

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

Oktober 2014

## ifo Institut

### Einzelhandel: Geschäftsklimaindikator weiter gesunken

Die Einzelhändler waren unzufrieden mit ihrer aktuellen Geschäftslage. Im Hinblick auf den zukünftigen Geschäftsverlauf zeigten sie sich hingegen etwas weniger skeptisch. Die Personalpläne blieben restriktiv ausgerichtet.

## GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im September 2014

## ifo Schwerpunktthema

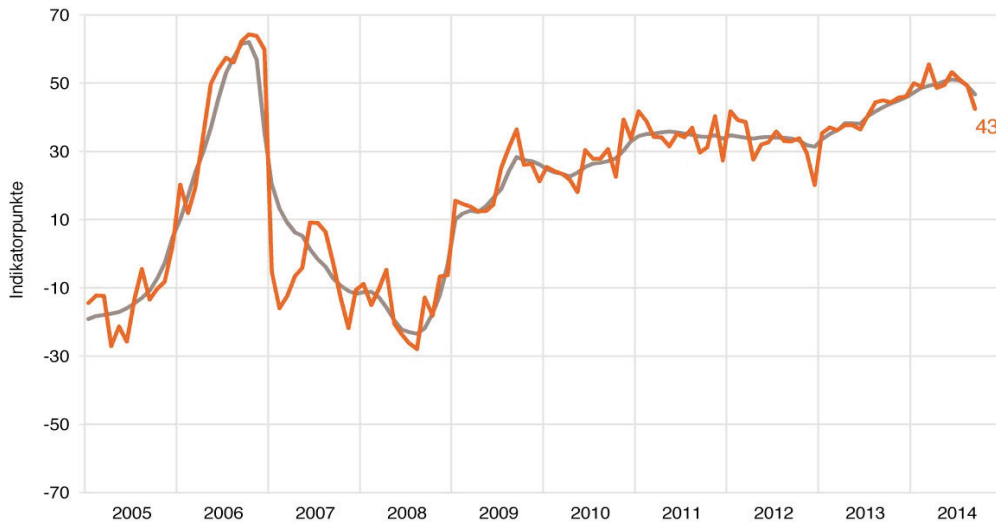
### Konsumprognose 2015: Privater Verbrauch weiter Stütze der Konjunktur

von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut



## Anschaffungsneigung im September

### Anschaffungsneigung



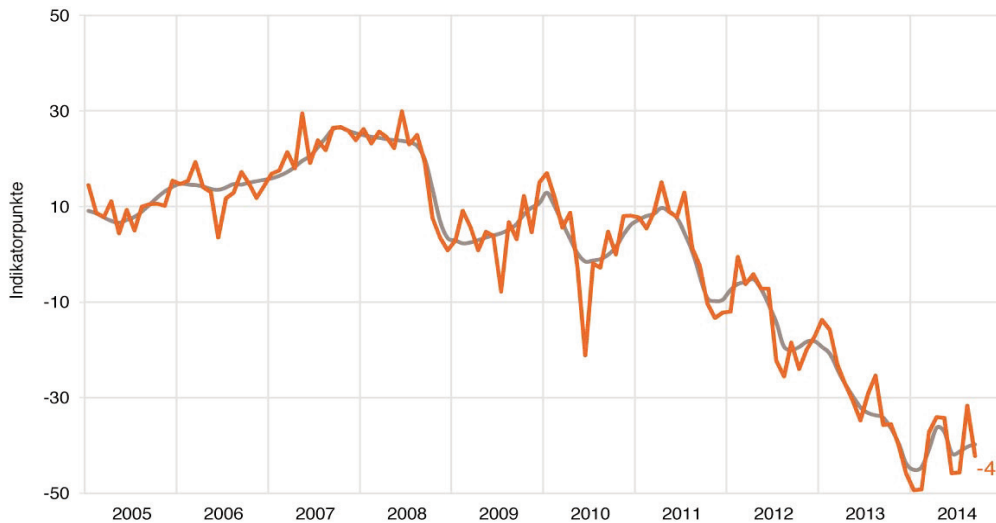
	Wert 09/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	46,7	-2,6	+3,7
— Ungeglättet	42,5	-6,8	-2,5

