

Sendesperfrist: 30. Januar 2019, 8:00 Uhr



Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima erscheint am
26. Februar 2019, 8:00 Uhr

30. Januar 2019

Rolf Bürkl
T +49 911 395 3056
rolf.buerkl@gfk.com

Julia Richter
Public Relations
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Konsumklima im Aufwind

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Januar 2019

Nürnberg, 30. Januar 2019 – Die Stimmung der Verbraucher zeigt zu Jahresbeginn ein für das Konsumklima positive Entwicklung. Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung können ihr ohnehin hohes Niveau noch einmal übertreffen. Dagegen werden die generellen konjunkturellen Aussichten zum vierten Mal in Folge weniger optimistisch eingeschätzt. Für Februar sagt GfK einen Konsumklima-Wert von 10,8 Punkten nach revidiert 10,5 Zählern im Januar voraus. Aufgrund des guten Starts in das Jahr prognostiziert GfK für 2019 eine Zunahme des privaten Konsums in Deutschland von 1,5 Prozent.

Die Schere zwischen den Konjunktur- und Einkommensaussichten geht auch zu Jahresbeginn weiter auseinander. Zudem kann im Sog einer steigenden Einkommenserwartung auch die Anschaffungsneigung ihre Vormonatsverluste komplett kompensieren. Da auch die Sparneigung im Januar sinkt, kann das Konsumklima um 0,3 Punkte zulegen.

Talfahrt der Konjunkturerwartung hält an

Die Talfahrt der Konjunkturerwartung hält auch zu Beginn des neuen Jahres an. Im Januar sinkt der Indikator nach einem Minus von 3,4 Zählern auf 10,7 Punkte. Dies ist bereits der vierte Rückgang in Folge. Ein niedrigerer Wert wurde zuletzt vor knapp zwei Jahren, im Februar 2017, gemessen. Damals standen 9,7 Punkte zu Buche.

Die Verbraucher gehen davon aus, dass die deutsche Wirtschaft weiter an Schwung verlieren wird. Der nach wie vor schwelende Handelskonflikt zwischen den USA, China und der EU sowie die Hängepartie beim Brexit sorgen für schwindenden Optimismus hinsichtlich der weiteren gesamtwirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland. Vor allem die Exportentwicklung ist davon betroffen.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

T +49 911 395 0

Vorstand:
Peter Feld (CEO)
Bobby Rajan (CFO)

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Ralf Klein-Bölting

Registergericht:
Nürnberg HRB 25014

Bestätigt werden die Verbraucher durch die kürzlich vom Statistischen Bundesamt veröffentlichten Zahlen zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) für das vergangene Jahr. Demnach wuchs die deutsche Wirtschaft 2018 nur noch um 1,5 Prozent. In den beiden Jahren zuvor betrug der Anstieg jeweils 2,2 Prozent. Und auch für dieses Jahr sind die Aussichten eher verhalten. So geht der Internationale Währungsfond davon aus, dass das BIP in Deutschland im Jahr 2019 um 1,3 Prozent steigen wird.

Einkommenserwartung steigt spürbar an

Im Gegensatz zur Konjunkturerwartung starten die Einkommensaussichten mit einem spürbaren Anstieg in das neue Jahr 2019. Nach einem Plus von 6,1 Zählern klettert der Indikator auf 59,9 Punkte. Ein besserer Wert wurde mit 61,4 Punkten zuletzt im August 2017 gemessen.

Damit koppelt sich der Einkommensindikator weiter von den Konjunkturaussichten ab. Dies mag auf den ersten Blick überraschen. Wenn man aber die anhaltend gute Lage auf dem Arbeitsmarkt berücksichtigt, ist diese Entwicklung durchaus nachvollziehbar. Der hohe und noch zunehmende Beschäftigungsstand in Verbindung mit dem Fachkräftemangel in einer Reihe von Branchen stärkt die Verhandlungsposition der Arbeitnehmer in den Tarifgesprächen. Und von steigenden Löhnen profitieren auch die Rentner, deren Altersbezüge an die Lohnentwicklung gekoppelt sind. Zudem soll sich in diesem Jahr die positive Arbeitsmarktentwicklung, wenn auch etwas weniger dynamisch, fortsetzen.

Anschaffungsneigung legt zu

Im Sog zunehmender Einkommenserwartungen legt auch die Anschaffungsneigung aktuell zu. Der Indikator steigt um 4,5 Zähler auf 57,6 Punkte. Damit werden die Verluste aus dem Vormonat vollständig kompensiert, denn im Dezember 2018 betrug das Minus 4,4 Punkte. Nach wie vor ist die Konsumlaune in Deutschland exzellent.

Die Verbraucher lassen sich bislang nicht durch die Konjunkturertrübung in ihrer Konsumneigung beeinträchtigen. Die anhaltend gute Beschäftigungssituation in Verbindung mit steigenden Einkommen sorgen dafür, dass die Verbraucher bereit sind, weiter Geld auszugeben. Zumal auch die Alternative zum Konsum, das Sparen, weiterhin nicht attraktiv ist. Im Gegenteil, aufgrund der Konjunkturertrübung ist es durchaus möglich, dass die Europäische Zentralbank die Geldschleusen wieder stärker öffnet. Dies würde den Druck auf die Zinsen wieder verstärken.

