



Pressemitteilung

Konsumklima nimmt wieder Fahrt auf

26. April 2023

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

Nürnberg, 26. April 2023 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland hellt sich im April spürbar auf. Die Konjunktur- und Einkommenserwartungen erholen sich deutlich, während die Anschaffungsneigung moderate Zugewinne verzeichnet. GfK prognostiziert für das Konsumklima für Mai -25,7 Punkte und damit 3,6 Punkte mehr als im April dieses Jahres (revidiert -29,3 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für April 2023.

Mit dem siebten Anstieg in Folge nimmt das Konsumklima wieder mehr Fahrt auf. „Nachdem der Zuwachs im Vormonat eher gering ausfiel, steigt die Konsumentenstimmung in diesem Monat wieder deutlicher an,“ **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte.** „Allerdings bleibt der Wert nach wie vor unter dem Vor-Pandemie-Niveau vor etwa drei Jahren. Positiv ist außerdem zu verzeichnen, dass auch die Einkommenserwartungen zum siebten Mal in Folge zulegen können und damit erstmals wieder das Niveau vor dem Beginn des Ukraine-Krieges erreichen.“

Der erneute Zuwachs der Einkommenserwartung der Verbraucher ist der maßgebliche Treiber für die positive Entwicklung des Konsumklimas. Der Indikator steigt im April um 13,6 Punkte auf einen Wert von -10,7 Punkte. Dies ist der höchste Wert seit Februar 2022, also vor dem Beginn des Krieges in der Ukraine.

Wesentlicher Grund für die positive Entwicklung sind die moderateren Energiepreise. Hinzu kommen diverse Programme seitens der Politik, um sowohl für Haushalte als auch Unternehmen die hohen Energiepreise - zumindest teilweise - zu kompensieren. Zusammen mit den zu erwartenden tariflichen Einkommenszuwächsen gehen mehr und mehr Haushalte davon aus, dass die ursprünglich befürchteten hohen Kaufkraftverluste aufgrund der Inflation deutlich milder ausfallen werden.

Dennoch wird der private Konsum in diesem Jahr eher schwach bleiben und keinen positiven Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland leisten können. Darauf deutet auch das nach wie vor niedrige Niveau des Konsumindikators hin, trotz der aktuellen Zugewinne.

GfK SE
Sophie-Germain-Straße 3 – 5
90433 Nürnberg
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:
Lars Nordmark
(Interim CEO + CFO)
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Anschaffungsneigung mit moderaten Zuwächsen

Im Sog deutlich steigender Einkommensaussichten kann auch die Anschaffungsneigung im April zum dritten Mal in Folge zulegen. Nach einem moderaten Plus von 3,9 Punkten steigt sie auf -13,1 Punkte. Sie liegt damit nur noch 2,5 Zähler unter dem entsprechenden Wert des Vorjahres.

Trotz der Zuwächse ist das Niveau der Konsumneigung gegenwärtig noch niedriger als zu Zeiten der beiden pandemiebedingten Lockdowns im Frühjahr 2020 sowie Ende 2020/Anfang 2021. Viele Haushalte sind nach wie vor verunsichert, vor allem auch deshalb, weil nun die Abrechnungen für die vergangene Heizperiode anstehen und hier mit deutlich höheren Kosten zu rechnen ist. Dagegen wirken stabile Beschäftigungsverhältnisse stützend auf die Konsumneigung.

Konjunkturerwartung setzt Aufwärtstrend fort

Nach dem kleinen Rückschlag im Vormonat setzt die Konjunkturerwartung im April ihren Aufwärtstrend fort. Der Indikator gewinnt 10,6 Punkte hinzu und weist nun 14,3 Punkte auf. Damit stabilisiert sich die Konjunkturstimmung deutlich im positiven Bereich, das heißt über dem langjährigen Durchschnittswert des Indikators von etwa null Punkten. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres wird sogar ein Plus mehr als 30 Punkten gemessen.

Nach den momentan vorliegenden Prognosen steht der deutschen Wirtschaft kein einfaches Jahr 2023 bevor. Das vorhergesagte Wachstum für das Bruttoinlandsprodukt bewegt sich um die Nulllinie. Das heißt, die deutsche Wirtschaft wird 2023 stagnieren. Dabei soll das zweite Halbjahr etwas besser verlaufen als die ersten sechs Monate.

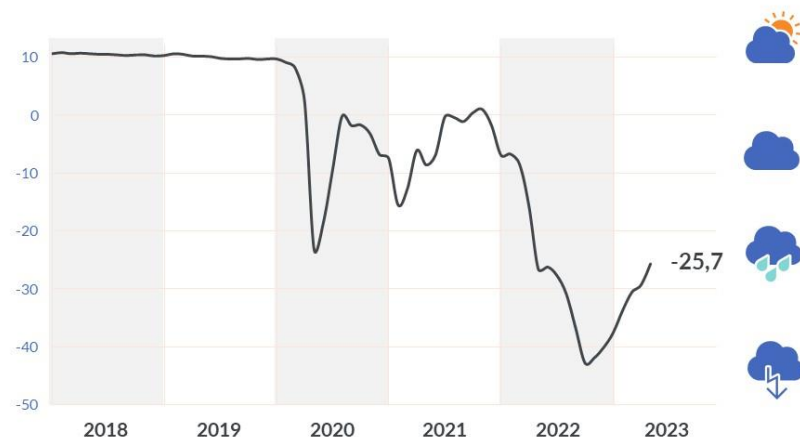
Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im April im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	April 2023	März 2023	April 2022
Konjunktur- erwartung	14,3	3,7	-16,4
Einkommens- erwartung	-10,7	-24,3	-31,3
Anschaffungs- neigung	-13,1	-17,0	-10,6
Konsumklima	-29,3	-30,6	-15,7

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

Konsumklima nimmt wieder Fahrt auf

Mai 2023



04/26/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 4/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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 30. März bis 11. April 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.**