

GfK

Konsumklima steigt zum dritten Mal in Folge

Mittwoch, 21.12.2022

Zum Ende des Jahres 2022 verbessert sich die Verbraucherstimmung in Deutschland noch einmal. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung gewinnen hinzu. Die GfK prognostiziert für das Konsumklima für Januar -37,8 Punkte und damit 2,3 Punkte mehr als im Dezember dieses Jahres (revidiert -40,1 Punkte). Dies sind die Ergebnisse der GfK-Konsumklimastudie für Dezember 2022.

Damit setzt das Konsumklima seine vorsichtige Erholung fort. Moderatere Energiepreise als ursprünglich erwartet sowie die Entlastungspakete der Bundesregierung zur Dämpfung der Energiekosten sorgen für den zurückgehenden Pessimismus.

„Mit dem dritten Anstieg in Folge arbeitet sich das Konsumklima langsam aus dem Tief. Das Licht am Ende des Tunnels wird etwas heller“, erklärt Rolf Bürkl, GfK-Konsumexperte. „Die Maßnahmen der Bundesregierung zur Abfederung der explodierenden Energiekosten zeigen offenbar ihre Wirkung. Dennoch kann noch keine Entwarnung gegeben werden. Die Erholung des Konsumklimas, wie wir sie derzeit sehen, steht noch auf wackeligen Füßen. Sollte sich zum Beispiel die geopolitische Lage wieder verschärfen und zu einer deutlichen Erhöhung der Energiepreise führen, würde das Licht am Ende des Tunnels sehr schnell wieder dunkler werden oder sogar ganz erlöschen.“

Trotz der leichten Verbesserung befindet sich das Konsumklima nach wie vor an einem Tiefpunkt. Folglich wird der ausbleibende Konsum auch im kommenden Jahr eine Belastung für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland bleiben.

Einkommenserwartung mit erneutem Anstieg

Bereits zum dritten Mal in Folge legt die Einkommenserwartung im Dezember 2022 zu. Mit einem Plus von 10,9 Zählern klettert der Einkommensindikator auf -43,4 Punkte. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus jedoch immer noch gut 50 Punkte.

Die Gründe für diese leichte Entspannung liegen zum einen darin begründet, dass sich die Preise für Energie in den letzten Wochen etwas moderater entwickelt haben. Auf der anderen Seite zeigen offenbar die Entlastungspakete der Bundesregierung zur Dämpfung der Energiekosten Wirkung. Zusätzlich bestärken die ersten Tarifabschlüsse für 2023 die Konsumenten in der Hoffnung, dass die zu erwartenden Kaufkraftverluste nicht ganz so heftig ausfallen dürften wie befürchtet.

Anschaffungsneigung stabilisiert sich auf niedrigem Niveau

Nachdem die Anschaffungsneigung von Herbst 2021 bis Herbst 2022 einen dauerhaft fallenden Trend aufwies, scheint sie sich nun zu stabilisieren. Der Indikator gewinnt im Dezember 2,3 Zähler hinzu und weist nun -16,3 Punkte auf. Im Vorjahresvergleich reduziert sich das Minus auf -17,1 Punkte.

Trotz des leichten Anstiegs bleibt die Kaufzurückhaltung groß. Die Verunsicherung durch die multiplen

Krisen, wie Pandemie, Ukraine-Krieg und Inflation, ist nach wie vor hoch. Vor allem die Erwartung deutlich höherer Heizkostenabrechnungen im Frühjahr 2023 veranlasst offenbar eine Reihe von Konsumenten dazu, Geld zurückzulegen. Diese Mittel fehlen dem Konsum an anderer Stelle. Auf der anderen Seite stützt die anhaltend stabile Beschäftigungslage die Konsumneigung, da die Angst vor Arbeitslosigkeit derzeit gering ist.

Konjunkturerwartung arbeitet sich nur langsam aus dem Keller

Ähnlich den Einkommensaussichten lässt auch die Konjunkturerwartung ihre Tiefststände nach und nach hinter sich. Zum zweiten Mal in Folge legt der Indikator zu. Aktuell gewinnt er 7,6 Zähler und steigt damit auf -10,3 Punkte. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Minus -27,4 Punkte.

Nach wie vor gehen die deutschen Konsumenten davon aus, dass Deutschland im kommenden Jahr in eine Rezession rutschen wird. Allerdings dürfte sie weniger tief ausfallen, als noch vor einigen Monaten befürchtet wurde. Gegenwärtig gehen die Wirtschaftsexperten davon aus, dass das Bruttoinlandsprodukt 2023 um etwa ein halbes Prozent sinken wird. Dabei wird der Konsum aufgrund der beträchtlichen Kaufkraftverluste der privaten Haushalte keinen positiven Beitrag leisten können.

Konsumklima steigt zum dritten Mal in Folge