



Pressemitteilung

Konsumklima trotz Inflation

27. Oktober 2021

Eva Böhm
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Nürnberg, 27. Oktober 2021 – Die Stimmung der Verbraucher zeigt im Oktober ein uneinheitliches Bild. Die Anschaffungsneigung steigt noch einmal an, während Konjunktur- und Einkommenserwartung Einbußen hinnehmen. Da auch die Sparneigung spürbar zurückgeht, prognostiziert GfK für das Konsumklima für November 0,9 Punkte und damit 0,5 Punkte mehr als im Oktober dieses Jahres (revidiert 0,4 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Oktober 2021.

Das Konsumklima legt erneut zu. Das ist vor allem der steigenden Konsumneigung sowie der rückläufigen Sparneigung zu verdanken. Letztere verliert im Oktober 13 Punkte gegenüber dem Vormonat und steht nun bei -45,2 Punkten. Ein besserer Wert wurde für das Konsumklima zuletzt im April 2020 mit 2,3 Punkten gemessen.

„Mit diesem zweiten Anstieg in Folge trotz die Konsumstimmung der zunehmenden Inflation. Die Bundesbürger erwarten offenbar noch weitere Preissteigerungen. Deshalb halten sie es für ratsam, Anschaffungen vorzuziehen, um noch höhere Preise zu vermeiden“ **erklärt Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte.** „Sollte sich der Preisauftrieb verstetigen, würde das allerdings zu einer Belastung für das Konsumklima führen und eine grundlegende Erholung dürfte sich weiter verzögern.“

Konjunkturstimmung stagniert auf hohem Niveau

Nach dem Anstieg im Vormonat muss die Konjunkturerwartung wieder einen kleinen Rückschlag hinnehmen. Der Indikator verliert 1,9 Punkte. Mit aktuell 46,6 Zählern weist er jedoch noch immer ein sehr hohes Niveau auf. Im Vergleich zum Vorjahr beträgt das Plus knapp 40 Punkte.

Das gute Niveau belegt, dass die Verbraucher zuversichtlich bleiben, was die Erholung der deutschen Wirtschaft anbelangt. Das konjunkturelle Bild wird jedoch dadurch etwas getrübt, dass einige Unternehmen, wie z.B. in der Automobilindustrie, ihre Produktion aufgrund fehlender Zulieferteile zurückfahren müssen.

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

Inflationssorgen bremsen Einkommensaussichten

Die Einkommenserwartungen müssen nach dem positiven Vormonat einen spürbaren Dämpfer hinnehmen. Der Indikator büßt 14,1 Zähler ein und sinkt auf 23,3 Punkte. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres steigt er um 13,5 Punkte.

Dieser Indikator leidet offenbar derzeit am stärksten unter den zunehmenden Inflationssorgen. Höhere Preise mindern die Kaufkraft der Einkommen. Zudem befürchten Beschäftigte Einkommenseinbußen durch Kurzarbeit, weil Unternehmen aufgrund unterbrochener Lieferketten ihre Produktion drosseln müssen.

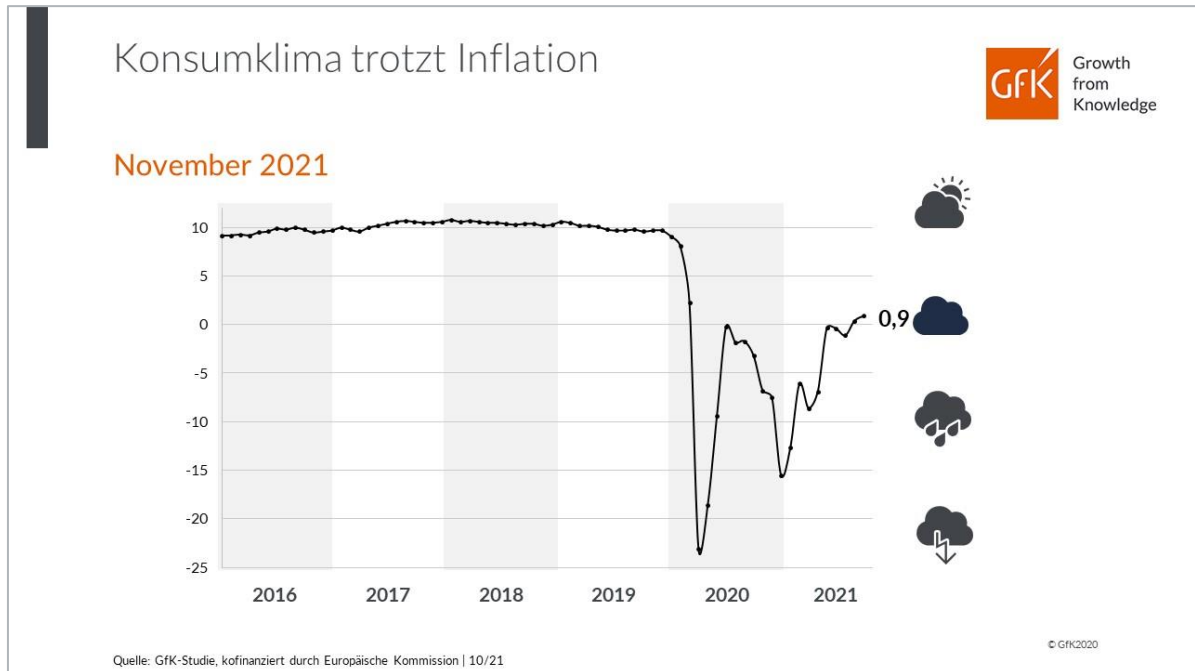
Anschaffungsneigung steigt zum zweiten Mal in Folge

Trotz sinkender Konjunktur- und Einkommenserwartungen legt die Anschaffungsneigung im Oktober zum zweiten Mal in Folge zu. Nach einem Plus von sechs Zählern weist der Indikator nun 19,4 Punkte auf. Dies ist der beste Wert seit zehn Monaten. Im Dezember 2020 wurden 36,6 Punkte gemessen. Im Vorjahresvergleich beträgt das Minus 17,6 Punkte.

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

	Oktober 2021	September 2021	Oktober 2020
Konjunkturerwartung	46,6	48,5	7,1
Einkommenserwartung	23,3	37,4	9,8
Anschaffungsneigung	19,4	13,4	37,0
Konsumklima	0,4	-1,1	-1,7

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine Q4 2021:

- Donnerstag, 25.11.2021, 8 Uhr
- Dienstag, 21.12.2021, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 30. September bis 11. Oktober 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: Eva Böhm, 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.**