Quelle: GfK, EU-Kommission  
© GfK 2014 | Konsumklima MAXX | Deutschland



## Sparneigung im September

### Sparneigung

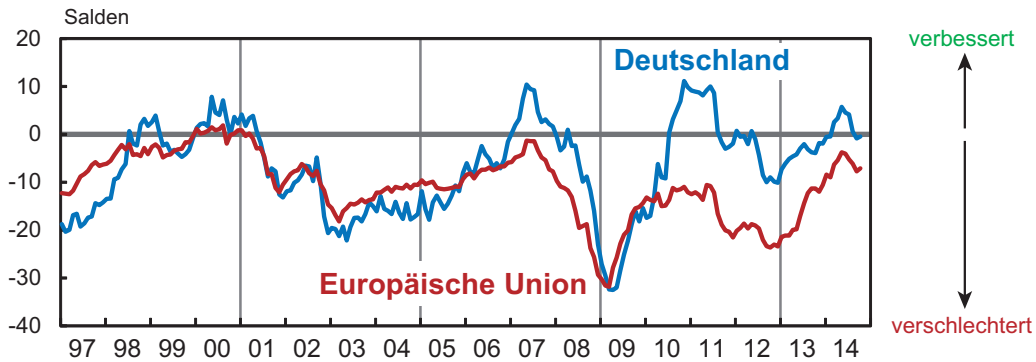


	Wert 09/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	-39,8	+0,5	-5,6
— Ungeglättet	-42,2	-10,5	-6,5

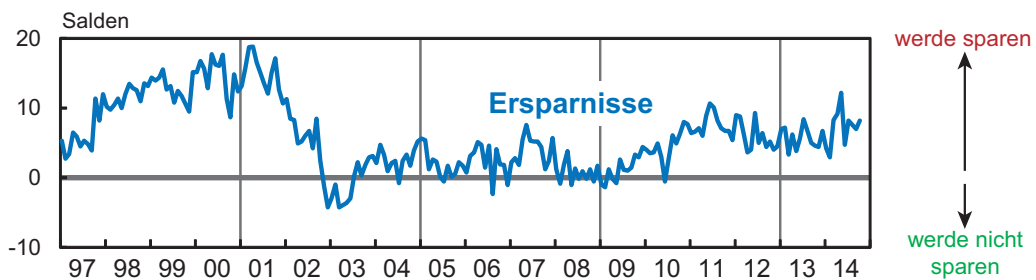
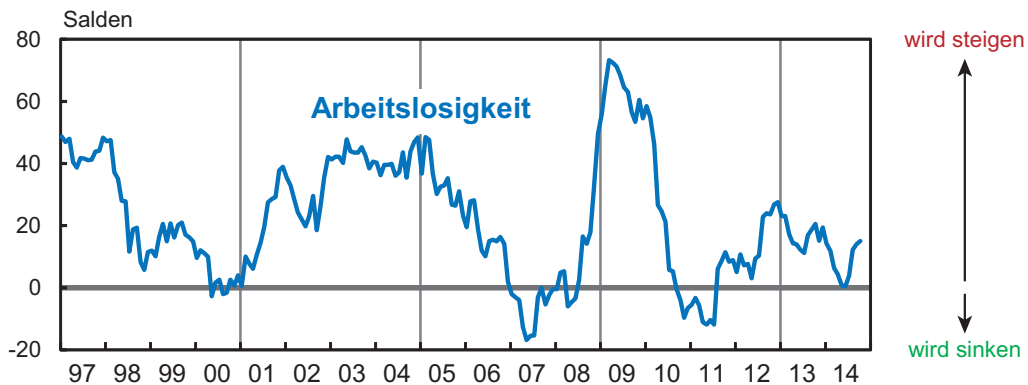
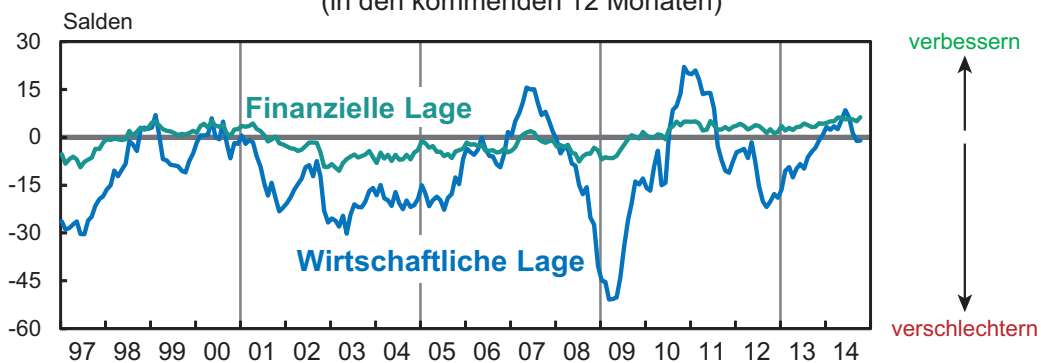
Quelle: GfK, EU-Kommission  
© GfK 2014 | Konsumklima MAXX | Deutschland



