



Pressemitteilung

Konjunktüreuphorie vorerst gestoppt?

26. August 2021

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

Nürnberg, 26. August 2021 – Die Stimmung der Verbraucher zeigt im August insgesamt ein etwas moderateres Bild. Während die Einkommenserwartungen leicht steigen, müssen sowohl die Konjunkturerwartung als auch die Anschaffungsneigung Einbußen hinnehmen. So prognostiziert GfK für das Konsumklima für September -1,2 Punkte und damit 0,8 Punkte weniger als im August dieses Jahres (revidiert -0,4 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für August 2021.

Neben der gesunkenen Anschaffungsneigung sorgt auch eine im August zunehmende Sparneigung dafür, dass das Konsumklima aktuell sinkt.

Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte dazu: „Deutlich steigende Inzidenzen, ein Nachlassen der Impfdynamik sowie die Diskussionen darüber, wie künftig mit ungeimpften Personen umgegangen werden soll, haben die Konsumenten spürbar verunsichert. Sie befürchten, dass Beschränkungen sogar wieder verschärft werden könnten. Dies drückt derzeit offenbar auf die Konsumstimmung.“

Hinzu kommt, dass das Thema Inflation plötzlich wieder eine Rolle in der Diskussion um die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland spielt. So stiegen nach Angaben des Statistischen Bundesamtes die Lebenshaltungskosten im Juli dieses Jahres um 3,8 Prozent. Eine höhere Preissteigerungsrate gab es zuletzt im Dezember 1993 mit 4,3 Prozent.

Und Bürkl weiter: „Seit Mitte dieses Jahres steigen die Preise rasant. Erfahrungsgemäß wirkt sich dies dämpfend auf die Konsumlaune aus. Zwar sind dies in erster Linie Einmal-Effekte durch das Absenken der Mehrwertsteuer im zweiten Halbjahr 2020. Aber angesichts der anhaltenden Niedrigzinsphase empfinden die privaten Haushalte die Inflationsraten als noch bedrohlicher für ihre Kaufkraft.“

Konjunktüreuphorie nimmt ab

Nach Erreichen eines 10-Jahres-Hochs im Juni 2021 schwindet die Euphorie der Verbraucher im Hinblick auf die weitere wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland. Im August muss die Konjunkturerwartung

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

zum zweiten Mal in Folge Einbußen hinnehmen. Nach Verlusten von 13,8 Zählern sinkt der Indikator auf 40,8 Punkte.

Trotz der Verluste weist die Konjunkturerwartung nach wie vor ein überaus hohes Niveau auf. Dies zeigt auch der entsprechende Vorjahresvergleich, der mit plus 29,1 Punkten sehr deutlich ist. Nach wie vor sehen die Konsumenten die deutsche Wirtschaft im Aufschwung, wenn auch nach ihrer Einschätzung die Dynamik etwas nachlassen dürfte.

Einkommenserwartung behauptet gutes Niveau

Im Gegensatz zu den Konjunkturerwartungen behaupten die Einkommensaussichten ihr gutes Niveau. Der Indikator Einkommenserwartung gewinnt sogar leicht hinzu (+1,5 Punkte). Aktuell weist die Einkommensstimmung einen Wert von 30,5 Punkten auf. Damit liegt sie knapp 18 Punkte über ihrem entsprechenden Vorjahreswert.

Bislang sind die Einkommensaussichten offenbar nicht von den stärker steigenden Preisen betroffen. Eine stabile Beschäftigungslage und damit einhergehend eine geringe Furcht, den Job zu verlieren, stabilisieren den Indikator.

Anschaffungsneigung mit moderaten Verlusten

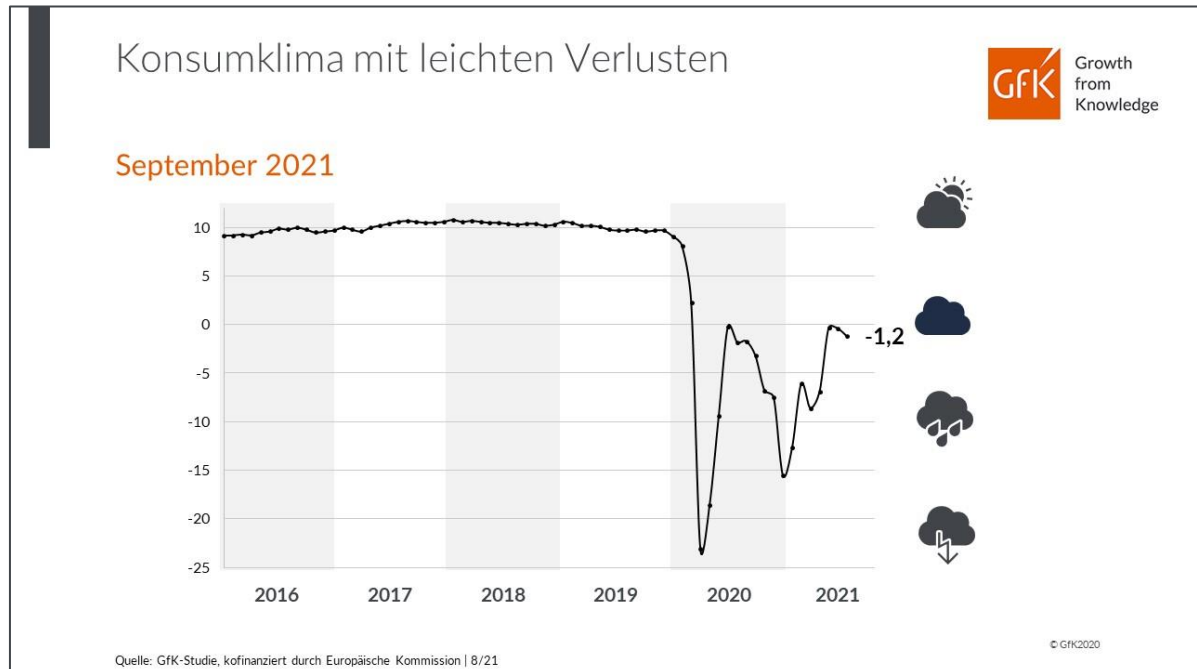
Die Anschaffungsneigung kann im August offenbar nicht von den leicht steigenden Einkommensaussichten profitieren. Der Indikator verliert 4,5 Punkte und rutscht auf 10,3 Punkte. Gegenüber dem entsprechenden Zeitraum des Vorjahres weist die Konsumneigung ein Minus von gut 33 Zählern auf.

Trotz gut gefüllter Portemonnaies ist die Konsumlaune noch verhalten. Ein ungetrübtes Einkaufserlebnis ist angesichts von Maskenpflicht und Abstandsregeln nach wie vor nicht möglich. Zudem dürften die stärker steigenden Preise ebenfalls auch die Konsumneigung drücken.

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

	August 2021	Juli 2021	August 2020
Konjunktur- erwartung	40,8	54,6	11,7
Einkommens- erwartung	30,5	29,0	12,8
Anschaffungs- neigung	10,3	14,8	43,7
Konsumklima	-0,4	-0,3	-0,2

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Q3 / Q4 2021:

- Dienstag, 28.9.2021, 8 Uhr
- Mittwoch, 27.10.2021, 8 Uhr
- Donnerstag, 25.11.2021, 8 Uhr
- Dienstag, 21.12.2021, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 5. bis 16. August 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.