



# Sperrfrist: 26. Januar 2012, 8.10 Uhr

## Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima  
erscheint am 28. Februar 2012

Datum  
26. Januar 2012

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)

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:  
Matthias Hartmann (CEO)  
Pamela Knapp (CFO)  
Dr. Gerhard Hausrucking  
Debra A. Pruent

Vorsitzender des  
Aufsichtsrats:  
Dr. Arno Mahler

Registergericht  
Nürnberg HRB 25014

### Gelungener Start ins neue Jahr

#### Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Deutschland für Januar 2012

**Nürnberg, 26. Januar 2012 – Zu Jahresbeginn hat der Optimismus unter den deutschen Verbrauchern zugenommen. Die Konjunkturerwartung sowie die Anschaffungsneigung können spürbar zulegen, während sich die Einkommenserwartung auf hohem Niveau stabil zeigt. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 5,7 Punkten im Januar 2012 für Februar einen Wert von 5,9 Punkten.**

Die Konsumenten stemmen sich weiter gegen zunehmende Konjunkturrisiken sowie die anhaltende Schuldenkrise im Euroraum. Die Konjunkturerwartung legt zum zweiten Mal in Folge deutlich zu. In deren Sog zeigen sich die Konsumenten wieder kauffreudiger. Die Anschaffungsneigung kann ihre Verluste aus dem Vormonat im Januar mehr als kompensieren. Vor dem Hintergrund der guten Beschäftigungssituation in Deutschland präsentiert sich die Einkommenserwartung nahezu unverändert gegenüber dem Vormonat und bestätigt damit ihr sehr gutes Niveau.

#### Konjunkturerwartung: Wendepunkt erreicht?

Die Konjunkturerwartung der Verbraucher kann zu Beginn dieses Jahres nochmals spürbar zulegen. Ein Plus von 8,4 Punkten bedeutet den zweiten Anstieg nacheinander. Zuvor war der Indikator fünf Mal in Folge gesunken. Aktuell weist der Indikator 7,5 Punkte auf und liegt damit wieder über seinem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten.

Die Verbraucher wehren sich gegen die in Europa stärker gewordenen Rezessionstendenzen, von denen auch die deutsche Wirtschaft nicht unbeeinflusst bleiben dürfte. Denn schwächelnde europäische Staaten erschweren es auch deutschen Unternehmen zunehmend, ihre gute Exportbilanz gegenüber ihren Nachbarn aufrecht zu erhalten. Bislang läuft der Konjunkturmotor in Deutschland jedoch noch rund.

Trotz der in diesem Jahr zu erwartenden deutlichen Konjunkturabschwächung wird die Beschäftigungslage positiv bleiben. Auch die Unternehmen sehen nach wie vor positiv in die Zukunft, wie der zum dritten Mal in Folge gestiegene ifo-Geschäftsklimaindex beweist. Diese erfreulichen Aussichten

sind offenbar zuletzt wieder verstärkt in den Fokus der Bundesbürger gerückt, auch weil die mediale Präsenz der Schuldenkrise aufgrund der Feier- und Urlaubstage deutlich geringer ausgefallen ist. Da jedoch zuletzt die Schuldenkrise in den Medien wieder an die Spitze der Agenda gerückt ist, bleibt es abzuwarten, ob sich der positive Trend auch in den kommenden Monaten fortsetzen und man von einer nachhaltigen Trendwende sprechen kann.

### **Einkommenserwartung: hohes Niveau behauptet**

Die Einkommenserwartung bestätigt zu Jahresbeginn 2012 ihr ohnehin sehr gutes Niveau eindrucksvoll. Sie legt minimal um 0,1 Punkte zu und weist nun 34,1 Zähler auf.

Der Indikator profitiert weiter von der überaus positiven Lage am Arbeitsmarkt in Deutschland. Die Prognosen gehen derzeit mehrheitlich davon aus, dass sich die Anzahl der Beschäftigten auch in diesem Jahr erhöhen wird – wenn auch nicht mit der gleichen hohen Dynamik wie im Jahr 2011. Folglich soll auch die Zahl der Arbeitslosen weiter sinken. Hinzu kommt der sich in einigen Bereichen abzeichnende Fachkräftemangel. Dies verstärkt die Hoffnungen der Arbeitnehmer auf spürbare Einkommenszuwächse, die sich auch real im Portemonnaie bemerkbar machen. Auch die Inflationsrate wird diese Entwicklung voraussichtlich unterstützen. Nachdem sie im vergangenen Jahr durchschnittlich bei 2,3 Prozent lag, soll sie im neuen Jahr nicht über die 2-Prozent-Marke springen.

### **Anschaffungsneigung: Kauflust steigt deutlich an**

Nachdem die Anschaffungsneigung im letzten Monat des vergangenen Jahres spürbare Einbußen hinnehmen musste, kann sie aktuell wieder deutlich zulegen. Mit einem Plus von 14,4 Punkten werden die Verluste aus der Vorperiode in Höhe von 12,9 Punkten mehr als wettgemacht. Aktuell weist der Indikator 41,8 Zähler auf. Im Januar 2011 wurde exakt der gleiche Wert gemessen, ein höherer Wert war zuletzt vor mehr als fünf Jahren, im Dezember 2006, zu verzeichnen.

