



GfK Marktforschung

# Sperrfrist: 25. August 2011, 8.10 Uhr

## Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima  
erscheint am 27. September 2011

Datum  
25. August 2011

Rolf Bürkl  
GfK Marktforschung  
Tel. +49 911 395-3056  
Fax +49 911 395-53129  
[rolf.buerkl@gfk.com](mailto:rolf.buerkl@gfk.com)

Marion Eisenblätter  
Corporate Communications  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[marion.eisenblaetter@gfk.com](mailto:marion.eisenblaetter@gfk.com)

### Konsumklima verbucht nur moderaten Rückgang Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für August 2011

**Nürnberg, 25. August 2011 – Die Verbraucherstimmung entwickelt sich im August uneinheitlich. Während die Anschaffungsneigung ihr gutes Niveau noch einmal verbessern kann, müssen die Konjunkturerwartung starke und die Einkommenserwartung moderate Einbußen hinnehmen. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 5,3 Punkten im August für September einen Wert von 5,2 Punkten.**

Die Konsumneigung der Deutschen ist trotz der aktuellen Krisenstimmung an den Finanzmärkten erstaunlich robust und kann ihr ohnehin hohes Niveau im August erneut steigern. Die Verschärfung der internationalen Schuldenkrise und die zunehmende Angst vor einem Rückfall der Weltwirtschaft in die Rezession haben allerdings beim Konjunkturoptimismus der Bundesbürger deutliche Spuren hinterlassen. Die Konjunkturerwartungen brechen im August regelrecht ein. In deren Sog verzeichnen auch die Einkommenserwartungen der Deutschen moderate Einbußen.

#### Konjunkturerwartung: deutlicher Einbruch

Zum zweiten Mal in Folge muss die Konjunkturerwartung Einbußen hinnehmen. Nachdem das Minus im Vormonat noch vergleichsweise gering ausfiel, schlägt im August ein Einbruch in Höhe von 31,2 Punkten zu Buche. Die aktuell gemessenen 13,4 Punkte sind der niedrigste Wert des Indikators seit Juni 2010.

Die Verschärfung der Schuldenkrise, die zähen Verhandlungen um eine Erhöhung der Verschuldungsgrenze in den USA sowie die aufsteigenden Ängste um einen Rückfall der Weltwirtschaft in die Rezession ließen die Börsen rund um den Globus einknicken. Diese Entwicklung hat auch dem Konjunkturoptimismus der Bundesbürger schwer geschadet und den Indikator auf Talfahrt geschickt.

Die Verbraucher befürchten, dass die deutsche Konjunktur von der weltweiten Schwächephase angesteckt wird, wenn sich die Exportaussichten spürbar eintrüben. Folglich würde die große Dynamik der wirtschaftlichen Entwicklung hierzulande nachlassen.

GfK SE  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0  
Fax +49 911 395-2209  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)  
[www.gfk.com](http://www.gfk.com)

Vorstand:  
Prof. Dr. Klaus L. Wübbenhorst  
(Vorsitzender)  
Pamela Knapp (CFO)  
Dr. Gerhard Hausruckinger  
Petra Heinlein  
Debra A. Pruent  
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahlert

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

Diese Einschätzung der Verbraucher bestätigt der ifo-Geschäftsklimaindex, der sich im August deutlich verschlechtert. Obgleich die Unternehmen die aktuelle Geschäftsentwicklung noch als positiv einschätzen, haben sie ihre Erwartungen für das kommende halbe Jahr stark zurückgeschraubt.

Erste Spuren zeigen sich bereits in den kürzlich veröffentlichten Zahlen des Statistischen Bundesamtes. Demnach ist die deutsche Wirtschaft im zweiten Quartal nur noch schwach gewachsen, das Plus beim Bruttoinlandsprodukt betrug nach den vorläufigen Zahlen 0,1 Prozent im Vergleich zum ersten Vierteljahr.

