



Pressemitteilung

Die nächste Meldung zum GfK-Konsumklima
erscheint am 28. September 2010

Datum
26. August 2010

Dirk Mörsdorf
GfK Marktforschung
Tel. +49 911 395-3056
Fax +49 911 395-52132
dirk.moersdorf@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. +49 911 395-2645
Fax +49 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Konsumklima leicht im Aufwind

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für August 2010

Nürnberg, 26. August 2010 – Die überaus guten Nachrichten zur wirtschaftlichen Entwicklung und die nach wie vor positiven Meldungen vom Arbeitsmarkt sorgen im August für eine robuste Verbraucherstimmung. Die Konjunktur- und Einkommenserwartung steigen nochmals deutlich an. Die Anschaffungsneigung stabilisiert sich hingegen. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 4,0 Punkten im August für September einen Wert von 4,1 Zählern.

Die Verbraucherstimmung im August steht ganz im Zeichen des starken Anstiegs des deutschen Bruttoinlandsproduktes im zweiten Quartal dieses Jahres. Sinkende Arbeitslosenzahlen und der Rückgang der Kurzarbeit haben wohl zusätzlich zu einer positiven Tendenz bei der Konsumlaune beigetragen. Zu den Unsicherheitsfaktoren zählen für die Verbraucher hingegen mögliche Sparmaßnahmen der Regierung sowie auslaufende Konjunkturprogramme.

Konjunkturerwartung: Anstieg hält an

Die Konjunkturerwartung entwickelt sich im August nicht mehr ganz so dynamisch wie im Juli. Der Indikator verzeichnet aber dennoch einen weiteren deutlichen Anstieg um 9,8 auf 46,6 Punkte. Das bedeutet den höchsten Wert seit August 2007 und im Vergleich zum Vorjahresmonat ein Plus von 54,1 Punkten.

Die deutsche Wirtschaft ist im zweiten Quartal 2010 so stark gewachsen wie zuletzt im Jahr 1987. Im Zuge dessen gehen die Experten im August davon aus, dass sich die Wirtschaft in Deutschland weiter erholt. Zuletzt erhöhte die Deutsche Bundesbank ihre Prognose für das Wachstum des Bruttoinlandsproduktes für das Gesamtjahr auf 3,0 Prozent. Die Verbraucher erwarten offenbar, dass die konjunkturelle Erholung der deutschen Wirtschaft kein Strohfeuer ist, sondern sich fortsetzt. Von den Unternehmen wird dieser Optimismus der Konsumenten geteilt. Der ifo-Geschäftsklimaindex ist im August erneut gestiegen.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg

Tel. +49 911 395-0
Fax +49 911 395-2209
public.relations@gfk.com
www.gfk.com

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

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Dr. Arno Mahler

Registergericht
Nürnberg HRB 25014

Einkommenserwartung: deutliche Zunahme

Der kräftigen Erholung im Juli folgt im August ein weiterer Anstieg der Einkommenserwartung. Nach 29,1 Punkten im Juli verzeichnet der Indikator im August 36,0 Zähler. Im Vergleich zum Juli 2009 bedeutet dies einen Zuwachs von 27,2 Punkten.

Die Einkommenserwartung profitiert wohl derzeit deutlich vom Wachstums-optimismus in der Bevölkerung. Neben der vorherrschenden positiven Grundstimmung lassen zudem eine moderate Inflationsrate und die immer bessere Lage am Arbeitsmarkt die Verbraucher auf steigende Einkommen hoffen.

Anschaffungsneigung: stabil auf hohem Niveau

Die Anschaffungsneigung bleibt nach leichten Verlusten im Vormonat im August stabil bei 27,9 Punkten. Vor einem Jahr lag der Indikator 3,2 Zähler höher, aber dennoch liegt die Anschaffungsneigung deutlich oberhalb des langjährigen Durchschnittswerts von 0 Punkten.

Nachdem die Sonderkonjunktur zur Fußball-WM nun endgültig ausgelaufen ist, scheint die stabil hohe Anschaffungsneigung ein gutes Zeichen für eine nachhaltig positive Konsumstimmung zu sein. Bisher sind keine bedeutenden Rückgänge bei diesem Indikator messbar. Allerdings verhindern die anfangs genannten Unsicherheiten hinsichtlich geplanter Sparmaßnahmen und auslaufender Konkurrenzprogramme offenbar einen deutlicheren Aufwärtstrend.

Konsumklima: leichte Verbesserung

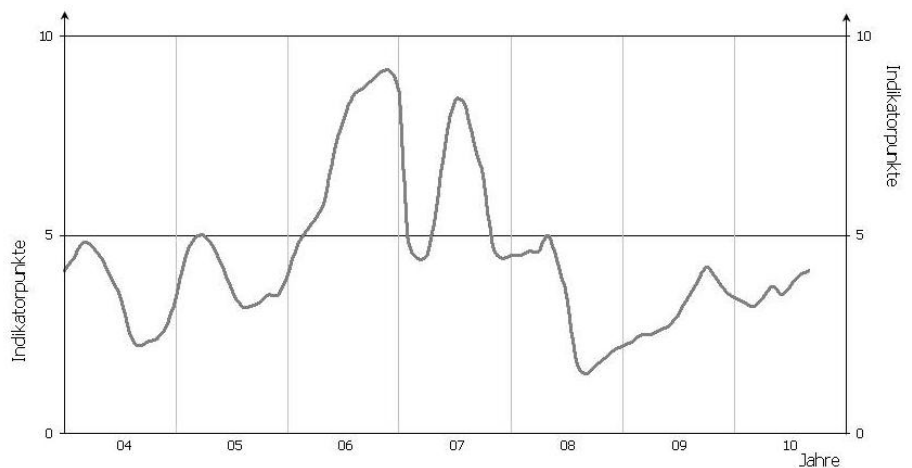
Der Gesamtindikator prognostiziert für September 2010 einen Wert von 4,1 Punkten nach revidiert 4,0 Zählern im August. Die Zeichen stehen derzeit gut, dass die Konsumstimmung in Deutschland einen nachhaltigen Aufwärtstrend erfährt. Die Rahmenbedingungen dafür wie eine gute konjunkturelle Entwicklung, eine moderate Preisentwicklung und ein robuster Arbeitsmarkt scheinen auf Sicht gegeben. Sofern das Umfeld weiterhin so positiv bleibt, ist davon auszugehen, dass der private Verbrauch in diesem Jahr seinen Teil zur kräftigen Erholung der deutschen Wirtschaft beiträgt.

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

	August 2010	Juli 2010	August 2009
Konjunktur- erwartung	46,6	36,8	-7,5
Einkommens- erwartung	36,0	29,1	8,8
Anschaffungs- neigung	27,9	27,9	31,1
Konsumklima	4,0	3,7	3,4

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

GfK-Indikator Konsumklima (Stand: August 2010)



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 28. September 2010.

Weitere Informationen: Dirk Mörsdorf, Tel. +49 911 395-3056, dirk.moersdorf@gfk.com



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 10.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2009 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,16 Milliarden Euro. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com. Folgen Sie uns auf Twitter: 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