

K O N S U M R E P O R T

Oktober 2013

ifo Institut

Einzelhandel: Geschäftslage nahezu unverändert.

Nach den Ergebnissen des ifo Konjunkturtests hat sich das Geschäftsklima im Einzelhandel abgekühlt. Die befragten Unternehmen bewerteten die aktuelle Lage nur minimal weniger positiv. Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung war leichte Skepsis zu verzeichnen.

GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im September 2013

ifo Schwerpunktthema

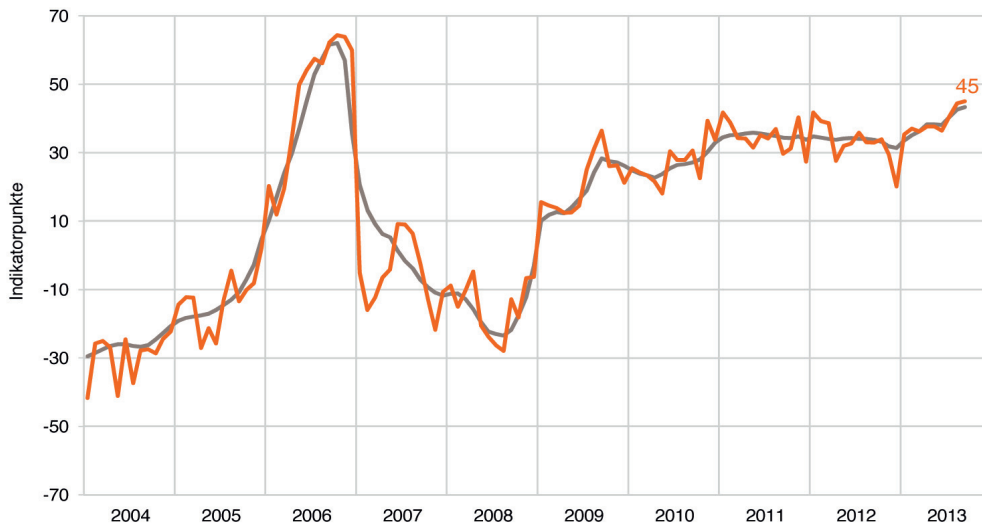
Konsumprognose 2014: Günstige Perspektiven

von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut



Anschaffungsneigung im September

Anschaffungsneigung



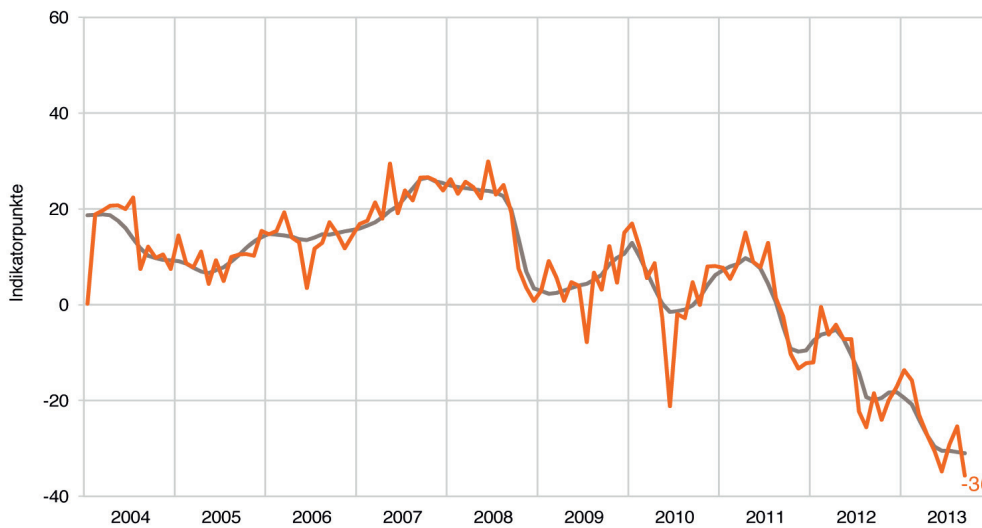
	Änderungen gegenüber		
	Wert 09/2013	Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	43,3	+0,7	+9,5
— Ungeglättet	45,0	+0,6	+12,0

Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland



Sparneigung im September

Sparneigung

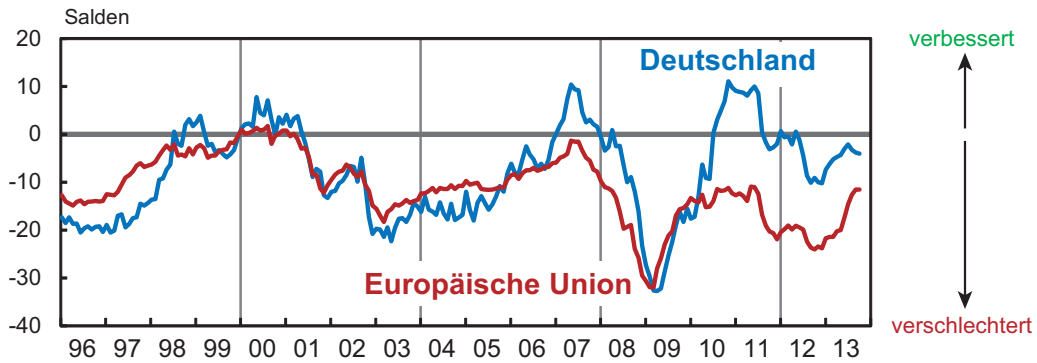


	Änderungen gegenüber		
	Wert 09/2013	Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	-31,0	-0,3	-11,0
— Ungeglättet	-35,7	-10,3	-17,2

