



Pressemitteilung

Hoffnungsvoller Start des Konsumklimas in das Jahr 2023

24. Januar 2023

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

Nürnberg, 24. Januar 2023 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland startet mit etwas mehr Optimismus in das Jahr 2023. Sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartung erholen sich weiter und legen spürbar zu. Die Anschaffungsneigung setzt ihr Auf und Ab der letzten Monate fort und verliert aktuell leicht. GfK prognostiziert für das Konsumklima für Februar 2023 -33,9 Punkte und damit 3,7 Punkte mehr als im Januar dieses Jahres (revidiert -37,6 Punkte). Dies sind die Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Januar 2023.

Damit verbessert sich das Konsumklima zum vierten Mal in Folge. Weniger stark steigende Preise für Energie - auch aufgrund kostendämpfender Maßnahmen der Bundesregierung - sind in erster Linie für den erfreulichen Start verantwortlich.

„Mit dem vierten Anstieg in Folge festigt sich der positive Trend des Konsumklimas. Auch wenn das Niveau noch sehr niedrig ist, hat der Pessimismus zuletzt doch nachgelassen“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte**. „Sinkende Preise für Energie, wie Benzin und Heizöl, haben dafür gesorgt, dass die Konsumstimmung weniger trüb ist. Dennoch wird das Jahr 2023 für die Binnenkonjunktur schwierig bleiben. Der private Konsum wird in diesem Jahr keinen positiven Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten können. Darauf deutet auch das nach wie vor sehr niedrige Niveau des Indikators hin“.

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 legt spürbar zu

Die Einkommensaussichten der Verbraucher bleiben auf Erholungskurs. Der Indikator lässt sein Rekordtief vom September 2022 mehr und mehr hinter sich und gewinnt im Januar 11,2 Punkte hinzu. Er klettert damit auf -32,2 Punkte. Dies ist der vierte Anstieg in Folge. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus jedoch noch immer gut 49 Punkte. Das heißt, das Niveau ist nach wie vor sehr niedrig.

Neben der moderateren Entwicklung der Energiepreise in den letzten Wochen dürften auch die Entlastungspakete der Bundesregierung zur Dämpfung der Energiekosten die Einkommensstimmung gestützt haben. So ist im Dezember auch der Rückgang der Inflationsrate von 10 Prozent auf 8,6 Prozent teilweise auf entsprechende Maßnahmen der Politik, wie zum Beispiel die Übernahme der Abschlagszahlung für Gas, zurückzuführen. Somit gehen die Konsumenten davon aus, dass die realen Einkommenseinbußen nicht so drastisch ausfallen werden, wie noch vor einigen Wochen befürchtet wurde.

Anschaffungsneigung bleibt im Keller

Die Anschaffungsneigung büßt ihre Zugewinne aus dem Vormonat aktuell wieder komplett ein. Der Indikator verliert 2,4 Punkte und weist -18,7 Zähler auf. Damit setzt sich das regelmäßige Auf und Ab der letzten Monate auch zu Jahresbeginn 2023 fort. Im Vergleich zu Januar 2022 weist die Anschaffungsneigung derzeit ein Minus von knapp 24 Punkten auf.

Die Anschaffungsneigung kann momentan nicht von der spürbaren Erholung der Einkommensstimmung profitieren. Nach wie vor ist die Verunsicherung angesichts der multiplen Krisen, wie Pandemie, Ukraine-Krieg und Inflation sehr ausgeprägt. Ein wesentlicher Teil dieser Verunsicherung stammt offenbar aus der Tatsache, dass viele Haushalte in den kommenden Monaten deutlich höhere Beträge für ihre Heizkostenabrechnung erwarten. Hierfür legen sie bereits jetzt Geld auf die Seite. Dies fehlt natürlich im Moment für andere Ausgaben, wie zum Beispiel Anschaffungen.

Konjunkturerwartung klettert auf Vorkriegsniveau

Wie die Einkommenserwartung legen auch die Konjunkturaussichten der Verbraucher zu Jahresbeginn deutlich zu. Mit dem dritten Anstieg in Folge gewinnt der Konjunkturindikator 9,7 Punkte hinzu und steigt auf -0,6 Punkte. Damit hat die Konjunkturstimmung fast wieder ihren langjährigen Durchschnittswert erreicht, der bei etwa null Punkten liegt. Ein besserer Wert als aktuell wurde zuletzt vor Beginn des Ukraine-Krieges im Februar 2022 mit 24,1 Punkten gemessen.

Die Konsumenten gewinnen offenbar zunehmend den Eindruck, dass die Rezession, in die die deutsche Wirtschaft nach Einschätzung vieler Experten in diesem Jahr rutschen soll, weniger scharf ausfallen wird, als noch vor einigen Wochen befürchtet, vielleicht sogar ganz vermieden werden kann.

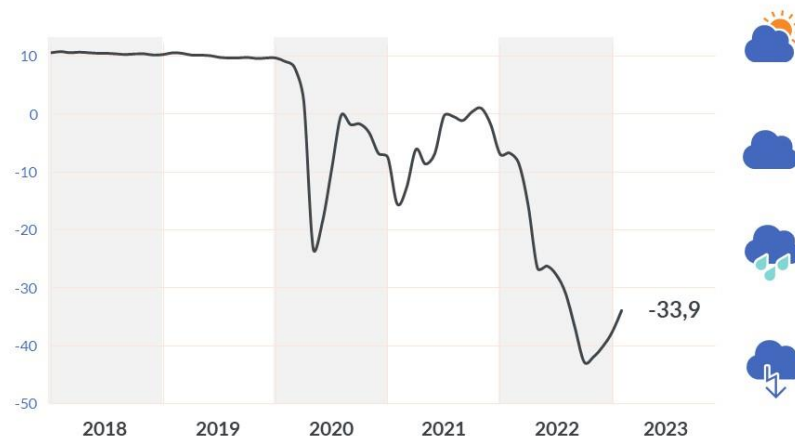
Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Januar im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Januar 2023	Dezember 2022	Januar 2022
Konjunkturerwartung	-0,6	-10,3	22,8
Einkommenserwartung	-32,2	-43,4	16,9
Anschaffungsneigung	-18,7	-16,3	5,2
Konsumklima	-37,6	-40,1	-6,9

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

Hoffnungsvoller Start des Konsumklimas in das Jahr 2023

Februar 2023



01/24/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 1/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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 5. bis 16. Januar 2023. 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.**