



Pressemitteilung

Die nächste Mitteilung zum GfK-Konsumklima
erscheint am 26. Oktober 2007

Datum
26. September 2007

Dirk Mörsdorf
GfK Marktforschung
Tel. +49 (0) 911 395-2132
Fax +49 (0) 911 395-4084
dirk.moersdorf@gfk.com

Marion Eisenblätter
Corporate Communications
Tel. +49 (0) 911 395-2645
Fax +49 (0) 911 395-4041
marion.eisenblaetter@gfk.com

Konsumklima präsentiert sich nach Sommerhoch verhalten

Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für September 2007

Nürnberg, 26. September 2007 – Das Konsumklima kann auch im September nicht an das hohe Niveau der Sommermonate anschließen. Alle drei Hauptindikatoren der Verbraucherstimmung zeigen leicht nach unten. Die GfK senkt anlässlich der jüngsten Entwicklungen des Konsumklimas, ihre Prognose für das Wachstum des privaten Verbrauchs im Gesamtjahr 2007 von 1,0 auf 0,6 Prozent. Das Konsumklima prognostiziert nach revidiert 7,4 Punkten im September für den Oktober einen Wert von 6,8 Punkten.

Wie sich bereits im August angedeutet hat, leidet die gute Stimmung der Verbraucher unter den zuletzt leicht eingetrübten Rahmenbedingungen. Vor allem die Kreditkrise in den USA und steigende Preise für Lebensmittel zeichnen für die etwas weniger euphorische Konsumlaune verantwortlich. Darüber hinaus sorgen zunehmend kritische Stimmen für eine höhere Skepsis der Verbraucher, die einen leichten Knick im deutschen Wirtschaftsaufschwung im Zuge des starken Euro, der hohen Energiepreise und einer schwächeren Konjunkturentwicklung in den USA voraussehen. Im Zuge dessen zeigt sich auch die Anschaffungsneigung, die im letzten Monat den dämpfenden Effekten noch standgehalten hat, diesen Monat etwas schwächer.

Konjunkturerwartung: rückgängig, aber nach wie vor auf gutem Niveau

Die Konjunkturerwartung der Deutschen nähert sich nach einem weiteren leichten Rückgang dem Wert zu Jahresbeginn. Nach 48,4 Punkten im August verliert der Indikator weitere 7,7 Zähler. Mit 40,7 Punkten liegt dieser allerdings im Vergleich zum gleichen Monat im Jahr 2006 mit 28,3 Punkten im Plus.

Die Konsumenten verfolgen zurzeit gespannt die Geschehnisse in den Vereinigten Staaten. Die fortwährenden Spekulationen um die Auswirkungen der Hypothekenkrise gehen deshalb auch nicht spurlos an der Verbraucherstimmung vorüber. Angst vor einer Kettenreaktion in Folge der internationalen Verflechtungen am Kreditmarkt, die auch das europäische Finanzsystem

GfK Aktiengesellschaft
Nordwestring 101
90319 Nürnberg

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

Vorstand:
Professor Dr.
Klaus L. Wübbenhorst
(Vorsitzender)
Christian Weller von Ahlefeld
(CFO)
Petra Heinlein
Dr. Gérard Hermet
Wilhelm R. Wessels

Vorsitzender des
Aufsichtsrats:
Hajo Riesenbeck

Registergericht
Nürnberg HRB 9398

stark in Mitleidenschaft ziehen würde, scheint jedoch seitens der Verbraucher nicht zu bestehen. Die Erwartungen der Konsumenten an die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland sind deshalb nach wie vor auf weit überdurchschnittlichem Niveau.

Auch der starke Euro, der einen hemmenden Einfluss auf die deutschen Exporte in Länder außerhalb der Eurozone ausüben könnte, sowie hohe Energiekosten scheinen bereits in den Erwartungen enthalten zu sein und sorgen derzeit nicht für einen weiteren signifikanten Dämpfer bei den Konjunkturerwartungen.

Einkommenserwartung: nochmals leicht gesunken

Die Einkommenserwartung der Verbraucher ist nach einem Rückgang im August noch einmal leicht um 6,9 auf 2,3 Punkte gesunken. Dies ist der niedrigste Wert seit Februar dieses Jahres. In Relation zum Monat September 2006 liegt der Indikator aber nach wie vor 11,1 Zähler höher.