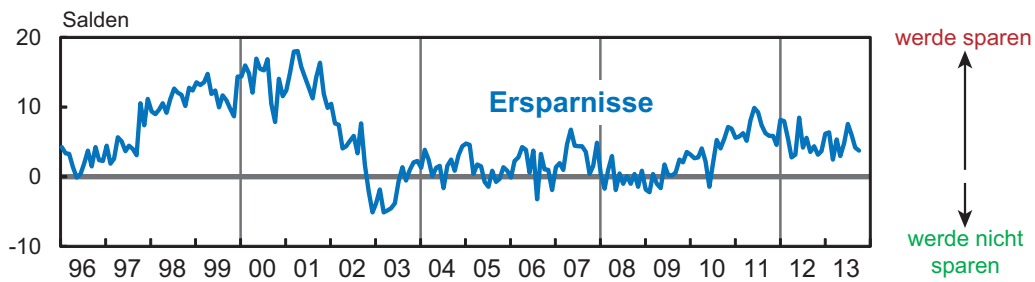
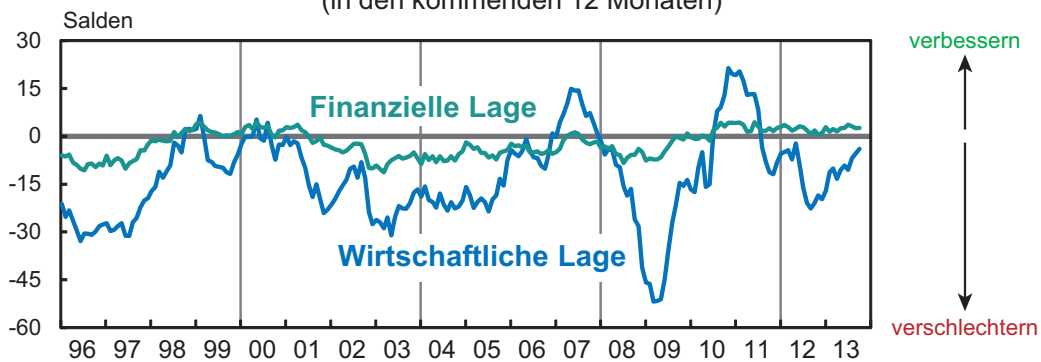
Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland



Konsumentenstimmung¹⁾ Indikator der Europäischen Kommission



Komponenten des Indikators für Deutschland²⁾ (in den kommenden 12 Monaten)



1) Mittelwert der Salden in % der Meldungen der privaten Haushalte zu ihrer finanziellen und wirtschaftlichen Lage (in den kommenden 12 Monaten), Arbeitslosigkeitserwartungen (in den kommenden 12 Monaten) und den Ersparnissen (in den kommenden 12 Monaten). - 2) %-Salden der positiven und negativen Meldungen der privaten Haushalte; bis 1996 Westdeutschland. Saisonbereinigte Werte.

Quelle: Europäische Kommission.

Einzelhandel: Zurückhaltende Geschäftserwartungen

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel hat im Oktober nach dem Anstieg im Vormonat wieder etwas nachgegeben. Die Angaben der Testteilnehmer zur aktuellen Situation fielen geringfügig weniger günstig aus. In Bezug auf den zukünftigen Geschäftsverlauf äußerten sie sich mit leichter Skepsis. Nur noch wenige Einzelhändler wollten die Verkaufspreise anheben und die Mitarbeiterzahl vergrößern. Im **Gebrauchsgüterbereich** kühlte sich das Geschäftsklima wieder ab. Die befragten Firmen empfanden ihre momentane Situation ungünstiger als im September, und die negativen Einschätzungen der Geschäftsperspektiven haben auch zugenommen. Im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* bewerteten die Testteilnehmer ihre momentane Situation deutlich schlechter als im Vormonat. Die Urteile der Unternehmen zu den Geschäftsperspektiven fielen dagegen sichtlich weniger negativ aus. Den Testergebnissen zufolge sollen die Verkaufspreise steigen. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* kühlte sich das Geschäftsklima ab. Die aktuelle Lage wurde weniger positiv beurteilt. Die Geschäftserwartungen sind ebenfalls zurückgegangen, blieben aber im positiven Bereich. Die Preise sollen vielerorts angehoben werden. In beiden Sparten des Elektroeinzelhandels erhöhte sich der Geschäftsklimaindikator merklich. Sowohl für den Teilbereich *weiße Ware* als auch in der Sparte *Unterhaltungselektronik* beurteilten die Händler ihre derzeitige Situation deutlich weniger negativ als im Vormonat. Bezüglich der weiteren Geschäftsentwicklung hat die Skepsis ebenfalls nachgelassen. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* ist der Geschäftsklimaindikator zum dritten Mal in Folge gestiegen. Die Testteilnehmer waren vor allem mit ihrer aktuellen Lage zufrieden. Die Aussichten für die nahe Zukunft erschienen den Firmen allerdings schlechter als zuvor. Im Bereich *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* hat sich das Geschäftsklima merklich verbessert. Trotz schwacher Nachfrage wurden sowohl die gegenwärtige Situation als auch die Aussichten für die nächsten Monate weniger negativ bewertet. Im **Verbrauchsgüterbereich** ist der Geschäftsklimaindikator gestiegen und befand sich damit zum ersten Mal seit März 2012 im positiven Bereich. Die Befragungsteilnehmer waren zufrieden mit der momentanen Geschäftssituation, blickten jedoch den kommenden Monaten mit leichter Skepsis entgegen. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* hellte sich das Geschäftsklima weiter auf. Bei der Bewertung der aktuellen Geschäftslage überwogen nun die positiven Meldungen. An einer Verbesserung der Geschäftssituation im nächsten halben Jahr bestan-