### Konsumentenstimmung<sup>1)</sup> Indikator der Europäischen Kommission



### Komponenten des Indikators für Deutschland<sup>2)</sup> (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: Geschäftslage verschlechtert sich**

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel ist im Oktober zum vierten Mal in Folge gesunken. Die befragten Firmen bewerteten ihre aktuelle Geschäftslage zum ersten Mal seit März 2010 nicht mehr positiv. Die Geschäftserwartungen erschienen ihnen aber weniger ungünstig. Angesichts verringerter Lagerbestände wollten die Händler sich bei den Bestellungen nicht mehr so stark zurückhalten. Für die kommenden Monate sahen sie trotzdem Preissenkungsbedarf.

Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima weiter eingetrübt. Die Geschäftslage wurde deutlich negativer bewertet. Bei den Aussichten ließ die Skepsis leicht nach. Die Händler beabsichtigten, ihre restriktive Orderpolitik etwas zu lockern und die Verkaufspreise zu senken. Der Geschäftsklimaindikator im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist ebenfalls spürbar gesunken. Die Testteilnehmer klagten vermehrt über einen enttäuschenden Geschäftsverlauf und auch der Pessimismus bezüglich der zukünftigen Entwicklung nahm deutlich zu. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* verbesserte sich dagegen das Klima. Die Firmen empfanden ihre aktuelle Situation als zufriedenstellend und blickten mit Zuversicht den kommenden Monaten entgegen. Im Elektroeinzelhandel trübte sich das Geschäftsklima für den Teilbereich weiße Ware ein, da die negativen Meldungen sowohl zur aktuellen Geschäftslage als auch zu den Geschäftsaussichten die Oberhand gewannen. In der Sparte Unterhaltungselektronik wurde die derzeitige Lage so gut wie zuletzt im Juli 2012 bewertet. Die gestiegene Skepsis bezüglich der Geschäftserwartungen deutet jedoch darauf hin, dass die befragten Firmen dies nur für eine kurzfristige Verbesserung hielten. Zudem rechneten die Händler mit weiteren Preiszugeständnissen. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* ist der Geschäftsklimaindikator gefallen und befand sich damit weit unter dem langjährigen Durchschnitt. Die aktuelle Lage wurde negativ bewertet und auch der Pessimismus für die kommenden Monate nahm abermals zu. Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel mit *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* ist dagegen gestiegen, blieb aber immer noch im negativen Bereich. Die aktuelle Geschäftslage und die Aussichten haben sich verbessert, allerdings dominierten weiterhin die negativen Meldungen.

Das Geschäftsklima im **Verbrauchsgüterbereich** hat sich aufgrund der gestiegenen Skepsis der Testteilnehmer bezüglich der Geschäftsperspektiven und der negativ beurteilten aktuellen Geschäftslage deutlich verschlechtert. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* ist der Geschäftsklimaindikator eingebrochen. Angesichts einer rückläufigen Nachfrage verschlechterte sich die Geschäftslage drastisch. Im Hinblick auf die kommenden Monate waren die Testteilnehmer ebenfalls sehr pessimistisch. Der Geschäftsklimaindikator im *Schuheinzelhandel*

ist nach dem Anstieg im Vormonat wieder gefallen. Angesichts der schlechten Umsatzentwicklung und des zunehmenden Lagerdrucks waren die Einzelhändler äußerst unzufrieden mit ihrer Lage. Hinsichtlich des zukünftigen Geschäftsverlaufs hat sich die Zuversicht der vergangenen Monate in Skepsis gewandelt. Im Bereich *Sport- und Campingartikel* verbesserte sich weiter. Die Händler bewerteten ihre aktuelle Lage als zufriedenstellend und sahen der nahen Zukunft zuversichtlich entgegen. Angesichts der verbesserten Nachfragesituation stufte die Einzelhändler mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* ihre momentane Geschäftslage deutlich weniger ungünstig ein, ihre Geschäftsperspektiven beurteilten sie sogar wieder positiv.

