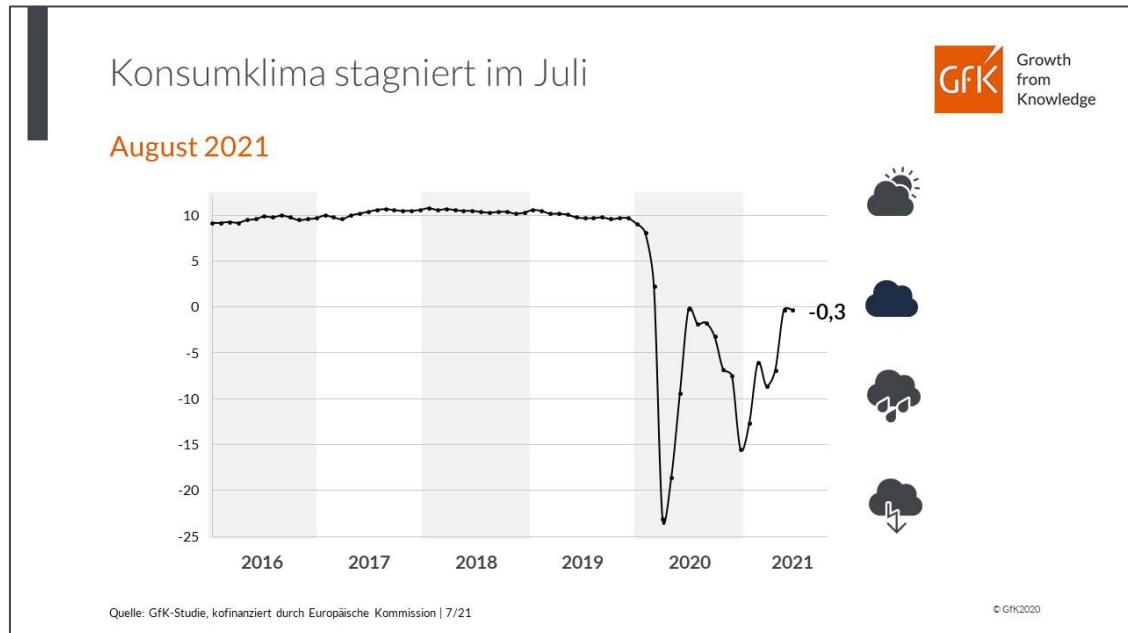
Im Gegensatz zu den Konjunktur- und Einkommenserwartungen legt die Anschaffungsneigung leicht zu. Nach einem Plus von 1,4 Punkten klettert der Indikator auf 14,8 Punkte. Gegenüber dem entsprechenden Zeitraum des Vorjahres weist die Konsumneigung ein Minus von knapp 28 Zählern auf.

Nach wie vor ist die Konsumfreude nicht ungetrübt. Zwar sind die Portemonnaies derzeit bei vielen Konsumenten gut gefüllt, aber die Maskenpflicht sowie Abstandsregeln verhindern bislang ein ungetrübtetes Einkaufserlebnis.

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

	Juli 2021	Juni 2021	Juli 2020
Konjunktur- erwartung	54,6	58,4	10,6
Einkommens- erwartung	29,0	34,1	18,6
Anschaffungs- neigung	14,8	13,4	42,5
Konsumklima	-0,3	-6,9	-9,4

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Q3 2021:

- Donnerstag, 26.8.2021, 8 Uhr
- Dienstag, 28.9.2021, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 1. bis 12. Juli 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

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.