### **Einkommenserwartung: geringe Verluste**

Im Sog der stark gesunkenen Konjunkturerwartungen müssen im August auch die Einkommensaussichten Einbußen hinnehmen. Mit einem Minus von 7 Punkten fallen die Verluste jedoch vergleichsweise gering aus. Aktuell weist der Indikator 27,6 Zähler auf und liegt damit noch deutlich im positiven Bereich.

Neben dem rückläufigen Konjunkturoptimismus fürchten die Deutschen, dass sie im Rahmen der Lösung der Schuldenkrise künftig verstärkt zur Kasse gebeten werden und rechnen mit finanziellen Belastungen. Zudem sind sie nach wie vor durch hohe und teilweise noch steigende Energiepreise belastet.

Trotz der aktuellen Verluste ist das Niveau noch immer überaus zufriedenstellend. Die Bundesbürger gehen nach wie vor davon aus, dass aufgrund der sehr guten Beschäftigungssituation eine positive Einkommensentwicklung zu erwarten ist.

### **Anschaffungsneigung zeigt sich krisenfest**

Im Gegensatz zu den rückläufigen Konjunktur- und Einkommenserwartungen zeigt sich die Konsumlaune der Verbraucher im August von der Krise unbeeindruckt. Sie kann ihr ohnehin schon hohes Niveau sogar noch einmal steigern. Der Indikator legt um 2,8 Punkte zu und weist nun einen Wert von 36,9 Zählern auf. Im Vergleich zum Vorjahresmonat ist dies ein Plus von 9 Punkten.

Die überaus erfreulichen Signale vom Arbeitsmarkt mit der Aussicht auf steigende Einkommen ist gegenwärtig der wesentliche Treiber für die Konsumlaune der Deutschen. Rückläufige Arbeitslosenzahlen sorgen für eine nachlassende Angst vor Jobverlust und damit für mehr Planungssicherheit. Diese ist vor allem im Hinblick auf größere Anschaffungen ein wichtiges Kriterium für die Konsumenten.

Zudem dürften der Anschaffungsneigung die derzeit ausgeprägten Diskussionen um eine Lösung der Schuldenkrise in der Euro-Zone nutzen. Viele Bundesbürger fürchten um die Stabilität ihrer Währung und investieren folglich

ihr Geld eher in werthaltigen Anschaffungen, als es auf die hohe Kante zu legen. Dies zeigt auch der starke Rückgang der Sparneigung im August.

### **Konsumklima: nur moderater Rückgang**

Der Gesamtindikator prognostiziert für September einen Wert von 5,2 Punkten nach revidiert 5,3 Zählern im August. Die Verschärfung der Schuldenkrise sowie die rasante Talfahrt der Börsen weltweit hinterlassen beim Konsumklima in Deutschland derzeit nur geringe Spuren. Die hierzulande überaus positiven Rahmenbedingungen, wie sinkende Arbeitslosigkeit und steigende Einkommen, prägen die Stimmung der Deutschen.

Die Aussichten für die deutsche Binnenkonjunktur werden in diesem Jahr auch weiterhin günstig bleiben, wenn die Euro-Staatengemeinschaft endlich ein schlüssiges Konzept für den Umgang mit der hohen Staatsverschuldung vorlegt und dieses auch konsequent umsetzt. Sollte dies nicht gelingen, sind stärkere Beeinträchtigungen des Konsumklimas auch in der Bundesrepublik nicht auszuschließen.