den dennoch weiterhin Zweifel. Aufgrund der vermehrt positiven Meldungen zur aktuellen Geschäftslage ist der Geschäftsklimaindikator im *Schuheinzelhandel* erneut gestiegen. Der zukünftige Geschäftsverlauf wurde hingegen etwas skeptischer als im September beurteilt. Im Bereich *Sport- und Campingartikel* empfanden die Firmen ihre Lage als nicht mehr ganz so gut wie im Vormonat und äußerten sich bezüglich der zukünftigen Geschäftsentwicklung zurückhaltender. Angesichts einer schleppenden Nachfrage wurden die negativen Meldungen sowohl zur Geschäftslage als auch zu den Geschäftsperspektiven im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* zahlreicher, was zu einer deutlichen Verschlechterung des Geschäftsklimas führte. Im **Kfz-Einzelhandel** ist der Geschäftsklimaindikator im Oktober gesunken. Die Unternehmen bewerteten ihre Geschäftslage ungünstiger als im Vormonat. Auch die skeptischen Meldungen zu den Geschäftserwartungen haben etwas zugenommen. Im *Neuwagengeschäft* hat sich das Geschäftsklima erneut etwas aufgehellt. Der Verbesserung der Geschäftsaussichten stand aber eine geringfügig verschlechterte Geschäftssituation gegenüber. Die *Gebrauchtwagenhändler* beurteilten die momentane Geschäftslage als nicht mehr ganz so gut wie im Vormonat. Bei den Geschäftsperspektiven hat sich die vorherige Zuversicht in Skepsis gewandelt. Eine Verbesserung des Geschäftsklimas war im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* zu verzeichnen. Ausschlaggebend dafür waren die aufgehellten Geschäftsaussichten. Angesichts der schlechten Umsatzentwicklung waren die befragten Firmen jedoch sehr unzufrieden mit der aktuellen Lage. Im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** hat sich das Geschäftsklima abgekühlt. Die Einzelhändler waren weniger zufrieden mit dem aktuellen Geschäftsverlauf. Auch der Optimismus bezüglich der zukünftigen Geschäftsentwicklung hat merklich nachgelassen. Trotzdem wurden die Bestellpläne der Unternehmen nach oben korrigiert und Erweiterungen des Mitarbeiterstamms waren nach wie vor vorgesehen.

Konsumgüterindustrie: Zunehmende Auftragsbestände

Im Konsumgüterbereich ist der Geschäftsklimaindikator leicht gesunken. Angesichts leicht rückläufiger Nachfrage waren die befragten Firmen mit ihrer aktuellen Geschäftslage nicht mehr ganz so zufrieden. Da sie im nächsten halben Jahr jedoch mit einer Geschäftsbelebung rechneten, haben sie ihre Produktionspläne nach oben angepasst. Mit 2,9 Produktionsmonaten waren die Auftragsbestände etwas größer als im Vorquartal (2,5).

A.B.

ifo Geschäftsklima und seine Komponenten; saisonbereinigte Werte; BRD

	Geschäftsklima			Geschäftsbeurteilung			Geschäftserwartung		
	akt. Monat	Diff. Vorm.	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vorm.	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vorm.	Diff. Vorjahr
Einzelhandel inkl. Kfz u. Tankst.	+ 3,3	- 3,2	+ 8,9	+ 6,9	- 0,1	- 1,0	- 0,3	- 6,2	+ 18,0
GH-Konsumgüter	+ 7,7	+ 3,4	+ 7,0	+ 12,3	+ 7,1	+ 6,0	+ 3,2	- 0,1	+ 8,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	+ 11,5	- 1,0	+ 9,6	+ 16,0	- 4,1	+ 7,0	+ 7,0	+ 2,0	+ 12,0

Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartung«.

ifo Institut; Monat **Oktober** 2013.

ifo-Geschäftsklima und seine Komponenten – Handel; ausgewählte Branchen; saisonbereinigte Werte; BD

