



Pressemitteilung

Konsumklima setzt Erholung fort

24. Februar 2023

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

Nürnberg, 24. Februar 2023 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland bleibt auch im Februar klar auf Erholungskurs. Sowohl die Konjunktur- als auch die Einkommenserwartung legen spürbar zu. Die Anschaffungsneigung setzt dagegen ihr ständiges Auf und Ab fort und gewinnt aktuell nur leicht hinzu. GfK prognostiziert für das Konsumklima für März -30,5 Punkte und damit 3,3 Punkte mehr als im Februar dieses Jahres (revidiert -33,8 Punkte). Dies sind die Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Februar 2023.

Damit setzt die Konsumstimmung ihre im Herbst 2022 begonnene Verbesserung nach dem Rekordtief weiter fort. Für das Konsumklima ist dies bereits der fünfte Anstieg in Folge.

„Trotz anhaltender Krisen, wie dem Ukraine-Krieg, einer schwächelnden Weltwirtschaft sowie hohen Inflationsraten, kann das Konsumklima ein weiteres Mal spürbar zulegen. Es bleibt damit klar auf Erholungskurs, wenn das Niveau auch weiterhin niedrig bleibt. Der Pessimismus der Verbraucher, der im Herbst des vergangenen Jahres seinen absoluten Höhepunkt hatte, schwindet zusehends“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte**. „Zuletzt gesunkene Preise für Energie, aber auch Meldungen, dass in diesem Jahr eine Rezession in Deutschland nach Einschätzung der Experten nun doch vermieden werden kann, lassen den Optimismus ganz langsam zurückkehren.“

Trotz des zuletzt deutlich besseren Konsumklimas bleibt das Niveau des Indikators allerdings niedrig. Dies deutet darauf hin, dass der private Konsum in diesem Jahr keinen positiven Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland leisten kann.

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

Einkommensaussichten bleiben im Aufwind

Die Einkommenserwartungen der deutschen Konsumenten setzen ihren Aufwärtstrend ebenfalls fort. Der Indikator klettert nach einem Plus von 4,9 Punkten auf -27,3 Zähler. Auch hier ist es der fünfte Anstieg in Folge.

Bemerkenswert ist zudem, dass die Einkommensstimmung seit ihrem absoluten Tief im September 2022 gut 40 Punkte hinzugewonnen hat.

Neben dem stabilen Arbeitsmarkt sorgen die zuletzt weniger stark gestiegenen Energiepreise für den zunehmenden Optimismus. Dennoch müssen die deutschen Verbraucher von einer negativen Entwicklung ihrer realen verfügbaren Einkommen ausgehen. Schuld daran ist die Preisentwicklung, die nach bisherigen Prognosen in diesem Jahr etwas höher sein wird als der Zuwachs der Einkommen der Haushalte.

Anschaffungsneigung zwischen Hoffen und Bangen

Das ständige Auf und Ab der Anschaffungsneigung, das seit September 2022 zu beobachten ist, setzt sich auch in diesem Monat fort. Nach den leichten Verlusten des Vormonats legt der Indikator nun wieder etwas zu. Mit einem Plus von 1,4 Punkten weist die Konsumneigung nun -17,3 Punkte auf.

Damit kann die Anschaffungsneigung wiederum nicht von der deutlichen Erholung der Einkommenserwartungen profitieren. Dies ist sicherlich Ausdruck der anhaltenden Verunsicherung, die neben den Krisen vor allem durch die hohe Inflation verursacht wird. Wenn auch bei Energie zuletzt der extreme Preisdruck etwas nachgelassen hat, wird die Inflation in diesem Jahr hoch bleiben und die Anschaffungsneigung weiter belasten. Denn wenn deutlich mehr für Energie und Lebensmittel bezahlt werden muss, fehlen finanzielle Mittel für andere Ausgaben beziehungsweise Anschaffungen.

Konjunkturerwartung setzt Aufwärtstrend fort

Im Gleichklang mit den Einkommenserwartungen setzen auch die Konjunkturaussichten ihren klaren Aufwärtstrend in diesem Monat fort. Nach einem Plus von 6,6 Punkten klettert der Indikator auf 6,0 Punkte. Mit dem vierten Anstieg in Folge liegt er erstmals seit Ausbruch des Krieges wieder über seinem langjährigen Durchschnittswert von etwa null.

Offenbar sind die Konsumenten, ebenso wie die überwiegende Mehrheit der Experten, der Meinung, dass in diesem Jahr eine Rezession in Deutschland - wenn auch knapp - vermieden werden kann. Noch im Herbst des vergangenen Jahres ging man davon aus, dass eine Rezession in diesem Jahr nicht zu verhindern ist. Nach den aktuellen Prognosen der Bundesregierung in ihrem kürzlich veröffentlichten Jahreswirtschaftsbericht sowie der Europäischen Kommission wird nun allerdings ein minimales Plus des Bruttoinlandsproduktes in Deutschland von 0,2 Prozent prognostiziert.

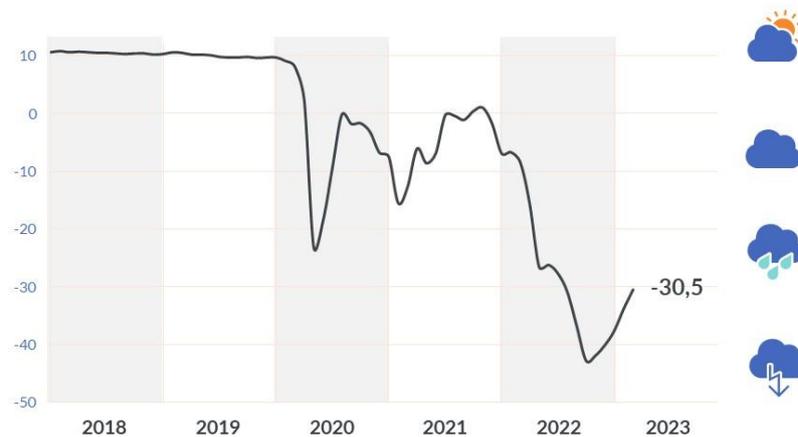
Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Februar im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Februar 2023	Januar 2023	Februar 2022
Konjunkturerwartung	6,0	-0,6	24,1
Einkommenserwartung	-27,3	-32,2	3,9
Anschaffungsneigung	-17,3	-18,7	1,4
Konsumklima	-33,8	-37,6	-6,9

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

Konsumklima setzt Erholung fort

März 2023



02/24/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 2/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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 2. bis 13. Februar 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 – **G**rowth from **K**nowledge.