



Pressemitteilung

Erholung setzt sich fort, aber mit nachlassender Dynamik

29. März 2023

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

Nürnberg, 29. März 2023 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland zeigt im März ein gemischtes Bild. Während die Einkommenserwartung ihre Erholung fortsetzt, zeigt sich die Anschaffungsneigung kaum verändert. Dagegen muss die Konjunkturerwartung nach zuvor vier Anstiegen in Folge einen ersten kleinen Rückschlag hinnehmen. GfK prognostiziert für das Konsumklima für April -29,5 Punkte und damit 1,1 Punkte mehr als im März dieses Jahres (revidiert -30,6 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für März 2023.

Das Konsumklima setzt damit seine Erholung fort und legt zum sechsten Mal in Folge zu. Allerdings verringert sich die Dynamik gegenüber den vorherigen Monaten spürbar.

Der erneute Anstieg des Konsumklimas ist in erster Linie auf die positive Entwicklung der Einkommensaussichten zurückzuführen. Zum sechsten Mal in Folge kann der Indikator ein Plus verzeichnen und steigt im März um drei Zähler auf -24,3 Punkte. Dies ist der beste Wert seit zehn Monaten, seit er im Mai 2022 bei -23,7 Punkten lag. Trotz des positiven Trends bleibt das Niveau der Einkommenserwartung ausgesprochen niedrig.

„Die Einkommensaussichten profitieren derzeit von den zuletzt spürbar gesunkenen Preisen für Energie, speziell für Benzin und Heizöl. Dennoch wird die Inflation in diesem Jahr hoch bleiben, wenn sie auch nach den bislang vorliegenden Prognosen etwas niedriger sein wird als die im Jahr 2022 gemessenen 6,9 Prozent.“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK-**

Konsumexperte. „Die zu erwartenden Kaufkraftverluste verhindern eine nachhaltige Erholung der Binnennachfrage. So wird auch der private Konsum in diesem Jahr voraussichtlich keinen positiven Beitrag zur Konjunkturerwartung in Deutschland leisten können. Dies signalisiert auch das nach wie vor sehr niedrige Niveau des Konsumklimas.“

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

Anschaffungsneigung nahezu unverändert auf niedrigem Niveau

Die Anschaffungsneigung kann im März nicht von den verbesserten Einkommensaussichten profitieren. Der Indikator zeigt sich nach einem mageren Plus von 0,3 Punkten gegenüber dem Vormonat kaum verändert. Mit aktuell -17,0 Punkten liegt er zudem knapp 15 Zähler unter dem entsprechenden Wert des Vorjahres.

Diese stagnierende Entwicklung zeigt die nach wie vor bestehende Verunsicherung der Verbraucher. Stabile Beschäftigungsverhältnisse als positiver Faktor für die Konsumneigung und spürbare Kaufkrafteinbußen als belastender Faktor sorgen derzeit für die Entwicklung ohne klaren Trend.

Konjunkturerwartung verliert leicht

Im Gegensatz zu den Einkommensaussichten legt die Konjunkturerwartung im März eine kleine Verschnaufpause ein. Nach vier Anstiegen in Folge muss der Indikator wieder leichte Einbußen hinnehmen. Nach einem Minus von 2,3 Punkten sinkt er auf einen Wert von 3,7 Punkten. Die Konjunkturstimmung bleibt damit über ihrem langjährigen Durchschnitt von etwa null Punkten. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres steht sogar ein Plus von 12,6 Punkten zu Buche.

Ob eine Rezession in Deutschland vermieden werden kann, ist zuletzt wieder zweifelhafter geworden. Zumindest eine technische Rezession, also zwei aufeinanderfolgende Quartale mit einem Rückgang des Bruttoinlandsproduktes (BIP), ist wieder wahrscheinlicher geworden. Nachdem das BIP bereits im letzten Vierteljahr 2022 mit -0,4 Prozent im Minus war, ist auch ein leichter Rückgang im ersten Quartal 2023 möglich. Allerdings gehen die Experten derzeit davon aus, dass sich die deutsche Wirtschaft im zweiten Halbjahr wieder etwas erholen kann.

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

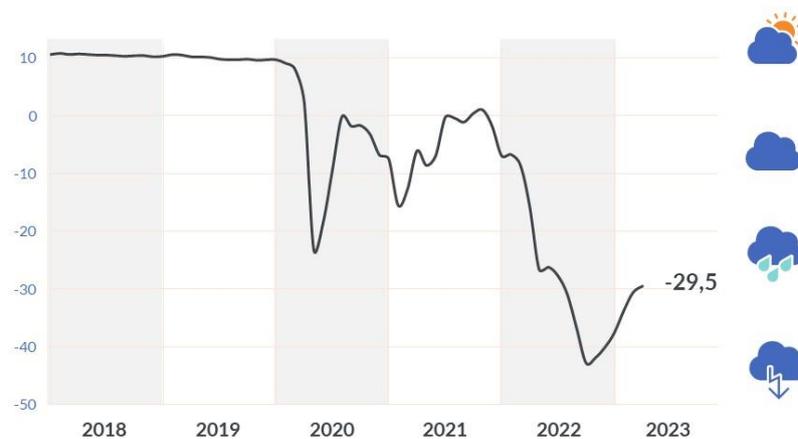
| | März 2023 | Februar 2023 | März 2022 |
|----------------------------------|-----------|--------------|-----------|
| Konjunktur- erwartung | 3,7 | 6,0 | -8,9 |
| Einkommens- erwartung | -24,3 | -27,3 | -22,1 |
| Anschaffungs- neigung | -17,0 | -17,3 | -2,1 |

| | | | |
|-------------|-------|-------|------|
| Konsumklima | -30,6 | -33,8 | -8,5 |
|-------------|-------|-------|------|

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

Konsumklima setzt Erholung fort; Dynamik lässt aber nach

April 2023



03/29/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 3/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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. März 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.