Die ausgesprochen starke Kauflust der Deutschen hat mehrere Gründe. Zum einen sorgt die gute Beschäftigungsentwicklung unter den Arbeitnehmern für eine sinkende Angst vor Arbeitslosigkeit und stärkt damit die Planungssicherheit. Oder anders ausgedrückt: Wer einen sicheren Arbeitsplatz hat, tätigt auch eher größere Anschaffungen. Zum zweiten stützt die rückläufige Inflation die Konsumneigung. So nahm nach Angaben des Statistischen Bundesamtes die Inflationsrate im Dezember 2011 zum dritten Mal in Folge ab und lag bei 2,1 Prozent.

Schließlich wirkt sich auch die aktuelle Banken- und Schuldenkrise indirekt auf den Handel aus. Vor dem Hintergrund des fehlenden Vertrauens der Bundesbürger in den Finanzmarkt sowie der historisch niedrigen Zinsen ten-

dieren die Verbraucher eher dazu, ihre finanziellen Mittel in werthaltige Anschaffungen zu stecken, anstatt sie auf die hohe Kante zu legen.

### Konsumklima verbessert sich wieder

Der Gesamtindikator prognostiziert für Februar 2012 einen Wert von 5,9 Punkten nach revidiert 5,7 Zählern im Januar. Das Konsumklima kann damit wieder zulegen.

Mit dieser Entwicklung deutet sich an, dass der private Konsum seine ihm zugewiesene Aufgabe – wichtige Stütze der wirtschaftlichen Entwicklung in diesem Jahr zu sein – auch wahrnehmen kann. Gerade vor dem Hintergrund einer schwächelnden Weltwirtschaft sowie zunehmenden Rezessionstendenzen in Europa wird es vor allem vom Konsum abhängen, die Konjunktur in Deutschland zu stabilisieren und ein Abgleiten in die Rezession zu verhindern.

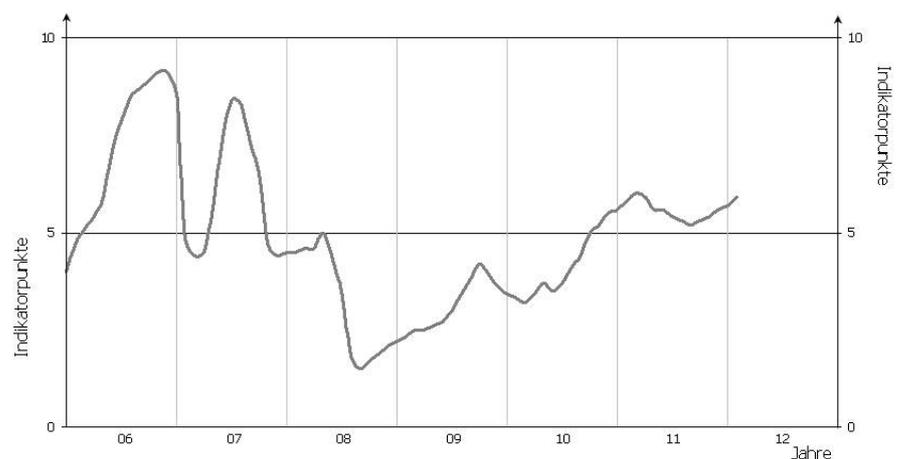
Damit der Konsum diese Rolle auch erfüllen kann, ist es vor allem notwendig, dass das im Zuge der Krise verloren gegangene Vertrauen wieder hergestellt wird. Ein entschlossenes und nachhaltiges Vorgehen der politischen Entscheidungsträger wäre ein wichtiger Aspekt, Vertrauen zurückzugewinnen.

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

	Januar 2012	Dezember 2011	Januar 2011
<b>Konjunkturerwartung</b>	7,5	-0,9	58,8
<b>Einkommenserwartung</b>	34,1	34,0	37,7
<b>Anschaffungsneigung</b>	41,8	27,4	41,8
<b>Konsumklima</b>	5,7	5,6	5,6

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

### GfK-Indikator Konsumklima (Stand: Januar 2012)



### 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.

Die Veröffentlichungstermine für das Jahr 2012:

Dienstag, 28. Februar 2012	
Dienstag, 27. März 2012	Freitag, 27. April 2012
Freitag, 25. Mai 2012	Montag, 25. Juni 2012
Donnerstag, 26. Juli 2012	Dienstag, 28. August 2012
Dienstag, 25. September 2012	Freitag, 26. Oktober 2012
Montag, 26. November 2012, 13 Uhr	Freitag, 21. Dezember 2012

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

Informationen zur Entwicklung der Indikatoren im dritten Quartal in zwölf 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)

Ab dem 10. Februar 2012 finden Sie dort auch die Entwicklung für das vierte Quartal 2011.

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.



## Über die GfK

Die GfK ist eines der größten Marktforschungsunternehmen weltweit. Ihre 11.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter erforschen, wie Menschen leben, denken und konsumieren. Dabei setzt die GfK auf permanente Innovation und intelligente Lösungen. So liefert die GfK in über 100 Ländern das Wissen, das Unternehmen benötigen, um die für sie wichtigsten Menschen zu verstehen: ihre Kunden. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK 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)