



Pressemitteilung

Konsumklima weiterhin im Auf und Ab auf niedrigem Niveau

29. August 2023

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

Nürnberg, 29. August 2023 – Nach einer insgesamt stabilen Entwicklung im Vormonat muss die Verbraucherstimmung in Deutschland im August wieder einen Rückschlag hinnehmen. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung sind rückläufig. GfK prognostiziert für das Konsumklima im September -25,5 Punkte und damit 0,9 Punkte weniger als im August dieses Jahres (revidiert -24,6 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK Konsumklimastudie für August 2023.

Vor allem sinkende Einkommensaussichten und eine rückläufige Anschaffungsneigung sorgen dafür, dass das Konsumklima seine Gewinne aus dem Vormonat wieder verliert und damit seine stagnierende Entwicklung fortsetzt. „Das Konsumklima zeigt derzeit keinen klaren Trend, weder nach unten noch nach oben – und das auf einem insgesamt sehr niedrigen Niveau“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte**. „Die Chancen, dass sich die Konsumstimmung noch in diesem Jahr nachhaltig erholen kann, schwinden damit mehr und mehr. Anhaltend hohe Inflationsraten, vor allem für Lebensmittel und Energie, sorgen dafür, dass das Konsumklima derzeit nicht vorankommt.“

Da das Konsumklima voraussichtlich auch in den kommenden Monaten auf niedrigem Niveau verharren dürfte, bestätigt sich die Annahme, dass der private Konsum in diesem Jahr keinen positiven Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten wird und eher eine Belastung für die Wachstumsaussichten in Deutschland ist.

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

T +49 911 395 0

Vorstand:
Emilie Darolles
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:
John Blenke

Handelsregister:
Nürnberg HRB 25014

Steigende Preise belasten Einkommensaussichten

Die Einkommenserwartungen erleiden im August wieder einen kleinen Rückschlag. Der Indikator verliert gegenüber dem Vormonat 6,4 Punkte und weist nun -11,5 Punkte auf.

Damit haben sich auch bei den Einkommensaussichten die Hoffnungen auf eine nachhaltige Erholung vorerst zerschlagen. Die weiterhin stark

steigenden Preise für Lebensmitteln und Energie belasten die Kaufkraft der privaten Haushalte. Dies drückt auf die Einkommensstimmung. Zwar ist die Inflationsrate im Juli gegenüber dem Vormonat leicht gesunken, mit aktuell 6,2 Prozent bleibt sie aber anhaltend hoch. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes stiegen die Preise für Nahrungsmittel im Juli um 11 Prozent. Energie verteuerte sich im gleichen Zeitraum um 5,7 Prozent.

Anschaffungsneigung im Sog schwächerer Einkommensaussichten

Im Sog rückläufiger Einkommenserwartungen muss auch die Anschaffungsneigung im August Einbußen hinnehmen. Nach einem Minus von 2,7 Punkten sinkt der Indikator auf -17 Punkte. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus nun 1,3 Zähler.

Seit Sommer 2022 stagniert die Konsumneigung ohne klaren Trend auf einem insgesamt sehr niedrigen Niveau. Wesentlicher Grund für die anhaltende Kaufzurückhaltung sind sicherlich die stark gestiegenen Preise für Lebensmittel und Energie. Wenn für diese Produkte deutlich mehr Geld ausgegeben werden muss, stehen entsprechend weniger finanzielle Mittel für andere Anschaffungen und Ausgaben zur Verfügung.

Konjunkturpessimismus steigt spürbar

Die Verbraucher beurteilen die Konjunkturerwartung in Deutschland im August deutlich pessimistischer. Der Indikator Konjunkturerwartung rutscht nach einem Minus von 9,9 Punkten wieder in den negativen Bereich auf einen Wert von -6,2 Zählern. Dies ist der niedrigste Wert im Jahr 2023. Im Dezember 2022 wurde zuletzt mit -10,3 Punkten ein geringerer Wert gemessen.

Neben stark steigenden Preisen dürfte auch die zunehmende Sorge vor dem Verlust des Arbeitsplatzes wieder eine wichtigere Rolle spielen. So gab es nach aktuellen Angaben des Statistischen Bundesamtes im Mai dieses Jahres 19 Prozent mehr Unternehmensinsolvenzen als im Mai 2022. Steigende Insolvenzzahlen verunsichern die Beschäftigten, wenn es um die Sicherheit ihres Arbeitsplatzes geht.

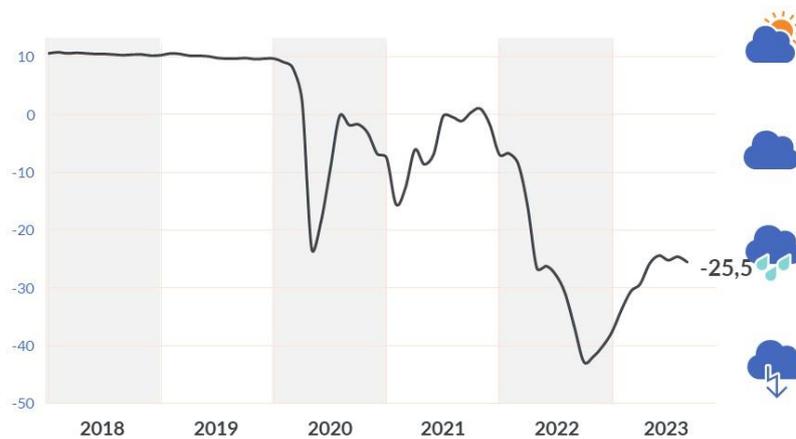
Die folgende Tabelle zeigt die Werte der einzelnen Indikatoren im August im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	August 2023	Juli 2023	August 2022
Konjunkturerwartung	-6,2	3,7	-17,6
Einkommenserwartung	-11,5	-5,1	-45,3
Anschaffungsneigung	-17,0	-14,3	-15,7
Konsumklima	-24,6	-25,2	-30,9

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

Konsumklima weiterhin im Auf und Ab auf niedrigem Niveau

September 2023



08/29/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 8/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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 3. bis 14. August 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.