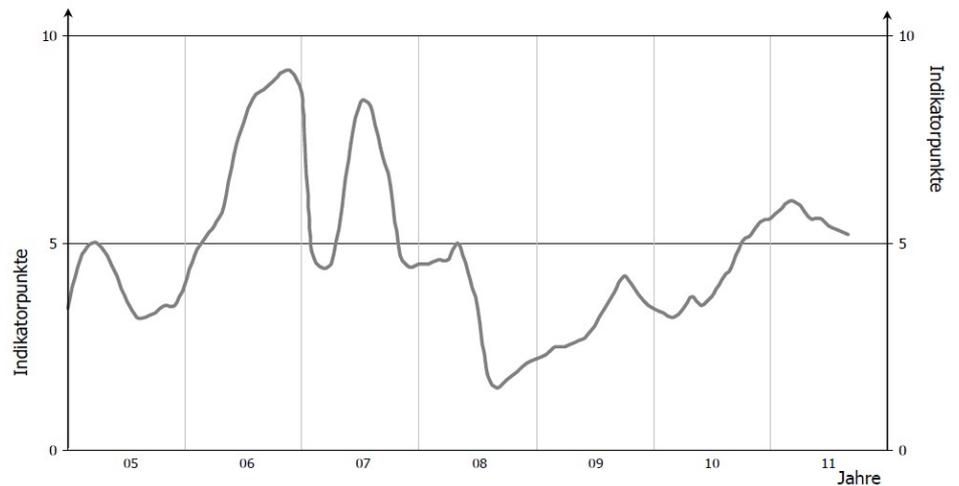
Was für die Verbraucher vor allem zählt, ist Planungssicherheit durch eine verlässliche Politik. Nur wenn die Deutschen angstfrei in die Zukunft blicken, wird ihre Konsumlaune anhalten. Angesichts der weltweiten Abschwächung der Konjunktur, die auch für die deutschen Exporte zu einem Problem werden kann, ist eine stabile Binnenkonjunktur eine umso wichtigere Säule für eine positive gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland.

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

	<b>August 2011</b>	<b>Juli 2011</b>	<b>August 2010</b>
<b>Konjunkturerwartung</b>	13,4	44,6	46,6
<b>Einkommenserwartung</b>	27,6	34,6	36,0
<b>Anschaffungsneigung</b>	36,9	34,1	27,9
<b>Konsumklima</b>	5,3	5,4	3,7

Das folgende Chart zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikatoren im Verlauf der letzten Jahre:

### GfK-Indikator Konsumklima (Stand: August 2011)



#### Zur Studie

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 erhoben.

Der nächste Veröffentlichungstermin ist der 27. September 2011.

Weitere Informationen: Rolf Bürkl, Tel. +49 911 395-3056,  
[rolf.buerkl@gfk.com](mailto:rolf.buerkl@gfk.com)

Informationen zur Entwicklung der Indikatoren im zweiten Quartal in zehn weiteren ausgewählten europäischen Staaten finden Sie im

**GfK Konsumklima Europa** unter

[http://www.gfk.com/consumer\\_climate\\_europe/index.de.html](http://www.gfk.com/consumer_climate_europe/index.de.html)



Die folgende Tabelle zeigt die einzelnen Indikatoren im Überblick:

Konjunkturerwartung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Was glauben Sie, wie wird sich die allgemeine wirtschaftliche Lage in den kommenden zwölf Monaten entwickeln?“ (verbessern – gleich bleiben – verschlechtern)
Einkommenserwartung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Wie wird sich Ihrer Ansicht nach die finanzielle Lage Ihres Haushalts in den kommenden zwölf Monaten entwickeln?“ (verbessern – gleich bleiben – verschlechtern)
Konsum- und Anschaffungsneigung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Glauben Sie, dass es zurzeit ratsam ist, größere Anschaffungen zu tätigen?“ (Der Augenblick ist günstig – weder günstig noch ungünstig – ungünstig)
Konsumklima	Dieser Indikator soll die Entwicklung des privaten Verbrauchs erklären. Seine wesentlichen Einflussfaktoren sind die Einkommenserwartung, die Anschaffungs- und die Sparneigung. Die Konjunkturerwartung wirkt eher indirekt über die Einkommenserwartung auf das Konsumklima.

### Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology und Media. Weltweit ist die Nummer 4 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,29 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com). Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](https://www.twitter.com/gfk_gruppe)

V.i.S.d.P.  
GfK SE, Corporate Communications  
Marion Eisenblätter  
Nordwestring 101  
90419 Nürnberg  
Tel. +49 911 395-2645  
Fax +49 911 395-4041  
[public.relations@gfk.com](mailto:public.relations@gfk.com)