	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
EH-N+G,Getränke insgesamt	14.2	-11.0	0.3	20.5	-9.9	-19.0	8.1	-12.1	17.0
EH-Drogerieartikel +	-7.2	-4.0	-3.1	-1.0	1.3	2.0	-13.2	-9.0	-8.0
EH-Textilien,Bekleidung insg.	-3.5	7.2	15.4	5.3	14.9	20.0	-12.0	-0.1	11.0
EH-Schuhe	1.8	1.9	10.7	11.8	9.8	7.0	-7.8	-5.6	14.0
EH-Leder- und Täschnerwaren	-30.7	11.5	-28.8	-22.5	17.2	-34.0	-38.4	6.1	-24.0
EH-Möbel,Einr.,sonst. Hausrat	-19.5	1.2	-9.7	-28.8	-11.0	-23.0	-9.6	13.9	4.0
EH-Elektrot.Erz,Elek.Haushaltg.	-7.1	12.2	-1.9	-6.0	14.4	-7.0	-8.1	10.0	3.0
EH-Unterh.elektronik, Zubehör	-16.4	12.5	8.7	-16.7	4.7	-1.0	-16.0	20.0	18.0
EH-Bau-,Heimwerkerbed.,Metallw.	10.0	-3.8	14.5	17.1	-4.8	0.0	3.1	-3.0	27.0
EH-Schreib- und Papierwaren +	-38.5	-25.3	-41.5	-40.8	-15.5	-41.0	-36.1	-35.9	-42.0
EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw.	-21.6	10.1	-37.0	-18.5	8.8	-56.0	-24.6	11.4	-20.0
EH-Spielwaren	0.8	-20.7	35.0	-15.7	-21.5	27.0	18.9	-19.6	44.0
EH-Foto- u.optische Erzeugnisse	6.8	13.4	10.7	11.8	1.9	6.0	2.0	23.8	15.0
EH-Computer u. Zubehör,Software	-1.0	0.9	11.2	8.1	12.1	7.0	-9.8	-10.0	15.0
EH-Sport- und Campingartikel	8.8	-24.9	-9.5	8.1	-34.1	-8.0	9.6	-15.9	-11.0
EH-Brennstoffe	14.6	10.9	35.1	33.6	19.0	35.0	-2.8	3.9	35.0
EH-Kfz	-8.1	-3.2	18.2	-10.1	-5.8	8.0	-6.2	-0.5	28.0
GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw.	11.8	12.8	1.5	16.7	22.0	4.0	7.1	3.6	-1.0
GH-Schuhe	16.9	17.8	28.4	11.2	21.0	22.0	22.7	14.4	35.0
GH-Bekleidung	26.6	3.2	24.7	20.9	-15.3	8.0	32.6	21.1	41.0
GH-Ei.Haush.g.,Lampen,Leuchten	15.1	17.5	5.4	7.9	20.5	-7.0	22.6	14.3	18.0
GH-Unterh.elektronik u. Zubehör	16.7	9.6	19.3	5.5	23.2	23.0	28.5	-6.8	15.0
GH-Haush.-,Glaswaren,keram.Erz.	22.3	-17.2	20.2	36.5	-9.2	12.0	9.0	-24.5	27.0
GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m.	30.3	7.1	-18.5	23.8	-7.0	-20.0	37.1	21.1	-17.0
GH-Fahrräder, Teile und Zubehör	3.8	-20.6	-30.5	3.0	-21.2	-32.0	4.6	-20.0	-29.0
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	-27.5	-10.1	-12.4	-48.5	-17.8	-29.0	-3.7	-0.5	7.0
GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn.	36.2	32.3	47.6	50.9	50.2	58.0	22.3	15.1	38.0
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	-4.6	5.2	6.4	-5.2	11.8	17.0	-3.9	-1.7	-5.0

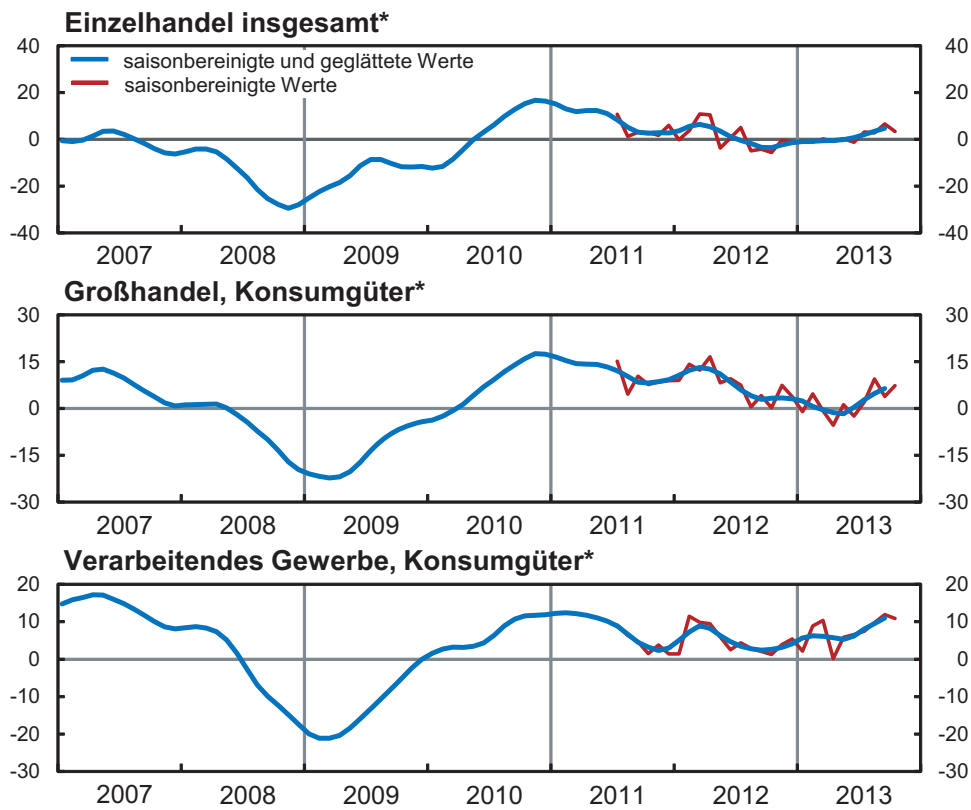
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
ifo Institut; Monat **Oktober** 2013.

ifo-Geschäftsklima und seine Komponenten – Verarbeitendes Gewerbe – saisonbereinigte Werte, BD

