



Pressemitteilung

Konsumklima holt Verluste des Vormonats wieder auf

27. Juli 2023

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

Nürnberg, 27. Juli 2023 – Nach einem leichten Rückgang im Vormonat stabilisiert sich die Verbraucherstimmung im Juli wieder. Die Einkommensaussichten legen moderat zu, während die Konjunkturerwartung und die Anschaffungsneigung nahezu unverändert gegenüber Juni sind. GfK prognostiziert für das Konsumklima im August -24,4 Punkte und damit 0,8 Punkte mehr als im Juli dieses Jahres (revidiert -25,2 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK Konsumklimastudie für Juli 2023.

Mit diesem leichten Zuwachs kompensiert das Konsumklima seine im Vormonat erlittenen Verluste vollständig, obwohl die Anschaffungs- und Sparneigung im Vergleich zum Vormonat nahezu unverändert bleiben. „Aktuell trägt ausschließlich die Einkommenserwartung zur Verbesserung der Konsumstimmung bei. Grund für den schwindenden Pessimismus ist vor allem die Hoffnung auf rückläufige Inflationsraten“, erklärt **Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte**. „Damit haben sich die Chancen, dass das Konsumklima seinen Erholungskurs wieder aufnehmen kann, etwas verbessert. Das Niveau wird in den kommenden Monaten aber dennoch niedrig bleiben und der private Konsum wird demnach keinen positiven Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten können.“

Einkommenserwartung auf höchstem Wert seit Februar 2022

Die privaten Haushalte sind beim Blick auf ihre Einkommensentwicklung aktuell wieder optimistischer, was vor allem an den weniger stark steigenden Preisen liegen dürfte. Der Indikator gewinnt 5,5 Zähler hinzu und klettert damit auf -5,1 Punkte. Dies ist der beste Wert seit Ausbruch des Ukrainekrieges. Im Februar 2022 wurden 3,9 Punkte gemessen.

Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Plus 40,6 Punkte. Dennoch wird der Einkommensindikator auch in den kommenden Monaten durch die inflationsbedingten Kaufkraftverluste der Haushalte belastet bleiben.

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 setzt stabile Entwicklung auf niedrigem Niveau fort

Im Gegensatz zu den Einkommensaussichten kann die Anschaffungsneigung kaum zulegen. Der Indikator gewinnt marginale 0,3 Zähler hinzu und weist aktuell -14,3 Punkte auf. Er liegt damit fast auf dem gleichen Niveau wie im Vorjahr (Juli 2022: -14,5 Punkte).

Die Stagnation der Konsumneigung auf niedrigem Niveau ist auf die anhaltend große Verunsicherung der Verbraucher zurückzuführen. Hohe Lebensmittel- und Energiepreise, der anhaltende Ukrainekrieg sowie die Sorgen vor steigenden Kosten durch Sanierungsmaßnahmen für Immobilien als Folge des Heizungsgesetzes veranlassen die Verbraucher mit ihren geplanten Anschaffungen derzeit vorsichtiger umzugehen.

Konjunkturoptimismus unverändert

Die Abschwächung der Konjunkturstimung, die in den beiden vorangegangenen Monaten zu beobachten war, ist – zumindest für den Moment – gestoppt worden. Der Indikator zeigt sich im Juli unverändert gegenüber dem Vormonat. Nach wie vor weist die Konjunkturerwartung 3,7 Punkte auf. Im Vorjahresvergleich beträgt das Plus knapp 22 Punkte.

Nach wie vor ist die stabile Beschäftigungslage eine wesentliche Stütze der deutschen Konjunktur. Allerdings sorgt die Geldpolitik der Europäischen Zentralbank (EZB) für Verunsicherung unter den Konsumenten. Auf der einen Seite ist es sicherlich notwendig, die Inflation durch eine restriktivere Geldpolitik wieder auf ein akzeptables Maß zurückzuführen. Auf der anderen Seite besteht die Gefahr, durch eine zu strenge Geldpolitik die ohnehin angeschlagene Wirtschaft weiter in die Rezession zu führen. Die kommenden Monate werden zeigen, inwieweit der eingeschlagene Weg der EZB das gewünschte Ergebnis gebracht hat.

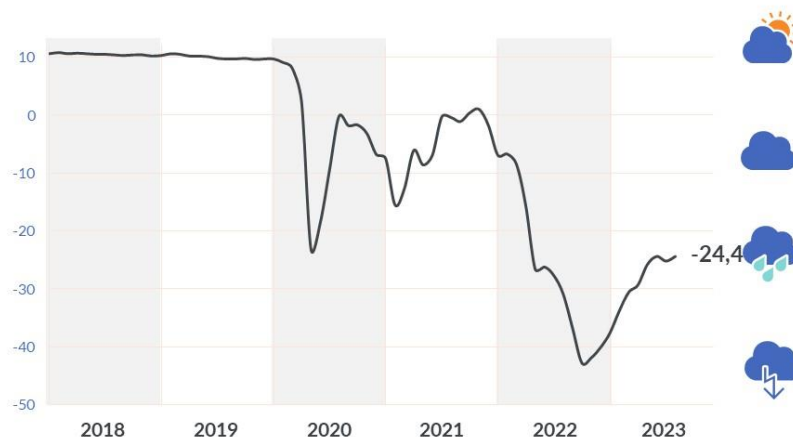
Die folgende Tabelle zeigt die Werte der einzelnen Indikatoren im Juli im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	Juli 2023	Juni 2023	Juli 2022
Konjunkturerwartung	3,7	3,7	-18,2
Einkommenserwartung	-5,1	-10,6	-45,7
Anschaffungsneigung	-14,3	-14,6	-14,5
Konsumklima	-25,2	-24,4	-27,7

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

Konsumklima holt Verluste des Vormonats wieder auf

August 2023



07/27/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 7/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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 6. bis 17. Juli 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 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

Weitere Informationen auf www.gfk.com/de.