Im **Kfz-Einzelhandel** ist der Geschäftsklimaindikator nach dem Rückgang im Vormonat wieder leicht gestiegen, da die Skepsis bei den Geschäftsperspektiven merklich abgenommen hat. Die Geschäftslage wurde dagegen etwas negativer bewertet. Die Händler sahen keine Spielräume für Preiserhöhungen. Die Personalplanungen fielen restriktiver aus als zuletzt. Im *Neuwagenesgeschäft* verschlechterte sich angesichts des zunehmenden Lagerdrucks die Geschäftslage. Die Erwartungen wurden dagegen weniger negativ eingeschätzt. Die verbesserte Geschäftssituation und die aufgehellten Geschäftserwartungen ließen den Klimaindikator für den *Gebrauchtwagenhandel* steigen. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* meldeten die Händler einen ungünstigeren Geschäftsverlauf. Sie waren jedoch weniger pessimistisch in ihren Erwartungen, obwohl sie keine Möglichkeit sahen, die Verkaufspreise heraufzusetzen. Die Personalpläne waren nach wie vor auf Kürzungen ausgerichtet. Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** ist nahezu unverändert geblieben, die Geschäftslage verbesserte sich leicht. Der Lagerdruck nahm deutlich ab. Demzufolge wurde die Orderpolitik expansiver gestaltet. Allerdings wurden die Geschäftsperspektiven negativer eingeschätzt. Zum ersten Mal seit Mai 2010 wurde geplant, Preissenkungen vorzunehmen.

**Konsumgüterindustrie: Kapazitätsauslastung etwas niedriger als im Vorquartal**

Im Konsumgüterbereich ist der Geschäftsklimaindikator gesunken und lag unter dem langjährigen Durchschnitt. Angesichts leicht rückläufiger Nachfrage waren die Unternehmen mit der aktuellen Geschäftslage weniger zufrieden als noch im Vormonat, die Geschäftsaussichten trübten sich weiter. Angesichts der zurückgegangenen Exporte und des verringerten Auftragsbestandes revidierten die Firmen ihre Produktionspläne nach unten. Mit 80,2% lag die Kapazitätsauslastung niedriger als im Vorquartal (80,4%).

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.	- 4,6	- 2,5	- 8,5	- 0,1	- 6,5	- 8,0	- 9,0	+ 1,2	- 9,0
GH-Konsumgüter	+ 2,6	+ 5,6	- 5,5	+ 5,4	+ 6,7	- 7,0	- 0,2	+ 4,6	- 4,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	- 1,3	- 5,9	- 13,1	+ 5,0	- 6,9	- 11,0	- 7,5	- 5,0	- 15,0

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

ifo Institut; Monat **Oktober** 2014.