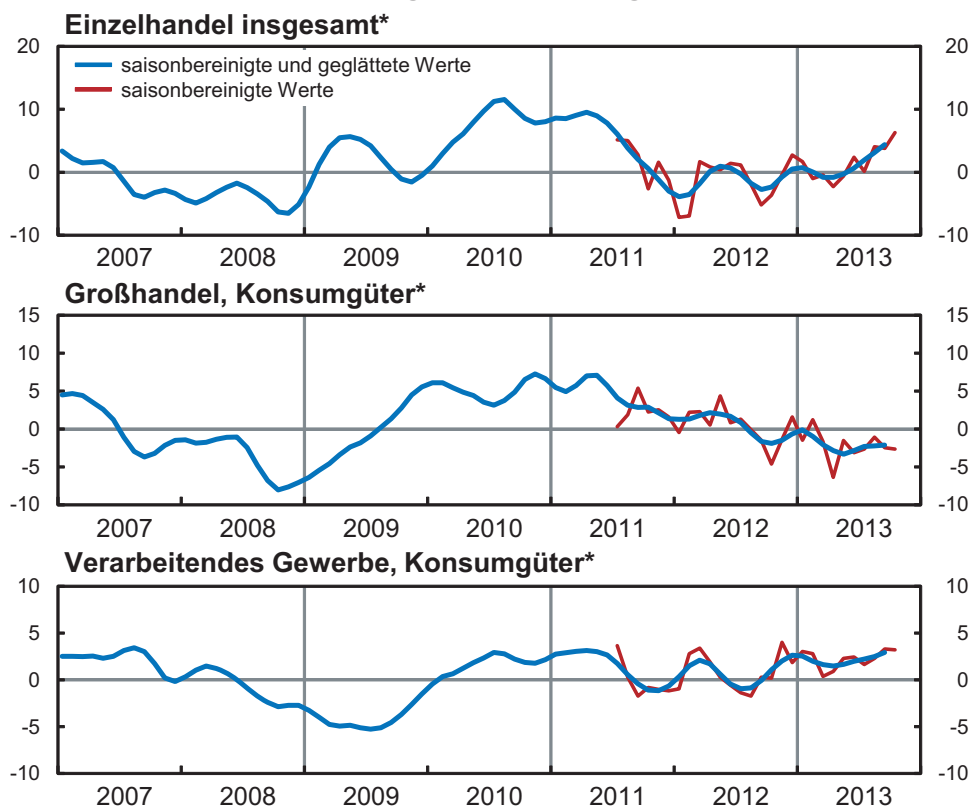
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt.Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt.Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	10.9	-1.0	17.8	13.6	-1.6	9.0	8.3	-0.4	26.0
Vorleistungsgüter	10.5	1.2	19.9	10.1	0.4	7.0	10.9	2.0	32.0
Investitionsgüter	10.2	-3.8	17.3	17.1	-0.0	12.0	3.5	-7.4	22.0
Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.güt.)	11.5	-1.0	9.6	16.0	-4.1	7.0	7.0	2.0	12.0
Gebrauchsgüter	9.4	0.3	22.9	-2.0	-8.1	3.0	21.4	9.4	43.0
Verbrauchsgüter	12.0	-0.9	7.0	19.5	-3.3	8.0	4.8	1.3	6.0
Ernährungsgew.u.Tabakverarb.	4.3	-5.0	3.0	9.2	-6.6	2.0	-0.5	-3.6	4.0
H. v. Textilien	1.2	-0.1	6.0	2.9	-1.5	12.0	-0.4	1.3	0.0
Herst. von Bekleidung	-0.2	6.8	12.5	2.8	3.6	13.0	-3.1	9.8	12.0
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	6.7	-3.5	-15.3	26.5	1.5	0.0	-11.3	-7.7	-29.0
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.Möbel)	10.0	9.9	19.8	21.1	12.7	26.0	-0.5	7.4	14.0
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	2.5	-3.1	2.2	-5.7	-9.0	-18.0	11.0	3.1	22.0
Druckerz., Vervielf.v.Ton-,Bild-,Datenträg.	-9.8	-1.6	-4.0	-7.6	-6.2	-6.0	-11.9	2.8	-2.0
Mineräölverarbeitung	18.6	25.0	35.3	-17.1	17.2	-28.0	61.3	34.9	102.0
H.v. chem.Erzeugnissen	14.6	1.9	19.6	17.6	-2.0	1.0	11.6	5.6	36.0
H.v.pharmazeut.Erzeugnissen	47.2	7.7	15.4	67.8	2.5	26.0	28.2	11.9	6.0
H.v.Gummi- u.Kunststoffwaren	17.1	1.2	20.0	22.0	0.3	9.0	12.3	2.1	30.0
Glasgew.,Keramik,V.v.Stein.u.Erd	17.0	0.6	27.1	16.2	0.7	19.0	17.9	0.6	35.0
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-6.2	6.6	20.2	-25.5	7.2	11.0	15.3	5.8	31.0
Herst. von Metallerzeugnissen	10.9	1.7	23.0	12.5	-0.5	11.0	9.3	3.9	34.0
Maschinenbau	11.3	-0.4	12.6	16.1	4.6	1.0	6.7	-5.4	23.0
H.v.DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug	14.2	-4.6	21.4	10.8	-8.8	5.0	17.6	-0.3	37.0
H.v. elektr. Ausrüstungen	15.0	2.5	26.1	12.4	-1.0	8.0	17.7	6.1	43.0
Herst.v.Kraftwagen und -teilen	8.0	-11.2	26.6	18.5	-10.0	26.0	-2.0	-12.3	27.0
Sonstiger Fahrzeugbau	24.3	14.6	44.5	25.8	10.6	48.0	22.8	18.4	41.0
Herst. von Möbeln	-9.4	3.2	2.5	-16.7	1.7	-21.0	-1.8	4.9	25.0

Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
 ifo Institut; Monat **Oktober** 2013.

ifo Geschäftsklima¹⁾



ifo Lagerbeurteilung²⁾



1) Mittelwert aus den Unternehmensmeldungen zur gegenwärtigen und in den nächsten sechs Monaten erwarteten Geschäftslage. - 2) Salden aus den %-Anteilen der Unternehmen mit zu großen (-) und zu kleinen (+) Fertigwarenbeständen, bezogen auf den Durchschnitt der letzten 120 Monate.

