



Pressemitteilung

Konsumklima von Inflation stark gebeutelt

27. Juli 2022

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

Nürnberg, 27. Juli 2022 – Die Talfahrt der deutschen Verbraucherstimmung findet wegen der steigenden Inflation auch im Juli kein Ende. Während die Anschaffungsneigung nur geringe Einbußen hinnehmen muss, gehen sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartung noch einmal deutlich zurück. So prognostiziert GfK für das Konsumklima für August 2022 -30,6 Punkte und damit 2,9 Punkte weniger als im Juli dieses Jahres (revidiert -27,7 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Juli 2022.

Damit hat das Konsumklima das im vergangenen Monat erreichte Allzeittief noch einmal unterboten. Seit Beginn der Erhebung der Verbraucherstimmung für Gesamtdeutschland im Jahr 1991 wurde kein schlechterer Wert gemessen. „Zu den Sorgen um unterbrochene Lieferketten, den Ukraine-Krieg und stark steigende Energie- und Lebensmittelpreise, kommen nun Befürchtungen um eine ausreichende Gasversorgung von Wirtschaft und privaten Haushalten im nächsten Winter. Dies drückt derzeit die Stimmung der Verbraucher in den Keller“, erklärt **Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte**. „Zumal ein knappes Angebot von Erdgas den Druck auf die Energiepreise und damit die Inflation noch erhöhen dürfte.“

Neben der Bekämpfung der Inflation durch eine weniger expansive Geldpolitik der Europäischen Zentralbank wird es für eine Erholung des Konsumklimas entscheidend sein, dass den Verbrauchern die Sorge um eine unzureichende Versorgung mit Gas genommen wird und alle Möglichkeiten alternativer Anbieter genutzt werden, um eventuell ausbleibende russische Gaslieferungen zu ersetzen.

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90433 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Lars Nordmark (interim CEO)
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Thomas Ebeling

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Furcht vor Rezession nimmt zu

Unter den Verbrauchern steigt die Angst vor einer drohenden Rezession. Die Konjunkturerwartungen verlieren im Juli gegenüber dem Vormonat 6,5 Punkte und sinken auf -18,2 Punkte. Dies ist der niedrigste Wert seit April 2020, als Deutschland in den Corona-Lockdown geschickt wurde. Damals

wurden -21,4 Punkte gemessen. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus sogar knapp 73 Zähler.

Die Sorgen um eine Verknappung des Angebotes an Erdgas lasten neben dem Ukraine-Krieg sowie anhaltenden Lieferengpässen aufgrund unterbrochener Lieferketten schwer auf der Konjunkturstimmung. Teilen der deutschen Wirtschaft drohen Produktionseinschränkungen, weil nicht ausreichend Energie in Form von Erdgas zur Verfügung steht. Dies kann zum einen zu Kurzarbeit führen, zum anderen steigt die Sorge um den eigenen Arbeitsplatz wieder leicht an – derzeit jedoch noch auf moderatem Niveau.

Einkommenserwartung fällt auf Rekordtief

Die Einkommensaussichten setzen ihre steile Talfahrt fort. Der Indikator Einkommenserwartung verliert im Juli 12,2 Punkte und fällt auf -45,7 Punkte. Ein geringerer Wert wurde für den Einkommensindikator seit Beginn der Erhebungen für Gesamtdeutschland im Jahre 1991 nicht gemessen. Im Vergleich zu Juli 2021 lässt sich sogar ein Minus von knapp 75 Punkten verzeichnen.

Aktuell hohe Inflationsraten zwischen sieben und acht Prozent beeinträchtigen die Kaufkraft der privaten Haushalte. Sollten in den kommenden Wochen die Erdgaslieferungen aus Russland eingeschränkt oder sogar ganz eingestellt werden, dürften die Energiepreise weiter steigen. Hinzu kommt, dass sich durch die aktuelle Schwäche des Euro gegenüber dem Dollar die deutschen Importe aus dem Dollarraum zusätzlich verteuern. Dies dürfte den Druck auf die Preise weiter verstärken und drückt schwer auf die Einkommensstimmung der Deutschen.