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	6,1	-0,2	-8,3	19,5	1,3	-1,0	-6,5	-1,5	-15,0
EH-Drogerieartikel +	7,7	28,0	13,8	18,7	42,5	18,0	-2,8	14,0	10,0
EH-Textilien,Bekleidung insg.	-37,0	-35,2	-35,8	-40,5	-51,3	-49,0	-33,3	-19,8	-23,0
EH-Schuhe	-34,0	-34,9	-37,2	-57,8	-51,5	-72,0	-6,1	-14,5	1,0
EH-Leder- und Täscherwaren	-38,6	-8,6	-7,6	-28,8	2,3	-6,0	-47,7	-18,9	-9,0
EH-Möbel,Eintr.,sonst. Hausrat	-16,4	-13,0	2,3	-16,5	-11,0	12,0	-16,3	-15,0	-8,0
EH-Elektrot.Erz,Elek.Haushaltg.	-14,9	-6,4	-7,5	-10,8	-0,9	-4,0	-19,0	-11,8	-11,0
EH-Unterh.elektronik, Zubehör	-0,0	4,9	17,4	22,4	20,8	40,0	-20,2	-8,8	-3,0
EH-Bau-,Heimwerkerbed.,Metallw.	14,4	10,8	3,5	22,0	9,3	4,0	7,1	12,3	3,0
EH-Schreib- und Papierwaren +	-1,5	14,9	36,7	-12,3	9,2	28,0	9,9	21,0	46,0
EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw.	-16,3	25,2	6,0	-19,6	27,0	0,0	-12,9	23,3	12,0
EH-Spielwaren	-22,0	-39,1	-23,0	-47,7	-69,3	-33,0	8,1	-4,6	-10,0
EH-Foto- u.optische Erzeugnisse	-10,8	-24,2	-18,4	-8,4	-41,4	-22,0	-13,2	-8,7	-15,0
EH-Computer u. Zubehör,Software	-12,2	-14,0	-12,9	-4,5	-19,3	-15,0	-19,6	-9,1	-11,0
EH-Sport- und Campingartikel	21,5	4,1	11,6	34,4	3,9	25,0	9,4	4,2	-1,0
