



Pressemitteilung

Konsumklima: keine Erholung in Sicht für 2023

27. September 2023

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

Nürnberg, 27. September 2023 – Nach einer insgesamt negativen Entwicklung im Vormonat, geht die Verbraucherstimmung in Deutschland im September erneut leicht zurück. Die Konjunkturerwartung legt zwar etwas zu und auch die Einkommenserwartung sowie die Anschaffungsneigung verzeichnen minimale Zuwächse. Ein deutlicher Anstieg der Sparneigung lässt das Konsumklima allerdings erneut sinken. GfK prognostiziert für das Konsumklima im Oktober -26,5 Punkte und damit 0,9 Punkte weniger als im Vormonat (revidiert -25,6 Punkte). Dies sind Ergebnisse der GfK Konsumklimastudie für September 2023.

Die Sparneigung klettert nach einem Plus von 7,5 Punkten auf einen Wert von 8,0 Zählern und damit auf den höchsten Stand seit April 2011 mit damals 8,8 Punkten. Dieser deutliche Anstieg lässt das Konsumklima zum zweiten Mal in Folge leicht sinken. „Damit dürften die Chancen auf eine Erholung der Konsumstimmung noch in diesem Jahr auf Null gesunken sein“, **erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte**. „Gründe dafür sind eine anhaltend hohe Inflationsrate aufgrund stark steigender Lebensmittel- und Energiepreise. Somit wird der private Konsum in diesem Jahr keinen positiven Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung leisten.“

Für eine signifikante Verbesserung der Binnennachfrage ist es absolut notwendig, dass die Inflationsrate wieder auf ein erträgliches Maß zurückgeführt wird. Die Europäische Zentralbank strebt dabei für die Euro-Länder eine Rate von etwa 2 Prozent an. Wann diese Größe erreicht sein wird, ist bislang nicht abzusehen.

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

Einkommensaussicht stabilisiert sich

Nach den spürbaren Verlusten im Vormonat stabilisiert sich die Einkommenserwartung im September. Der Indikator zeigt sich nach einem minimalen Plus von 0,2 Punkten mit -11,3 Punkten nahezu unverändert.

Die hohe Inflationsrate von derzeit 6,1 Prozent drückt auf die Kaufkraft der privaten Haushalte und verhindert damit auch eine nachhaltige Erholung

der Einkommensstimmung. Vor allem die stark gestiegenen Lebensmittelpreise belasten die Haushalte spürbar. Hinzu kommt, dass auch die Energiepreise, etwa für Benzin und Heizöl, zuletzt wieder leicht zugelegt haben.

Anschaffungsneigung verharrt auf sehr niedrigem Niveau

Die Anschaffungsneigung tritt weiter auf der Stelle. Der Indikator gewinnt nur 0,6 Punkte hinzu und weist mit -16,4 Punkten nach wie vor einen sehr niedrigen Wert auf. Seit mehr als einem Jahr verharrt die Konsumneigung nun in diesem Bereich. Ein im Vergleich noch niedrigeres Niveau wurde zuletzt während der schweren Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahre 2008 gemessen.

Der Indikator stagniert und zeigt keinen klaren Trend. Steigende Ausgaben für Lebensmittel und Energie belasten die Budgets der privaten Haushalte und lassen weniger finanzielle Mittel für andere, vor allem größere, Anschaffungen. Folglich wird die Konsumfreude erst dann wieder zurückkommen, wenn die Inflationsrate auf ein akzeptables Niveau zurückgeführt wird und die Haushalte spürbare reale Einkommenszuwächse verzeichnen können.

Konjunkturaussicht vorerst ohne weiteren Rückgang

Ähnlich der Einkommenserwartung stabilisiert sich auch die Konjunkturerwartung nach einem deutlichen Rückgang im Vormonat. Der Indikator gewinnt 2,8 Punkte hinzu und weist nun -3,4 Punkte auf.

Der deutschen Wirtschaft steht in diesem Jahr eine leichte Rezession bevor. Nach den aktuellen Prognosen sowohl des ifo Institutes für Wirtschaftsforschung (ifo) als auch dem Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) wird das Bruttoinlandsprodukt in diesem Jahr um 0,4 Prozent schrumpfen. Zudem hat die Dynamik auf dem Arbeitsmarkt nachgelassen. So erwarten das DIW für dieses Jahr einen Anstieg der Arbeitslosigkeit um etwa 150.000 Personen. Schließlich verstärken die steigenden Unternehmensinsolvenzen die Sorgen vieler Beschäftigter vor Jobverlust.

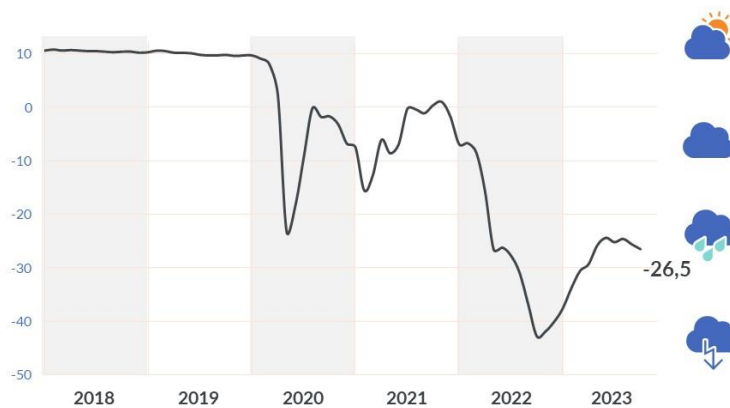
Die folgende Tabelle zeigt die Werte der einzelnen Indikatoren im September im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

	September 2023	August 2023	September 2022
Konjunkturerwartung	-3,4	-6,2	-21,9
Einkommenserwartung	-11,3	-11,5	-67,7
Anschaffungsneigung	-16,4	-17,0	-19,5
Sparneigung	8,0	0,5	0,9
Konsumklima	-25,6	-24,6	-36,8

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

Konsumklima: keine Erholung in Sicht für 2023

Oktober 2023



09/27/2023

Quelle: GfK-Studie, kofinanziert durch Europäische Kommission | 9/23

© GfK

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2023:

- 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 31. August bis 11. September 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.