Anschaffungsneigung mit leichten Verlusten

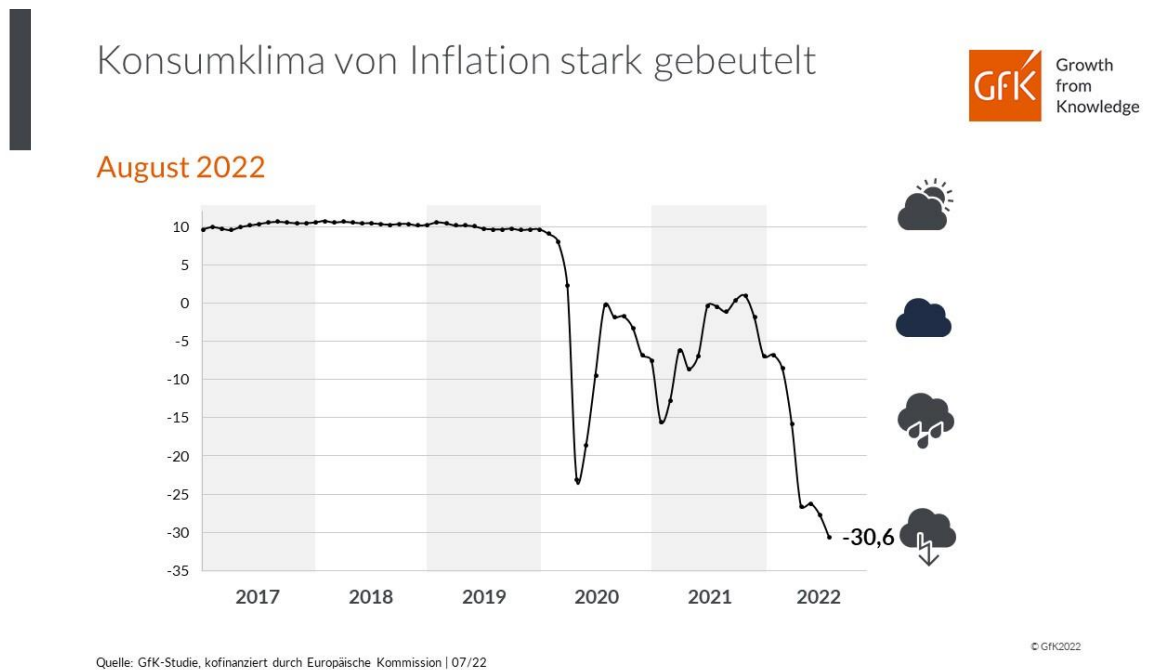
Dem Sog sinkender Konjunktur- und Einkommensaussichten kann sich die Anschaffungsneigung nicht vollständig entziehen. Der Indikator muss mit einem Minus von 0,8 Punkten auf -14,5 Punkte nur leichte Verluste hinnehmen. Zuletzt wurde zu Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise im Oktober 2008 mit -20,1 Punkten ein geringerer Wert gemessen.

Die deutlich höhere Belastung der privaten Haushalte mit stark steigenden Energie- und Lebensmittelpreisen macht sich zunehmend auch bei der Konsumneigung bemerkbar. Wenn für Energie und Lebensmittel deutlich mehr Geld ausgegeben werden muss, fehlen diese Mittel für andere Anschaffungen.

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

	Juli 2022	Juni 2022	Juli 2021
Konjunkturerwartung	-18,2	-11,7	54,6
Einkommenserwartung	-45,7	-33,5	29,0
Anschaffungsneigung	-14,5	-13,7	14,8
Konsumklima	-27,7	-26,2	-0,3

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



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2022:

- 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 30. Juni bis 11. Juli 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.