* Einschließlich Nahrungs- und Genussmittel.
Quelle: ifo Konjunkturtest, Deutschland.

Oktober 2013/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Konsumsektor														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2012	367,6	371,8	371,8	381,3	393,4	391,5						
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2012	3,5	2,1	2,9	1,7	2,2							
		2013	1,1											
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2012	227,7	222,3	222,9	226,8	227,5	224,6						
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2012	10,4	10,0	10,5	10,3	10,3	10,1						
		2013	10,0											
Verbraucherpreisindex Deutschland **)	AS %	2012	2,1	2,2	2,2	2,0	2,0	1,7	1,9	2,2	2,0	2,0	1,9	2,0
Index der Einzelhandelspreise **)	AS %	2013	1,7	1,5	1,4	1,2	1,5	1,8	1,9	1,5	1,4	1,8	1,7	1,7
		2012	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8	1,7	1,6	1,8	1,6	1,8	1,8	1,7
		2013	1,2	1,0	1,1	1,1	1,3	1,4	1,5	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Preisenwartung der Einzelhandelsunternehmen**)	KT Salden 3)	2012	30,0	32,0	31,0	24,0	19,0	10,0	10,0	13,0	22,0	13,0	14,0	18,0
		2013	21,0	19,0	17,0	4,0	13,0	11,0	13,0	20,0	16,0	8,0		
Verarbeitendes Gewerbe ***)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2012	11,8	15,3	11,6	13,9	14,2	8,1	8,0	-6,7	0,9	-13,5	-4,9	4,6
Hersteller von Verbrauchsgütern		2013	-0,8	8,4	5,5	-6,8	-1,0	2,4	7,4	1,0	9,0	9,4	6,4	6,1
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2012	0,0	11,9	10,6	9,5	5,4	1,8	5,1	4,9	3,3	5,1	6,4	6,1
		2013	3,2	9,7	12,1	2,7	7,8	7,9	7,5	12,6	12,9	12,0		
Großhandel ***)														
Konsumgüter 2)														
Geschäftsklima 1)	KT Salden 3)	2012	9,3	14,4	12,6	16,8	8,5	9,8	7,8	0,8	4,5	0,6	7,8	4,1
		2013	-0,6	5,0	-0,4	-5,0	1,6	-2,0	2,4	9,8	4,2	7,7		
Geschäftslage	KT Salden 3)	2012	13,3	23,2	17,7	25,4	15,9	17,9	14,9	8,0	15,2	6,3	16,5	13,5
		2013	2,4	13,2	5,8	-2,5	5,9	-1,0	5,9	18,0	5,2	12,3		
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2012	5,4	6,0	7,6	8,5	1,3	2,0	1,0	-6,1	-5,7	-4,8	-0,6	-4,8
		2013	-3,6	-3,0	-6,3	-7,5	-2,7	-3,0	-1,0	1,9	3,3	3,2		
Einzelhandel***)														
Geschäftsklima 1) 2)														
EH insgesamt	KT Salden 3)	2012	-0,3	3,6	10,7	10,3	-3,8	0,5	5,0	-4,9	-4,3	-5,7	-0,4	-1,2
		2013	-1,1	-1,2	0,0	-1,0	0,2	-1,3	3,0	2,7	6,4	3,3		
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	3,3	0,6	2,3	-0,8	-8,0	-9,1	-12,9	-16,9	-12,8	-13,5	-14,2	-16,2
		2013	-10,7	-18,2	-15,9	-16,4	-11,5	-12,5	-9,9	-10,4	-3,2	-5,8		
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	-15,7	-8,2	0,2	-1,5	-19,0	-11,5	-8,5	-18,3	-19,5	-16,0	-15,9	-11,6
		2013	-11,6	-8,6	-8,6	-15,8	-4,0	-8,9	-8,8	-5,3	-1,0	2,0		
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2012	9,5	25,1	32,2	36,2	14,4	23,1	39,6	27,1	23,6	14,0	35,1	30,9
		2013	22,5	32,0	30,7	30,1	20,4	17,1	28,1	27,0	25,3	14,2		
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2012	16,1	37,4	43,8	49,3	24,9	36,7	49,3	44,7	42,4	39,5	51,9	41,3
		2013	26,2	39,5	40,9	50,4	31,9	23,8	47,3	36,7	30,4	20,5		
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2012	3,2	13,5	21,2	23,8	4,3	10,3	30,4	10,8	6,3	-8,9	19,5	20,9
		2013	18,8	24,7	21,0	11,4	9,4	10,6	10,4	17,7	20,3	8,1		

