



Pressemitteilung

Konsumklima erstmals wieder mit kleinem Rückschlag

28. Juni 2023

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

Nürnberg, 28. Juni 2023 – Die Verbraucherstimmung ist auch im Juni von einer zunehmenden Verunsicherung geprägt. Während die Anschaffungsneigung leicht zunimmt, müssen Konjunktur- und Einkommenserwartung Einbußen hinnehmen. GfK prognostiziert für das Konsumklima im Juli -25,4 Punkte und damit einen Punkt weniger als im Juni dieses Jahres (revidiert -24,4 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK Konsumklimastudie für Juni 2023.

Der Rückgang des Konsumklimas wird durch den erneuten Anstieg der Sparneigung um gut fünf Punkte verursacht. „Die aktuelle Entwicklung der Verbraucherstimmung deutet darauf hin, dass die Konsumenten wieder stärker verunsichert sind. Das zeigt sich unter anderem darin, dass die Sparneigung in diesem Monat wieder zunimmt,“ **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte**. „Nach acht Anstiegen in Folge muss das Konsumklima einen ersten Rückschlag hinnehmen. Nach wie vor hohe Inflationsraten von derzeit etwa sechs Prozent knabbern spürbar an der Kaufkraft der Haushalte und verhindern, dass der private Konsum seinen positiven Beitrag leisten kann.“

Folglich gehen in diesem Monat auch die Einkommensaussichten der Konsumenten nach zuvor acht Anstiegen in Folge um 2,4 Punkte zurück und weisen aktuell -10,6 Punkte auf. Die privaten Haushalte gehen davon aus, dass sie in diesem Jahr angesichts anhaltend hoher Inflationsraten reale Einkommenseinbußen hinnehmen müssen, die voraussichtlich durch tarifliche Lohn- und Gehaltssteigerungen nicht vollständig kompensiert werden können.

Somit wird der private Konsum in diesem Jahr keinen positiven Beitrag zur konjunkturellen Entwicklung in Deutschland leisten können und in der realen Betrachtung niedriger sein als im Vorjahr 2022. Ein Lichtblick könnte der sich bereits in den letzten Monaten andeutende Trend sein, dass die Inflationsraten weiter zurückgehen. Zwar werden die Kaufkraftverluste dennoch bestehen bleiben, aber weniger gravierend sein als ursprünglich befürchtet.

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 stagniert auf niedrigem Niveau

Im Gegensatz zu den Einkommensaussichten bleibt die Anschaffungsneigung im Großen und Ganzen stabil, wenn auch auf sehr niedrigem Niveau. Der Indikator gewinnt zwar 1,5 Punkte hinzu, mit aktuell -14,6 Zählern liegt er allerdings immer noch deutlich unter den Werten während der beiden pandemiebedingten Lockdown-Phasen im Frühjahr 2020 sowie Ende 2020/Anfang 2021.

Nach wie vor ist die Konsumneigung sehr schwach. Die Verunsicherung der Verbraucher und daraus resultierende Kaufzurückhaltung wird aktuell von zwei Seiten getrieben: durch anhaltend hohe Inflationsraten sowie die Diskussionen um das Heizungsgesetz. Wenn die Haushalte zum Beispiel für Lebensmittel deutlich mehr ausgeben müssen, stehen entsprechend weniger finanzielle Mittel für andere Anschaffungen zur Verfügung.

Hinzu kommt, dass vor allem Immobilienbesitzer im Rahmen des neuen Heizungsgesetzes befürchten, dass durch notwendige energetische Sanierungsmaßnahmen erhebliche zusätzliche finanzielle Belastungen auf sie zukommen. Dies dürfte ebenfalls Anschaffungen an anderer Stelle bremsen.

Konjunkturoptimismus schwächt sich spürbar ab

Der Konjunkturoptimismus der Verbraucher schwächt sich weiter ab. Nach den leichten Verlusten im Vormonat sind die Rückgänge in diesem Monat deutlich höher. Der Indikator verliert 8,6 Punkte und weist nun 3,7 Punkte auf. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Plus allerdings noch knapp 15 Punkte.

Der gesunkene Konjunkturoptimismus spiegelt die Verunsicherung der Verbraucher im Hinblick auf weitere wirtschaftliche Entwicklung wider. Auf der einen Seite ist die anhaltend stabile Beschäftigungslage eine wichtige Stütze, auf der anderen Seite sorgt die restriktive Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) für Konjunktursorgen. Zwar ist eine Normalisierung des Zinsniveaus auch vor dem Hintergrund der hohen Inflation wünschenswert und notwendig. Allerdings besteht auch die Gefahr, dass mit einer zu starken Leitzinserhöhung in einem sehr kurzen Zeitraum die Investitionsneigung der Wirtschaft zu stark geschwächt wird und Deutschland in eine Rezession abrutschen könnte. Somit bleibt es für die EZB eine Gratwanderung, um auf der einen Seite die Inflation auf das gewünschte Niveau von etwa 2 Prozent zurückzuführen und gleichzeitig eine zu starke Schwächung der Wirtschaft zu verhindern.

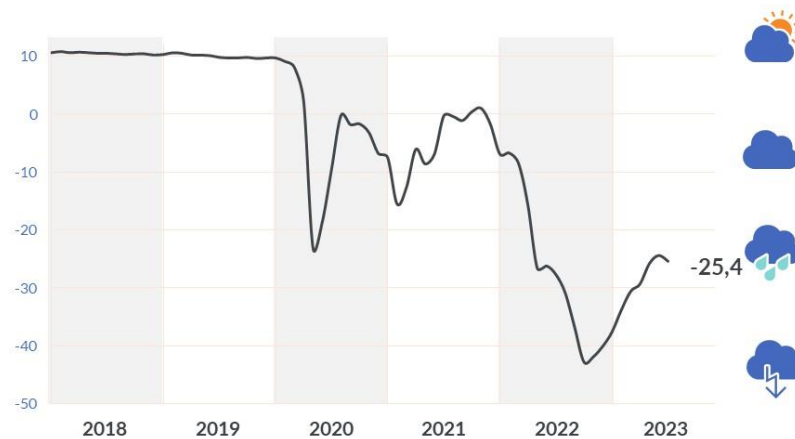
Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Juni im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Juni 2023	Mai 2023	Juni 2022
Konjunkturerwartung	3,7	12,3	-11,7
Einkommenserwartung	-10,6	-8,2	-33,5
Anschaffungsneigung	-14,6	-16,1	-13,7
Konsumklima	-24,4	-25,8	-26,2

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

Konsumklima erstmals wieder mit kleinem Rückschlag

Juli 2023



06/28/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 6/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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 1. bis 12. Juni 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.