

Statistik

Deutsches Konsumverhalten bleibt trotz Krise stabil

Die Wirtschaftskrise hat die Kaufkraft der deutschen Privathaushalte 2009 nicht überwiegend stark beeinflusst. Wie die GfK in ihrem Ausblick auf die Wirtschaftsentwicklung 2010 berichtet, habe der Großteil der deutschen Bevölkerung im vergangenen Jahr keine negativen Auswirkungen auf die persönlichen Lebensumstände gespürt. Mit einem Wachstum von 0,4% legte der private Konsum sogar zu, was sicherlich auch auf die historisch niedrige Inflationsrate von 0,4% zurückzuführen ist. Und auch der Arbeitsmarkt habe sich mit einer Zunahme von 155.000 Arbeitslosen auf insgesamt 3,4 Millionen überraschend robust präsentiert. Erst mit Blick auf die letzten Monate des vergangenen Jahres sei auch das deutsche Konsumklima eingebrochen. Steigende Energiepreise und die Angst vor der zunehmenden Arbeitslosigkeit seien hier als mitentscheidende Faktoren zu sehen.

Vom Kaufverhalten der Deutschen profitierten 2009 vor allem Branchen, die sich mit dem Thema Hausverschönerung auseinandersetzen. So verzeichneten Baumärkte laut GfK-Bericht ein Umsatzplus von 2%. Insbesondere konnte der Handel mit Pflanzen einen Zuwachs von satten 7% verbuchen, bei Gartenmöbel- und -dekoration stiegen die Umsätze um 4%. Und auch die Unterhaltungselektronikbranche hielt sich trotz Krise auf Vorjahresniveau. Großer Verlierer der Krise war die Gastronomie. Die Verbraucher steckten das Geld lieber in die eigenen vier Wände, was den Außer-Haus-Konsum deutlich beeinflusste und sich mit einem Minus von 8% niederschlug. Mit Blick auf 2010 werde bei den Ausgaben der Privathaushalte eine Stagnation, aber kein Rückgang erwartet. Die angespannte Lage auf dem Arbeitsmarkt, die sich in diesem Jahr weiter zuspitzen soll, sowie die höhere

Österreichische Möbelindustrie mit deutlichem Produktionsrückgang

Ein Blick auf die Möbelindustrie in Österreich fördert rückläufige Produktionszahlen ans Tageslicht. Demnach verzeichnete die Möbelproduktion im Nachbarland ein dickes Minus von 12,8% bei einem Gesamtwert von 1,69 Mrd. Euro. Besonders starke Rückgänge sind bei Sitz- (-37,6%) Büro- (-25,5%) und Ladenmöbeln (-10,9%) zu beobachten. Ein Problem, von dem auch die deutsche Möbelindustrie betroffen ist. Der österreichische Exportmarkt verzeichnete ein Minus von 16,3% auf 972 Mio. Euro. Der wichtige deutsche Markt brach um 15,4% ein.

Positive Signale melden die Hersteller von Schlaf-, Ess- und Wohnzimmermöbeln, die einen Produktionszuwachs von 9,1% auf 244 Mio. Euro verzeichnen. In der Branche spricht man dabei vom „Cocooning-Effekt“. „Die Konsumenten sparen eher bei Urlauben und investieren wieder mehr in die eigenen vier Wände“, erläutert Dolunay Yerit von der österreichischen Möbelindustrie. Ebenfalls erfolgreich läuft es in der Matratzenindustrie, die einen Produktionszuwachs von 5,3% mit einem Wert von 85 Mio. Euro meldet.

Mit Blick auf 2010 erwartet das österreichische Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO) eine stabile Konjunktur. „Wir erwarten uns zumindest keine Verschlechterung. Es bleibt auch abzuwarten, wie sich die steigenden Arbeitslosenzahlen auf die Umsätze auswirken“, erklärt Yerit abschließend.

Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Januar im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr

	Januar 2010	Dezember 2009	Januar 2009
Konjunkturerwartung	1,5	1,7	-32,9
Einkommenserwartung	12,5	15,0	-20,5
Anschaffungsneigung	25,4	21,2	15,5
Konsumklima	3,4	3,6	2,2

Inflation und Mehrbelastungen sollen sich bereits ab der zweiten Jahreshälfte bemerkbar machen. „Arbeitslosigkeit und die konkrete Angst davor verändern das Konsumverhalten der Menschen deutlich. Bei den Gütern des täglichen Bedarfs reduzieren die betroffenen Haushalte ihren Konsum um rund 10%“, erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte der GfK Marktforschung. Derzeit steuert der Handel mit den üb-

lichen Rabattaktionen zum Jahresanfang gegen, außerdem stehen auch die Erhöhung des Kindergelds, Kinderfreibeträge sowie eine verbesserte Absetzbarkeit von Krankenversicherungsbeiträgen für Entlastung. 46% der deutschen Haushalte seien 2010 als krisenresistent einzustufen. Auf der Gegenseite sollen jeweils 27% krisengefährdet bzw. direkt von der Krise betroffen sein.
Tabelle: GfK

Konjunkturbarometer Einrichtungsbranche: Januar bis November 2009

Umsatzentwicklung in der Möbelindustrie (Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten)				
	Umsatz November (1.000 Euro)	% geg. Vorjahr	Umsatz Jan.–Nov. (1.000 Euro)	% geg. Vorjahr
Büro- und Ladenmöbel	310.016	-12,1	2.953.035	-16,5
Küchenmöbel	357.283	-3,3	3.416.207	-9,9
Matratzen	74.197	-3,2	704.541	-9,1
Wohnmöbel	710.603	-4,3	7.127.512	-11,4
Möbelindustrie insgesamt	1.452.100	-5,8	12.749.199	-12,7

Umsatzentwicklung im Einrichtungshandel	
Wirtschaftszweige (in jew. Preisen)	Veränderung der Umsatzwerte November 2009 geg. Vorjahr
Wohnmöbel	4,6
Elektrische Haushaltsgeräte	5,3
Haushaltswaren	-0,3
Keramik- und Glaswaren	-1,5
Heimtextilien und Teppiche	-7,9
Möbel, Einrichtungsgegenstände und Hausrat	4,3

Quelle: Destatis, VDM