Oktober 2013/2

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Einzelhandel ***)														
Umsatz 5)														
Einzelhandel (einschl. Kfz-Handel)	AS %	2012	5,5	4,9	6,8	-0,8	-0,6	7,3	2,3	2,1	-2,1	4,4	1,2	-3,3
		2013	2,2	-3,8	-5,9	5,1	0,6	-0,9	4,1					
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2012	3,3	3,7	6,7	-4,0	1,4	6,0	0,1	2,5	-1,0	3,0	2,0	-1,4
		2013	3,6	-1,7	-1,9	2,9	1,7	-1,1	5,4	1,2				
Umsatzentwicklung nach Branchen 5)														
Verbrauchsgüter														
Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	2,9	4,1	5,7	-4,5	0,6	4,1	-1,2	4,6	-2,3	3,5	2,5	-2,3
		2013	5,3	-1,8	-0,9	-0,1	-0,4	-2,1	7,0	0,0				
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2012	5,7	0,6	11,8	-9,6	0,0	4,2	-0,5	0,1	5,8	-2,8	-2,1	-2,7
		2013	1,6	-1,4	-9,9	5,1	0,8	4,9	3,2	5,3				
Apotheken	AS %	2012	5,0	4,7	4,2	-0,2	-1,8	5,0	0,2	-1,9	-7,6	3,1	-0,3	-6,4
		2013	3,8	-0,3	-3,8	7,1	0,4	-1,8	12,6	4,4				
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2012	-2,5	-5,2	0,4	1,9	-9,4	-4,7	-3,1	-1,8	-8,2	1,2	-6,9	-6,3
		2013	-1,0	-5,0	1,7	-6,1	0,4	-4,3	-0,1	-4,5				
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2012	-1,9	-4,7	-3,2	-2,8	-4,2	2,7	2,0	5,3	-5,1	-0,5	-0,3	-4,4
		2013	2,9	-2,5	-0,5	1,6	-2,8	-2,5	0,2	-4,4				
Gebrauchsgüter														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2012	4,2	0,7	3,0	1,1	-2,8	8,0	1,1	6,1	0,2	4,5	3,2	-5,5
		2013	1,7	-0,1	-2,6	5,2	3,0	-2,7	-0,5	-8,7				
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2012	1,9	7,3	5,4	8,3	0,8	7,9	0,1	-1,1	-9,5	3,4	-4,0	-11,9
		2013	-3,7	-9,6	-2,9	4,0	-7,5	-3,3	-1,1	-2,1				
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	-5,7	-0,3	5,8	4,4	-2,7	10,8	-1,1	-2,8	-2,1	0,5	0,1	-4,5
		2013	-1,7	-4,6	-1,0	-3,2	-3,9	-11,9	-5,7	-2,5				
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2012	4,0	0,3	9,6	-9,3	-0,6	6,5	3,6	2,7	-4,1	0,8	-3,0	-6,5
		2013	-1,6	-6,3	-24,0	2,7	-2,2	-1,3	5,0	-4,2				
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2012	2,8	-0,1	9,9	-4,8	-2,8	2,2	-1,0	1,4	-5,7	1,9	-4,1	-2,1
		2013	6,1	-3,4	11,5	-18,8	1,5	-5,6	0,4	-1,9				
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2012	1,6	9,7	10,2	5,9	1,8	15,2	8,9	-7,7	-5,8	14,8	6,7	-10,3
		2013	8,3	-11,2	-1,1	-5,2	-11,8	-13,0	-13,9	-14,9				

Weitere Informationen erteilt:

ifo Institut, Postfach: 86 04 60, 81631 München. Telefon: (089) 9224-0, Telefax: (089) 98 53 69
 Monatliche Bearbeitung: G. Krug, App. 1337 und Ch. Zeiner, App. 1214.

Anmerkungen:

AS = Amtliche Statistik; KT = Ifo Konjunkturtest; BBK = Deutsche Bundesbank

1) Mittelwerte aus den Unternehmensmeldungen zur gegenwärtigen und der in den nächsten sechs Monaten zu erwartenden Geschäftslage.

2) Saisonbereinigt.

3) Differenzen aus den prozentualen positiven und negativen Meldeanteilen.

4) Kredite an Privatpersonen, ohne Wohnungsbau, einsch. Hypothekarkredite.

5) Umsatz nominal - Veränderung gegenüber dem Vorjahreszeitraum.

6) Einzelhandel ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken.

*) Werte jeweils für das zu Ende gehende Vierteljahr. **) Veränderungsrate zum Vorjahresmonat. ***) Klassifizierung WZ 2008

Konsumprognose 2014: Günstige Perspektiven¹

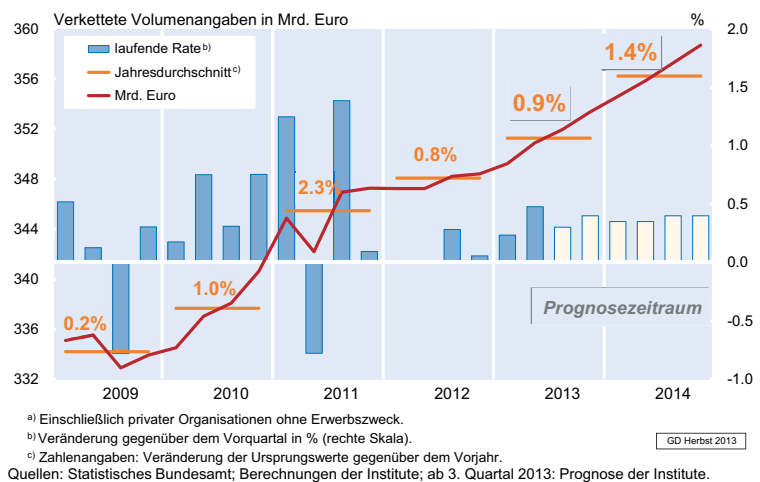
von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

Der reale private Konsum ist im ersten Halbjahr 2013 beschleunigt gestiegen. Gegenüber dem zweiten Halbjahr 2012 legte er saisonbereinigt um 0,5% zu, zuvor hatte die Zuwachsrate 0,3% betragen. Getragen wurde die Konsumexpansion von der Zunahme der real verfügbaren Einkommen um 0,3%. Die Bruttolöhne und -gehälter expandierten spürbar, bei merklichen Lohnsteigerungen setzte sich der Arbeitsplatzaufbau fort. Zudem wurde am Jahresanfang die Belastung der Arbeitseinkommen mit Steuern und Sozialabgaben verringert. So sind der Beitragssatz zur gesetzlichen Rentenversicherung gesenkt, die Praxisgebühr abgeschafft und der Grundfreibetrag bei der Einkommensteuer angehoben worden. Zur Konsumexpansion trug auch die höhere Ausgabenneigung bei, die Sparquote sank saisonbereinigt um 0,2 Prozentpunkte.