Konsumklima legt zu

Steigende Einkommensaussichten und eine zunehmende Anschaffungsneigung sorgen dafür, dass das Konsumklima wieder zulegt. Verstärkt wird dies noch durch eine im Januar sinkende Sparneigung. GfK geht für den Konsumklimaindikator im Februar von einem Wert von 10,8 Punkten aus

nach revidiert 10,5 Zählern im Januar. Somit kann man den Start in das Konsumjahr 2019 als glücklich ansehen.

Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte, erläutert: „Für das gesamte Jahr 2019 prognostiziert GfK einen realen Zuwachs der privaten Konsumausgaben in Deutschland in Höhe von 1,5 Prozent. Vor allem die erwartete positive Arbeitsmarktentwicklung in Verbindung mit positiven Einkommensaussichten werden die entscheidenden Stützen der Konsumkonjunktur sein. Dies setzt allerdings voraus, dass die Verunsicherung der deutschen Verbraucher im Hinblick auf die Konjunktur nicht wesentlich zunimmt. Sollte es zum Beispiel zu einer Eskalation im Handelsstreit kommen, die die Exportaussichten noch stärker beeinträchtigt, wäre das für die Exportnation Deutschland ein schlechtes Signal. Sollte dadurch die Angst vor Jobverlust bei den Arbeitnehmern wieder zunehmen, würde das unmittelbar das Konsumklima belasten und die Prognose gefährden.“

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

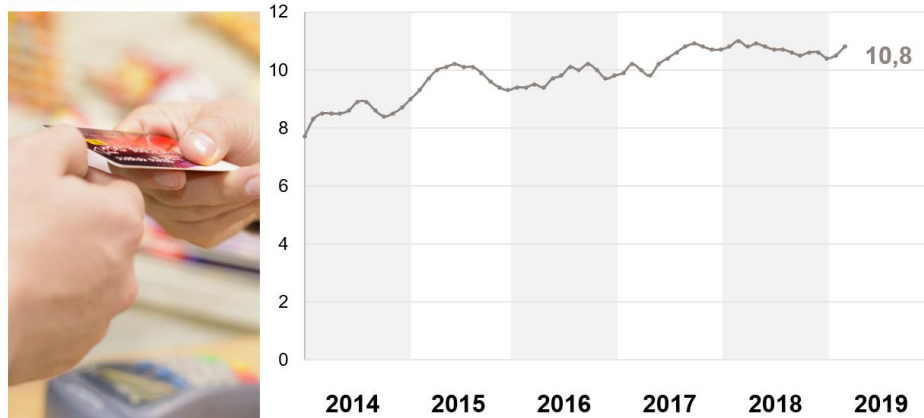
	Januar 2019	Dezember 2018	Januar 2018
Konjunkturerwartung	10,7	14,1	54,4
Einkommenserwartung	59,9	53,8	56,8
Anschaffungsneigung	57,6	53,1	60,4
Konsumklima	10,5	10,4	10,8

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

Konsumklima im Aufwind



Februar 2019



Quelle: GfK-Studie im Auftrag der Europäischen Kommission | 1/19

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine im ersten Quartal 2019

- Mittwoch, 30. Januar 2019, 8 Uhr
- Dienstag, 26. Februar 2019, 8 Uhr
- Dienstag, 26. März 2019, 8 Uhr

Zur Studie

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 4. bis 18. Januar 2019. 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, prognostiziert und ausführlich kommentiert. Darüber hinaus finden sich darin auch Informationen über die Ausgabevorhaben der Verbraucher für 20 Bereiche der Gebrauchsgüter-, Verbrauchsgüter- und Dienstleistungsmärkte. Die GfK-Konsumklimastudie wird seit 1980 durchgeführt.

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.

GfK prognostiziert für das Jahr 2019 einen Anstieg des privaten Konsums von 1,5 Prozent. 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.

Die Ergebnisse der Stimmungsbefragung stammen aus monatlich durchgeführten persönlichen Interviews bei etwa 2.000 Personen, die repräsentativ für die Bevölkerung in Deutschland sind. Dieses Befragungsinstrument unterliegt ständigen Qualitätskontrollen, vor allem auch im Hinblick auf seine Repräsentativität. Die ausgesprochen hohe Qualität dieser Erhebung zeigt sich auch daran, dass sie für Umfragen im Bereich der empirischen Rechtsforschung (z.B. Verwechslungsgefahr von Produkten) verwendet und anerkannt ist. Das heißt, die Ergebnisse haben Gutachterqualität und müssen jeweils vor Gericht standhalten.

Weitere Informationen: Rolf Bürkl, Tel. +49 911 395-3056, konsumklima@gfk.com



Über GfK

GfK verknüpft Daten mit wissenschaftlichen Methoden und liefert mit innovativen Lösungen die Antwort auf zentrale Geschäftsfragen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien – jetzt und in der Zukunft. Als Forschungs- und Analysepartner verspricht GfK seinen Kunden weltweit “Growth from Knowledge”. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de
Folgen Sie uns auf Twitter: http://www.twitter.com/gfk_de