



# Pressemitteilung

## Vorerst kein weiterer Absturz des Konsumklimas

27. Oktober 2022

Eva Böhm  
Public Relations  
T +49 911 395 4440  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)

**Nürnberg, 27. Oktober 2022 – Nach der turbulenten Entwicklung in den vergangenen Monaten kann sich die Verbraucherstimmung im Oktober – zumindest vorerst – stabilisieren. Während die Konjunkturerwartungen minimale Einbußen erleiden, legen sowohl die Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung zu. GfK prognostiziert für das Konsumklima für November 2022 -41,9 Punkte und damit 0,9 Punkte mehr als im Oktober dieses Jahres (revidiert -42,8). Die sind die Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Oktober 2022.**

Nach einer längeren Phase mit zum Teil starken Rückgängen hat sich die Stimmung im Oktober wieder etwas beruhigt. Folglich beendet das Konsumklima – zumindest vorerst – seinen Absturz.

„Es ist momentan sicherlich zu früh von einer Trendwende zu sprechen. Die Situation bleibt für die Konsumstimmung sehr angespannt“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte.** „Die Inflation ist zuletzt in Deutschland auf zehn Prozent gestiegen, die Sorgen um die Sicherheit der Energieversorgung werden nicht geringer. Deshalb bleibt abzuwarten, ob die aktuelle Stabilisierung von Dauer ist oder angesichts des kommenden Winters eine weitere Verschärfung der Lage befürchtet werden muss.“

In welchem Umfang die beschlossenen Maßnahmen zur Deckelung der Energiepreise die Inflation dämpfen werden kann aktuell noch nicht beurteilt werden. Solange die Inflation hoch bleibt und Zweifel an einer uneingeschränkten Energieversorgung bestehen, wird sich das Konsumklima nicht spürbar und nachhaltig erholen können.

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

## **Absturz der Einkommenserwartung – zumindest vorerst - gestoppt**

Nach dem Absturz im Vormonat auf ein historisches Rekordtief erholt sich die Einkommenserwartung im Oktober leicht. Mit einem Plus von 7,2 Punkten wird allerdings nur ein Bruchteil der Vormonatsverluste

kompensiert. Aktuell weist der Indikator -60,5 Punkte auf. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus derzeit fast 84 Punkte.

Trotz des Anstieges in diesem Monat kann sicherlich keine Entwarnung gegeben werden. Explodierende Energie- und Lebensmittelpreise vermindern die Kaufkraft der Einkommen der privaten Haushalte und sorgen für den anhaltenden Einkommenspessimismus. Und nach den bislang vorliegenden Prognosen soll die Inflation auch im kommenden Jahr hoch bleiben.

### **Anschaffungsneigung mit geringem Zuwachs**

Nachdem die Konsumneigung acht Mal in Folge Einbußen hinnehmen musste, gewinnt sie aktuell wieder leicht hinzu. Mit einem Plus von zwei Punkten erreicht der Indikator -17,5 Punkte. Er liegt damit noch immer deutlich niedriger als während der Corona-Lockdowns in den vergangenen beiden Jahren. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus knapp 37 Punkte.

Angesichts der stark gestiegenen Energiepreise müssen die Haushalte davon ausgehen, künftig wesentlich mehr finanzielle Mittel für das Heizen aufwenden zu müssen. Dieses Geld fehlt damit für andere Anschaffungen und entsprechend wird die Konsumneigung auch in den kommenden Monaten niedrig bleiben.

### **Konjunkturaussichten stabilisieren sich auf sehr niedrigem Niveau**

Im Gegensatz zur Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung kann die Konjunkturerwartung im Oktober nicht zulegen. Der Indikator verliert minimale 0,3 Zähler und sinkt damit auf -22,2 Punkte. Im Vergleich zu Oktober 2021 beträgt das Minus knapp 69 Punkte.

Die Verbraucher gehen davon aus, dass Deutschland in eine Rezession rutschen wird. Experten bestätigen diese Einschätzung und prognostizieren, dass das Bruttoinlandsprodukt 2023 um etwa ein halbes Prozent zurückgehen wird.

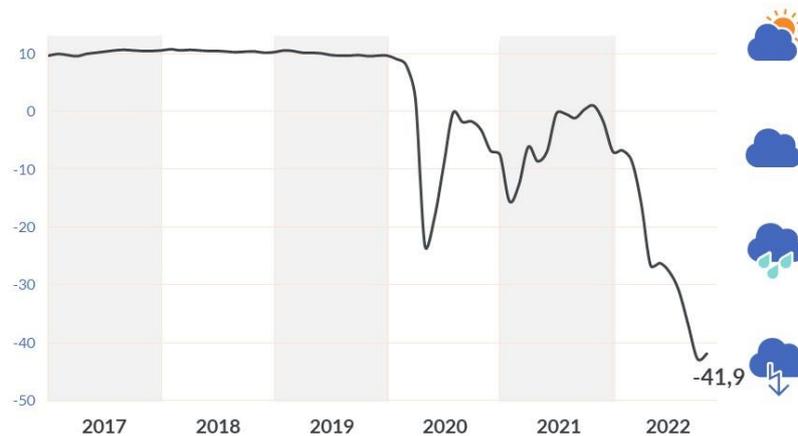
Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Oktober im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Oktober 2022	September 2022	Oktober 2021
Konjunkturerwartung	-22,2	-21,9	46,6
Einkommenserwartung	-60,5	-67,7	23,3
Anschaffungsneigung	-17,5	-19,5	19,4
Konsumklima	-42,8	-36,8	0,4

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

### Vorerst kein weiterer Absturz des Konsumklimas

November 2022



10/27/2022

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 10/22

© GfK

### Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2022:

- 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. Oktober 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](mailto: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.**