In der zweiten Jahreshälfte dürfte sich der Anstieg der privaten Konsumausgaben fortsetzen. Das Konsumentenvertrauen befindet sich auf hohem Niveau, die Bereitschaft zu größeren Anschaffungen ist auch angesichts des niedrigen Zinsniveaus bis zuletzt gestiegen. Begünstigt wird die Konsumkonjunktur durch die weiterhin günstige Entwicklung der Arbeitseinkommen. Bei den monetären Sozialleistungen schlägt die Rentenanhebung zur Jahresmitte, wenn auch nur schwach, zu Buche. Zudem erhalten Eltern, deren Kleinkinder keine Kindertagesstätte besuchen, seit August ein monatliches Betreuungsgeld von 100 Euro pro Kind. Auch werden die staatlichen Hilfen und privaten Versicherungsleistungen an flutgeschädigte Haushalte für Ersatzbeschaffungen verwendet. Für den Jahresdurchschnitt 2013 ist mit einer Zunahme des realen privaten Konsums um 0,9% zu rechnen (vgl. Abbildung).

¹ Vgl. Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2013, in: ifo Schnelldienst, 20/2013, S. 3 ff.

Reale Konsumausgaben der privaten Haushalte^{a)}
Saison- und kalenderbereinigter Verlauf



Im nächsten Jahr wird der private Konsum in etwa gleichem Tempo steigen. Bei einer kräftigen Zunahme der Beschäftigung und höheren Tariflohnsteigerungen dürften die Bruttolohneinkommen schneller als im laufenden Jahr zunehmen. Netto fällt der Anstieg etwas kräftiger aus. Zwar greift erneut die kalte Progression, allerdings wird der Grundfreibetrag bei der Einkommensteuer abermals erhöht, und der Beitragssatz zur gesetzlichen Rentenversicherung wird nochmals gesenkt, wenn auch nur leicht. Auch die monetären Sozialleistungen dürften weiter spürbar steigen. Denn die Altersrenten werden Mitte 2014 stärker erhöht als in diesem Jahr, auch weil die in den vergangenen Jahren unterbliebenen Rentenkürzungen nachgeholt sein werden. Die Selbstständigen- und Vermögenseinkommen dürften im Gefolge der besseren Konjunktur ebenfalls kräftiger zulegen. Alles in allem werden die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte wohl um 3,2% expandieren, real um 1,3%. Die Sparquote wird angesichts des anhaltend günstigen Konsum- und Arbeitsmarktumfelds wohl weiter leicht nachgeben. Der reale private Konsum wird voraussichtlich um 1,4% zunehmen (vgl. Tabelle).

Einkommen und Einkommensverwendung der privaten Haushalte

Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr

	2012	2013 (s)	2014 (s)	2013		2014 (s)	
				1.Hj.	2.Hj.(s)	1.Hj.	2.Hj.
Masseneinkommen	3,0	2,7	2,8	2,4	2,9	2,9	2,7
Nettolöhne und -gehälter	3,9	2,9	3,1	2,6	3,1	3,4	2,9
Monetäre Sozialleistungen	1,2	2,3	2,1	2,4	2,2	1,9	2,3
abz. Abgaben auf soziale Leistungen, verbrauchsnahe Steuern	0,6	2,2	1,5	2,9	1,5	1,4	1,6
Übrige Primäreinkommen	1,5	2,1	3,9	0,6	3,7	3,8	4,0
Verfügbares Einkommen	2,3	2,3	3,2	1,5	3,1	3,2	3,1
Konsumausgaben	2,4	2,6	3,2	2,0	3,2	3,2	3,2
Sparen	1,6	-0,8	2,4	-2,8	1,8	2,7	1,9
nachrichtlich:							
Private Konsumausgaben, preisbereinigt	0,8	0,9	1,4	0,3	1,5	1,5	1,4
Sparquote (Sparen in % des verf. Einkommens)	10,3	10,0	9,9	11,3	8,7	11,3	8,6

s) Schätzungen des Institute.

Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 2.Vierteljahr 2013; Prognose der Institute.

ifo-GfK-Konsumreport ISSN 1865-4541

Herausgeber: ifo Institut, Poschingerstraße 5, 81679 München, Postfach 86 04 60, 81631 München,
Telefon (089) 92 24-0, Telefax (089) 98 53 69, www.cesifo-group.de.

und

GfK Marktforschung,

Nordwestring 101, 90319 Nürnberg,

Telefon (0911) 395-0, Telefax (0911) 39 52 09, www.gfk.de

Redaktion: Dr. Klaus Wohlrabe (ifo Institut).

Vertrieb: ifo Institut.

Erscheinungsweise: monatlich.

Bezugspreis Jahresabonnement: € 75,-

Preis des Einzelheftes: € 7,-

jeweils zuzüglich Versandkosten.

Layout, Satz und Druck: ifo Institut.

Nachdruck und sonstige Verbreitung (auch auszugsweise):

nur mit Quellenangabe und gegen Einsendung eines Belegexemplars.