EH-Brennstoffe	-20,9	6,3	-33,9	-13,2	-10,1	-45,0	-28,2	20,1	-24,0
EH-Kfz	-10,2	1,3	-2,5	-11,7	-2,1	-2,0	-8,8	4,7	-3,0
GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw.	9,4	15,6	-2,0	11,2	14,7	-5,0	7,6	16,5	1,0
GH-Schuhe	43,6	17,9	27,0	38,1	-3,8	27,0	49,2	38,7	27,0
GH-Bekleidung	-18,2	-28,3	-46,8	0,8	-20,9	-22,0	-35,4	-34,5	-70,0
GH-El.Haush.g.,Lampen,Leuchten	9,6	2,0	-6,9	9,8	6,2	1,0	9,4	-2,2	-15,0
GH-Unterh.elektronik u. Zubehör	36,3	11,3	18,9	36,4	9,4	31,0	36,1	13,2	6,0
GH-Haush-,Glaswaren,keram.Erz.	17,7	-5,7	-6,1	45,1	1,9	7,0	-6,6	-11,9	-17,0
GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m.	26,5	12,4	-4,4	26,7	-20,5	2,0	26,3	40,9	-11,0
GH-Fahrräder, Teile und Zubehör	16,5	-28,1	11,9	21,8	-13,4	18,0	11,4	-43,0	6,0
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	-18,5	17,6	8,7	-38,4	5,5	10,0	3,7	31,7	7,0
GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn.	12,3	-10,2	-24,1	20,3	-12,6	-32,0	4,6	-8,0	-17,0
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	12,5	16,9	15,9	29,3	25,3	34,0	-3,1	9,4	-1,0

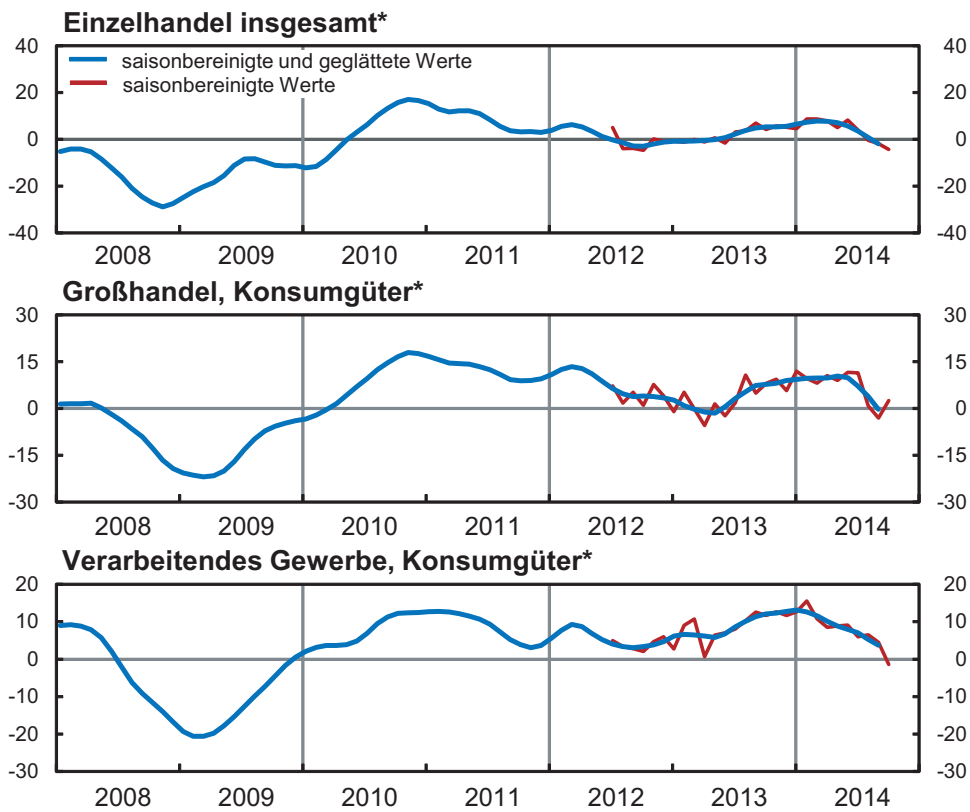
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.  
ifo Institut; Monat **Oktober** 2014.

