



Pressemitteilung

Konsumklima mit schwachem Plus in die nächste Runde

25. Mai 2023

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

Nürnberg, 25. Mai 2023 – Nach der spürbaren Aufhellung im Vormonat zeigt die Verbraucherstimmung im Mai ein eher uneinheitliches Bild. Während die Einkommenserwartung zum achten Mal in Folge zulegt, müssen sowohl Anschaffungsneigung als auch Konjunkturerwartung leichte Einbußen hinnehmen. GfK prognostiziert für das Konsumklima für Juni -24,2 Punkte und damit 1,6 Punkte mehr als im Mai dieses Jahres (revidiert -25,8 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Mai 2023.

Der achte Anstieg des Konsumklimas wird in diesem Monat zu einem großen Teil durch einen Rückgang der Sparneigung um fünf Punkte gestützt. „Die Verbraucherstimmung zeigt momentan keinen klaren Aufwärtstrend. Folglich hat sich auch der Anstieg des Konsumklimas wieder etwas verlangsamt,“ **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte.** „Eine niedrigere Sparneigung hat in diesem Monat den Stillstand bei der Erholung des Konsumklimas verhindert. Die Konsumstimmung liegt aber weiterhin unter dem niedrigen Niveau des Frühjahr 2020 während des ersten Corona-Lockdowns.“

Eine weitere wesentliche Stütze für die leichte Erholung des Konsumklimas ist die Einkommenserwartung. Der Einkommensindikator legt im Mai ebenfalls zum achten Mal in Folge zu und klettert nach Zuwächsen von 2,5 Punkten auf -8,2 Zähler. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres ist dies immerhin ein Plus von 15,5 Punkten.

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

Vor allem die Erwartungen an signifikant höhere, tarifliche Einkommenszuwächse sind für das optimistischere Stimmungsbild verantwortlich. Viele Arbeitnehmer gehen davon aus, dass durch die Lohn- und Gehaltserhöhungen die Preissteigerungen zumindest teilweise kompensiert werden können. Damit würden die Kaufkraftverluste weniger gravierend ausfallen als ursprünglich befürchtet.

Weiterhin deutet das nach wie vor sehr niedrige Niveau des Konsumklimas aber darauf hin, dass der private Konsum in diesem Jahr

keinen wesentlichen Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland leisten wird. Die zu erwartenden Kaufkraftverluste werden reale Zuwächse bei der Binnenkonjunktur verhindern.

Anschaffungsneigung muss Einbußen hinnehmen

Die Anschaffungsneigung profitiert in diesem Monat nicht von der verbesserten Einkommenserwartung. Nach drei Anstiegen in Folge muss der Indikator einen Rückschlag hinnehmen. Er verliert drei Zähler und weist nun -16,1 Punkte auf. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus fünf Punkte.

Hohe Preise für die Lebenshaltung verunsichern die deutschen Verbraucher. Somit bleiben sie weiter überaus zurückhaltend bei ihren Anschaffungen. Hinzu kommt, dass die gegenwärtigen Diskussionen um das neue Heizungsgesetz der Regierung vor allem den Immobilienbesitzern Sorgen bereitet. Bei einem notwendigen Wechsel der Heizung würden zusätzliche Kosten durch energetische Sanierungsmaßnahmen, wie zum Beispiel Wärmedämmung, entstehen. Dies dürfte die Konsumneigung zusätzlich belasten.

Aufwärtstrend der Konjunkturerwartung unterbrochen

Die Konjunkturerwartung muss im Mai wieder einen Teil ihrer deutlichen Zugewinne aus dem Vormonat abgeben. Nach einem Minus von zwei Punkten sinkt der Konjunkturstimmungsindikator auf 12,3 Punkte. Im Vorjahresvergleich steht jedoch immer noch ein Plus von knapp 22 Punkten zu Buche.

Offenbar sind sich die Konsumenten unsicher, wie sich die deutsche Wirtschaft in den kommenden Monaten entwickeln wird. Zwar wird eine Rezession in diesem Jahr wahrscheinlich vermieden werden können, aber auch eine spürbare Belebung der Konjunktur scheint in weiter Ferne. Die Entwicklung wird vermutlich sehr stark vom Verhalten der Europäischen Zentralbank abhängen. Eine zu restriktive Geldpolitik durch zu viele und/oder zu große Zinsschritte würde die Gefahr einer Rezession stark erhöhen. Auf der anderen Seite muss sie auch das Ziel der Preisstabilität im Auge behalten und das erfordert wiederum eine restriktivere Geldpolitik.

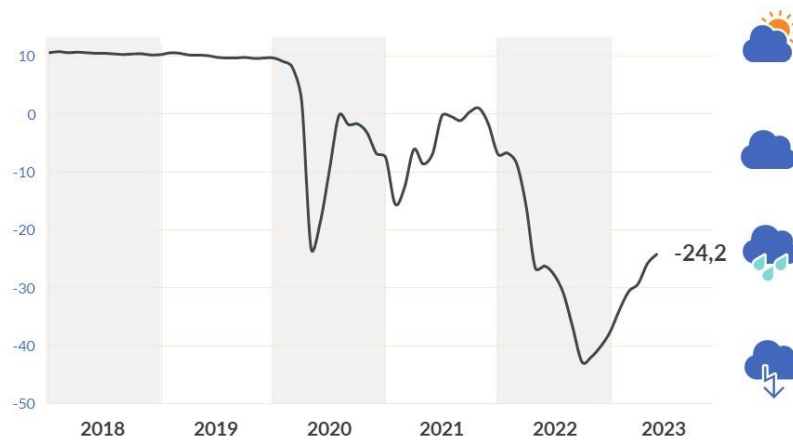
Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Mai im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Mai 2023	April 2023	Mai 2022
Konjunkturerwartung	12,3	14,3	-9,3
Einkommenserwartung	-8,2	-10,7	-23,7
Anschaffungsneigung	-16,1	-13,1	-11,1
Konsumklima	-25,8	-29,3	-26,6

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

Konsumklima mit schwachem Plus in die nächste Runde

Juni 2023



05/25/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 5/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- Mittwoch, 28.6.2023, 8 Uhr
- Donnerstag, 27.7.2023, 8 Uhr
- Dienstag, 29.8.2023, 8 Uhr
- Mittwoch, 27.9.2023, 8 Uhr

- Dienstag, 24.10.2023, 8 Uhr
- Dienstag, 28.11.2023, 8 Uhr
- Mittwoch, 20.12.2023, 8 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 4. bis 15. Mai 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.