



# Pressemitteilung

## Konsumklima steigt zum dritten Mal in Folge

21. Dezember 2022

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

**Nürnberg, 21. Dezember 2022 – Zum Ende des Jahres 2022 verbessert sich die Verbraucherstimmung in Deutschland noch einmal. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung wie auch die Anschaffungsneigung gewinnen hinzu. GfK prognostiziert für das Konsumklima für Januar 2023 -37,8 Punkte und damit 2,3 Punkte mehr als im Dezember dieses Jahres (revidiert -40,1 Punkte). Dies sind die Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Dezember 2022.**

Damit setzt das Konsumklima seine vorsichtige Erholung fort. Moderatere Energiepreise als ursprünglich erwartet sowie die Entlastungspakete der Bundesregierung zur Dämpfung der Energiekosten sorgen für den zurückgehenden Pessimismus.

„Mit dem dritten Anstieg in Folge arbeitet sich das Konsumklima langsam aus dem Tief. Das Licht am Ende des Tunnels wird etwas heller“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte.** „Die Maßnahmen der Bundesregierung zur Abfederung der explodierenden Energiekosten zeigen offenbar ihre Wirkung. Dennoch kann noch keine Entwarnung gegeben werden. Die Erholung des Konsumklimas, wie wir sie derzeit sehen, steht noch auf wackeligen Füßen. Sollte sich zum Beispiel die geopolitische Lage wieder verschärfen und zu einer deutlichen Erhöhung der Energiepreise führen, würde das Licht am Ende des Tunnels sehr schnell wieder dunkler werden oder sogar ganz erlöschen.“

Trotz der leichten Verbesserung befindet sich das Konsumklima nach wie vor an einem Tiefpunkt. Folglich wird der ausbleibende Konsum auch im kommenden Jahr eine Belastung für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland bleiben.

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

## Einkommenserwartung mit erneutem Anstieg

Bereits zum dritten Mal in Folge legt die Einkommenserwartung im Dezember 2022 zu. Mit einem Plus von 10,9 Zählern klettert der Einkommensindikator auf -43,4 Punkte. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus jedoch immer noch gut 50 Punkte.

Die Gründe für diese leichte Entspannung liegen zum einen darin begründet, dass sich die Preise für Energie in den letzten Wochen etwas moderater entwickelt haben. Auf der anderen Seite zeigen offenbar die Entlastungspakete der Bundesregierung zur Dämpfung der Energiekosten Wirkung. Zusätzlich bestärken die ersten Tarifabschlüsse für 2023 die Konsumenten in der Hoffnung, dass die zu erwartenden Kaufkraftverluste nicht ganz so heftig ausfallen dürften wie befürchtet.

### **Anschaffungsneigung stabilisiert sich auf niedrigem Niveau**

Nachdem die Anschaffungsneigung von Herbst 2021 bis Herbst 2022 einen dauerhaft fallenden Trend aufwies, scheint sie sich nun zu stabilisieren. Der Indikator gewinnt im Dezember 2,3 Zähler hinzu und weist nun -16,3 Punkte auf. Im Vorjahresvergleich reduziert sich das Minus auf -17,1 Punkte.

Trotz des leichten Anstiegs bleibt die Kaufzurückhaltung groß. Die Verunsicherung durch die multiplen Krisen, wie Pandemie, Ukraine-Krieg und Inflation, ist nach wie vor hoch. Vor allem die Erwartung deutlich höherer Heizkostenabrechnungen im Frühjahr 2023 veranlasst offenbar eine Reihe von Konsumenten dazu, Geld zurückzulegen. Diese Mittel fehlen dem Konsum an anderer Stelle. Auf der anderen Seite stützt die anhaltend stabile Beschäftigungslage die Konsumneigung, da die Angst vor Arbeitslosigkeit derzeit gering ist.

### **Konjunkturerwartung arbeitet sich nur langsam aus dem Keller**

Ähnlich den Einkommensaussichten lässt auch die Konjunkturerwartung ihre Tiefststände nach und nach hinter sich. Zum zweiten Mal in Folge legt der Indikator zu. Aktuell gewinnt er 7,6 Zähler und steigt damit auf -10,3 Punkte. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus -27,4 Punkte.

Nach wie vor gehen die deutschen Konsumenten davon aus, dass Deutschland im kommenden Jahr in eine Rezession rutschen wird. Allerdings dürfte sie weniger tief ausfallen, als noch vor einigen Monaten befürchtet wurde. Gegenwärtig gehen die Wirtschaftsexperten davon aus, dass das Bruttoinlandsprodukt 2023 um etwa ein halbes Prozent sinken wird. Dabei wird der Konsum aufgrund der beträchtlichen Kaufkraftverluste der privaten Haushalte keinen positiven Beitrag leisten können.

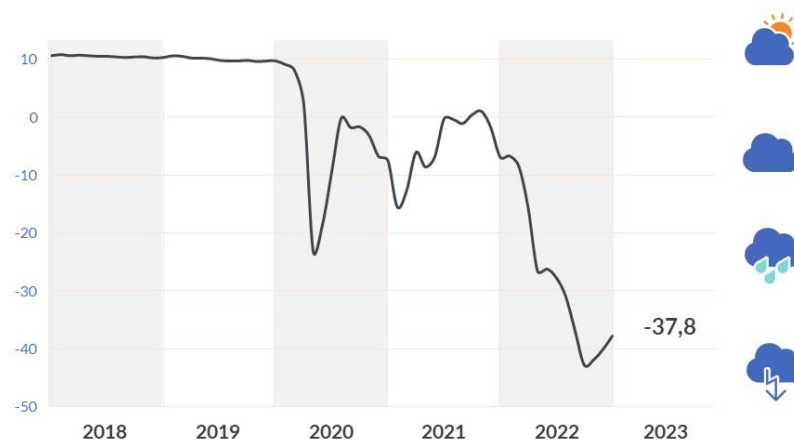
Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Dezember im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Dezember 2022	November 2022	Dezember 2021
<b>Konjunkturerwartung</b>	-10,3	-17,9	17,1
<b>Einkommenserwartung</b>	-43,4	-54,3	6,9
<b>Anschaffungsneigung</b>	-16,3	-18,6	0,8
<b>Konsumklima</b>	-40,1	-41,9	-1,8

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

### Konsumklima steigt zum dritten Mal in Folge

Januar 2023



12/21/2022

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 12/22

© GfK

### Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- Dienstag, 24.1.2023, 8 Uhr
- Freitag, 24.2.2023, 8 Uhr
- Mittwoch, 29.3.2023, 8 Uhr
- Mittwoch, 26.4.2023, 8 Uhr
- Donnerstag, 25.5.2023, 8 Uhr
- Mittwoch, 28.6.2023, 8 Uhr

- Donnerstag, 27.7.2023, 8 Uhr
- Dienstag, 29.8.2023, 8 Uhr
- Mittwoch, 27.9.2023, 8 Uhr
  
- Donnerstag, 26.10.2023, 8 Uhr
- Dienstag, 28.11.2023, 8 Uhr
- Mittwoch, 20.12.2023, 8 Uhr

## Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 1. bis 12. Dezember 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 – **G**rowth from **K**nowledge.