



Pressemitteilung

Konsumklima stabilisiert sich

27. Januar 2022

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

Nürnberg, 27. Januar 2022 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland stoppt zu Beginn des Jahres 2022 ihren Abwärtstrend. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung verbessern sich im Januar gegenüber dem Vormonat. GfK prognostiziert für das Konsumklima für Februar 2022 -6,7 Punkte und damit 0,2 Punkte mehr als im Januar dieses Jahres (revidiert -6,9 Punkte). Das sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Januar 2022.

Damit legt das Konsumklima nach zwei Rückgängen in Folge wieder leicht zu. Die steigende Sparneigung verhindert jedoch derzeit einen deutlicheren Anstieg des Konsumklimas.

„Trotz steigender Inzidenzen und Inflation zeigen sich die Verbraucher zu Jahresbeginn wieder etwas optimistischer. Vor allem bei der Preisentwicklung erhoffen sie sich eine leichte Entspannung, da im Januar 2022 der Basiseffekt aus der Rücknahme der Mehrwertsteuersenkung im Januar 2021 die Inflationsrate etwas moderater werden lässt. Dennoch bleibt die Preiserwartung der Konsumenten deutlich höher als im Vergleich zu den letzten Jahren.“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK Konsumexperte.** „Zudem gehen die Experten davon aus, dass bei der pandemischen Lage im Frühjahr eine Entspannung zu erwarten ist, die zur Rücknahme einer Reihe von Beschränkungen führen wird.“

Die weiteren Aussichten für den Konsum werden in erster Linie vom Pandemieverlauf abhängen. Sollte sich das Infektionsgeschehen im Frühjahr beruhigen, so dass Beschränkungen aufgehoben werden können, wird auch die schon länger erhoffte Erholung der Binnenkonjunktur stattfinden.

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

Konjunkturerwartung stoppt Sinkflug

Nach drei Rückgängen in Folge legt die Konjunkturstimung der Verbraucher im Januar wieder zu. Der Indikator gewinnt 5,7 Punkte hinzu

und klettert auf 22,8 Punkte. Gegenüber dem entsprechenden Zeitraum des Vorjahres ist ein Plus von mehr als 21 Punkten zu verzeichnen.

Nach den Informationen des Statistischen Bundesamtes ist die deutsche Wirtschaft im vergangenen Jahr um 2,7 Prozent gewachsen. Und 2022 soll sich die Entwicklung noch beschleunigen, wobei auch der private Konsum eine wichtige Rolle spielen wird. Dies setzt allerdings voraus, dass die Lieferkettenproblematik behoben werden kann.

Einkommensaussichten nach drei Rückgängen wieder im Plus

Auch die Einkommenserwartung gewinnt nach drei sinkenden Monaten wieder hinzu. Mit einem Plus von zehn Punkten steigt der Indikator auf 16,9 Punkte. Und vergleichbar zur Konjunkturstimmung liegt auch der Einkommensindikator deutlich über seinem entsprechenden Vorjahreswert (+19,8 Punkte).

Damit trotzen die Einkommensaussichten den zuletzt doch deutlich gestiegenen Preisen. Offenbar gehen viele Verbraucher davon aus, dass sich die Preisentwicklung in diesem Jahr etwas entspannen wird. Zudem hoffen viele Arbeitnehmer, dass die höheren Preise auch zu entsprechenden Tarifierhöhungen führen werden. Angesichts der sehr guten Beschäftigungslage sowie des Fachkräftemangels in einigen Branchen sind diese Hoffnungen durchaus berechtigt.

Anschaffungsneigung erholt sich leicht

Neben der Konjunktur- und Einkommenserwartung profitiert auch die Anschaffungsneigung von der generellen Stimmungsaufhellung. Der Indikator gewinnt 4,4 Punkte hinzu und weist aktuell 5,2 Zähler auf.

Trotz des aktuellen Anstiegs bleibt die Konsumneigung der Bundesbürger bislang noch verhalten. Neben der Inflation dürften hier vor allem die pandemiebedingten Beschränkungen eine deutlichere Erholung der Konsumstimmung verhindern. Maskenpflicht sowie die 2G-Regel lassen noch immer keine rechte Kauflust aufkommen.

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

	Januar 2022	Dezember 2021	Januar 2021
Konjunkturerwartung	22,8	17,1	1,3
Einkommenserwartung	16,9	6,9	-2,9
Anschaffungsneigung	5,2	0,8	0,0
Konsumklima	-6,9	-1,8	-7,5

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



Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 01/22

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2022:

- Mittwoch, 23.2.2022, 8 Uhr
- Dienstag, 29.3.2022, 8 Uhr

- Mittwoch, 27.4.2022, 8 Uhr
- Mittwoch, 25.5.2022, 8 Uhr
- Dienstag, 28.6.2022, 8 Uhr

- Mittwoch, 27.7.2022, 8 Uhr
- Freitag, 26.8.2022, 8 Uhr
- Mittwoch, 28.9.2022, 8 Uhr

- Donnerstag, 27.10.2022, 8 Uhr
- Freitag, 25.11.2022, 8 Uhr
- Mittwoch, 21.12.2022, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 6. bis 17. Januar 2022. 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 – **G**rowth from **K**nowledge.