Seit den Rekordwerten von April bis Juli dieses Jahres, als sich der Indikator Einkommenserwartung um die 30-Punkte-Marke bewegte, ist eine zunehmende Ernüchterung bei den Konsumenten spürbar.

Mit Blick auf die Tarifabschlüsse in diesem Jahr wird allerdings deutlich, dass die gute Geschäftslage der deutschen Unternehmen sich nun auch auf das verfügbare Einkommen der Verbraucher auswirkt. Auch die weitere Entspannung am Arbeitsmarkt wirkt grundsätzlich positiv auf die Einkommenserwartung.

Jedoch reagieren die deutschen Konsumenten traditionell sehr sensibel auf Inflationsgefahren. Bereits im Vormonat haben die deutlichen Preissteigerungen bei Milch- und Getreideprodukten einen Rückgang hinsichtlich der Einkommensentwicklung bewirkt. Dieser Effekt wirkt vermutlich noch nach. Zudem sorgten die Preiserhöhungen im Lebensmittel-Discounter-Bereich, insbesondere die der Aldi-Gruppe, im Untersuchungszeitraum für besondere Brisanz.

Anschaffungsneigung: Skepsis zeigt Wirkung

Nachdem sich der Indikator Anschaffungsneigung im Vormonat noch weitgehend unbeeindruckt von der zunehmenden Skepsis der Verbraucher gezeigt hatte, sinkt auch dieser von 6,4 auf minus 2,4 Punkte. Damit liegt die Anschaffungsneigung nach einem dreimonatigen Hoch wieder unter ihrem langjährigen Durchschnitt von 0.

Die Kauflaune der Deutschen ist zurzeit verhalten. Dieses geht einher mit der Sparneigung, die in diesem Monat deutlich angestiegen ist. Die weitere Konjunktur- und Preisentwicklung wird entscheiden, ob sich der private Verbrauch im 4. Quartal nachhaltig positiv entwickelt oder die Konsumenten ihr Einkommen verstärkt auf die hohe Kante legen werden.

Konsumklima: weiter verhalten

Nach teilweise deutlichen Einbußen im Vormonat sorgen weitere leichte Verluste bei allen Indikatoren der Verbraucherstimmung für ein zum zweiten Mal in Folge rückläufiges Konsumklima. Der Indikator prognostiziert nach revidiert 7,4 Punkten im September für Oktober 6,8 Punkte.

Trotz der gebremsten Kauflaune reagieren die Konsumenten insgesamt besonnen auf die verschiedenen dämpfenden Einflussfaktoren, die die Erwartungen an das eigene Einkommen als auch die allgemeine Wirtschaftsentwicklung betreffen. Eine positive Grundstimmung, vor allem im Hinblick auf die wirtschaftliche Lage, ist nach wie vor erkennbar.

Bleiben Stimmungsdämpfer wie eine deutlich schwächere Konjunktorentwicklung oder steigende Preise aus, sind die Chancen für eine positive Entwicklung des privaten Verbrauchs kurz- und mittelfristig nach wie vor vorhanden.

Die GfK senkt anlässlich der jüngsten Entwicklungen des Konsumklimas, ihre Prognose für das Wachstum des privaten Verbrauchs im Gesamtjahr 2007 von 1,0 auf 0,6 Prozent.

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 26. Oktober 2007.

Weitere Informationen: Dirk Mörsdorf, GfK Marktforschung,
Tel. +49 (0) 911 395-2132, 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.



Die folgende Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Überblick:

	September 2007	August 2007	September 2006
Konjunkturerwartung	40,7	48,4	12,4
Einkommenserwartung	2,3	9,2	-8,8
Konsum- und Anschaffungsneigung	-2,4	6,4	62,3
Konsumklima	7,4	8,3	8,7

Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe, weltweit die Nummer 5 der Marktforschungsunternehmen, ist in den fünf Geschäftsfeldern Custom Research, Retail and Technology, Consumer Tracking, Media und HealthCare aktiv. Insgesamt gehören der GfK Gruppe 115 operative Unternehmen an, die über 90 Länder abdecken. Von den derzeit knapp 8.400 Beschäftigten arbeiten 80 Prozent außerhalb Deutschlands. Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com.

V.i.S.d.P.
GfK AG, Corporate Communications
Marion Eisenblätter
Nordwestring 101
90319 Nürnberg
Tel. +49 (0) 911 395-2645
Fax +49 (0) 911 395-4041
public.relations@gfk.com