ifo Geschäftsklima und seine Komponenten – Verarbeitendes Gewerbe; saisonbereinigte Werte; BD

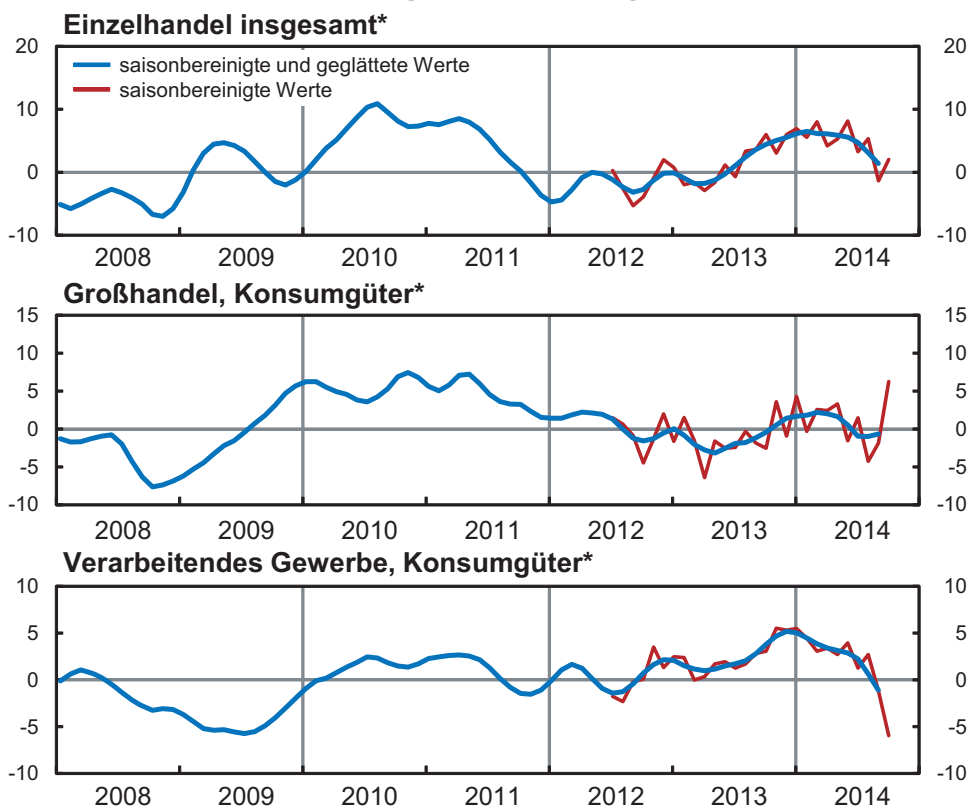
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	1,5	-4,6	-10,1	9,2	-6,2	-5,0	-5,8	-3,2	-15,0
Vorleistungsgüter	2,4	-4,2	-8,8	13,5	-3,4	3,0	-8,1	-4,8	-20,0
Investitionsgüter	1,3	-4,9	-9,9	6,0	-10,3	-12,0	-3,3	0,1	-8,0
Konsumgüter (Gebr.-u. Verbr.güt.)	-1,3	-5,9	-13,1	5,0	-6,9	-11,0	-7,5	-5,0	-15,0
Gebrauchsgüter	-3,7	-10,9	-13,7	2,4	-10,6	4,0	-9,6	-11,2	-32,0
Verbrauchsgüter	-1,7	-5,9	-14,0	4,5	-7,1	-15,0	-7,8	-4,7	-13,0
Ernährungsgew.u. Tabakverarb.	-7,4	-11,7	-12,0	-5,7	-8,4	-15,0	-9,0	-15,1	-9,0
H. v. Textilien	-16,7	16,0	-17,6	-9,9	24,7	-12,0	-23,2	7,5	-23,0
Herst. von Bekleidung	-8,9	-12,3	-9,6	13,4	-12,2	10,0	-28,9	-12,2	-27,0
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	23,8	-1,7	17,0	38,2	-3,5	11,0	10,3	-0,2	22,0
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.	-2,3	-7,2	-13,4	5,9	-14,3	-16,0	-10,2	-0,8	-11,0
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	1,4	1,6	-1,6	12,6	0,3	18,0	-9,3	2,8	-21,0
Druckerz., Vervielf.v.Ton-,Bild-,	-10,5	-9,2	-1,4	2,7	-5,7	10,0	-22,9	-12,3	-12,0
Mineralölverarbeitung	21,3	30,5	3,5	37,1	35,4	55,0	6,5	26,0	-54,0
H.v. chem.Erzeugnissen	5,0	-4,0	-10,9	18,5	-4,4	0,0	-7,7	-3,6	-21,0
H.v.pharmazeut.Erzeugnissen	17,4	8,6	-29,3	23,6	-10,8	-44,0	11,4	25,4	-16,0
H.v.Gummi- u.Kunststoffwaren	11,7	-1,8	-6,0	17,8	-11,1	-5,0	5,8	6,6	-7,0
Glasgew.,Keramik,V.v.Stein.u.Erd	3,7	-3,7	-13,8	14,8	-0,6	-2,0	-6,7	-6,6	-25,0
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-16,8	-10,6	-11,0	-23,2	-8,9	2,0	-10,1	-12,5	-26,0
Herst. von Metallerzeugnissen	6,0	-5,9	-5,7	24,1	-6,0	11,0	-10,7	-5,8	-21,0
Maschinenbau	-4,0	-4,2	-16,2	5,8	-3,3	-11,0	-13,4	-5,1	-21,0
H.v.DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug	15,9	2,4	1,5	21,9	2,0	11,0	10,1	2,8	-8,0
H.v. elektr. Ausrüstungen	2,8	-3,3	-13,0	18,6	4,8	6,0	-11,9	-10,6	-31,0
Herst.v.Kraftwagen und -teilen	0,3	-7,6	-9,3	-0,2	-19,4	-20,0	0,8	3,5	1,0
Sonstiger Fahrzeugbau	-3,2	-24,0	-28,5	11,4	-21,6	-15,0	-16,8	-26,1	-41,0
Herst. von Möbeln	-13,3	-4,1	-4,3	-12,5	-2,3	4,0	-14,1	-5,9	-13,0

Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.  
ifo Institut; Monat **Oktober** 2014.

### ifo Geschäftsklima<sup>1)</sup>



### ifo Lagerbeurteilung<sup>2)</sup>



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 2014/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
<b>Konsumsektor</b>														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2013	374,6	374,6	374,6	374,6	374,6	392,5	392,5	402,3	402,3	402,3	402,3	402,2
		2014	382,7	382,7	382,7	382,7	382,7	400,7	400,7	400,7	400,7	400,7	400,7	400,7
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2013	0,8	0,8	0,8	0,8	2,4	2,4	2,4	3,3	3,3	3,3	3,3	1,8
		2014	2,2	2,2	2,2	2,2	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1	2,1
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2013	222,3	222,3	222,3	222,3	222,9	222,9	222,9	223,6	223,6	223,6	223,6	222,8
		2014	222,6	222,6	222,6	222,6	223,2	223,2	223,2	223,2	223,2	223,2	223,2	223,2
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2013	9,2	9,2	9,2	9,2	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,1	9,0
		2014	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,0
<b>Verbraucherpreisindex Deutschland **)</b>														
	AS %	2013	1,7	1,5	1,4	1,2	1,5	1,8	1,9	1,5	1,4	1,2	1,3	1,4
		2014	1,3	1,2	1,0	1,3	0,9	1,0	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8
<b>Index der Einzelhandelspreise **)</b>														
	AS %	2013	1,2	1,0	1,1	1,1	1,3	1,4	1,5	1,0	1,0	0,9	0,8	0,9
		2014	1,1	0,9	0,7	0,6	0,4	0,4	0,6	0,7	0,8	0,7	0,8	0,8
<b>Preiserwartung der Einzelhandelsunternehmen***)</b>														
	KT Salden 3)	2013	21,0	19,0	17,0	4,0	13,0	11,0	13,0	20,0	16,0	8,0	7,0	11,0
		2014	15,0	18,0	16,0	10,0	9,0	1,0	10,0	6,0	5,0	-8,0	-8,0	-8,0
<b>Verarbeitendes Gewerbe ****)</b>														
Geschäftsklima 1) 2)														
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2013	-1,3	7,6	5,0	-7,0	-1,1	2,2	6,7	1,2	9,3	10,1	0,1	4,0
		2014	19,0	18,4	17,1	9,2	11,9	14,7	11,8	7,6	7,3	-3,7	-3,7	-3,7
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2013	3,3	9,6	12,0	2,7	7,8	7,8	7,7	12,6	13,1	12,3	15,2	13,2
		2014	11,6	14,8	9,7	8,9	8,2	7,9	5,2	6,0	4,2	-1,7	-1,7	-1,7
<b>Großhandel ****)</b>														
Konsumgüter 2)														
Geschäftsklima 1)	KT Salden 3)	2013	-1,0	5,2	-0,1	-5,4	1,5	-2,3	1,9	10,7	5,0	8,1	9,4	5,7
		2014	11,9	9,6	8,1	10,5	9,0	11,6	11,4	0,9	-3,0	2,6	2,6	2,6
Geschäftslage	KT Salden 3)	2013	2,2	13,7	6,4	-3,1	5,9	-1,4	5,4	18,7	5,7	12,4	10,5	6,5
		2014	10,0	11,2	8,8	12,8	7,9	16,5	13,4	4,7	-1,3	5,4	5,4	5,4
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2013	-4,2	-3,0	-6,5	-7,7	-2,9	-3,2	-1,6	3,1	4,2	3,8	8,3	5,0
		2014	13,8	8,0	7,5	8,2	10,1	6,8	9,4	-2,9	-4,8	-0,2	-0,2	-0,2
<b>Einzelhandel****)</b>														
Geschäftsklima 1) 2)														
EH insgesamt	KT Salden 3)	2013	-1,1	-1,6	-0,3	-1,4	0,3	-1,9	2,8	3,3	6,5	3,9	5,4	4,8
		2014	4,3	8,4	8,4	7,6	4,8	7,9	3,7	-0,7	-2,1	-4,6	-4,6	-4,6
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-10,9	-18,5	-16,2	-16,5	-11,7	-12,5	-9,8	-9,7	-3,0	-5,4	0,4	-0,7
		2014	3,6	7,7	6,3	-0,9	4,7	2,3	-0,4	-2,7	-4,5	-7,9	-7,9	-7,9
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-11,2	-8,8	-9,1	-16,2	-4,1	-9,5	-9,0	-4,4	-1,1	3,0	-2,6	1,2
		2014	-4,8	-0,6	-0,2	5,1	2,8	-3,6	-1,7	-10,0	-7,8	-13,9	-13,9	-13,9
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2013	22,1	30,6	30,9	29,9	20,4	16,9	27,5	27,4	25,5	14,4	20,5	18,0
		2014	14,4	20,2	18,3	18,0	6,5	27,5	10,4	11,2	6,3	6,1	6,1	6,1
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2013	25,5	38,6	41,6	50,3	32,2	23,2	45,9	37,1	31,2	20,5	32,9	30,8
		2014	25,2	27,9	35,7	33,1	15,1	49,1	27,9	24,1	18,2	19,5	19,5	19,5
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2013	18,8	22,8	20,6	11,2	9,3	10,9	10,4	18,0	19,9	8,5	8,7	5,9
		2014	4,1	12,7	2,1	3,8	-1,8	7,7	-5,7	-0,9	-5,0	-6,5	-6,5	-6,5



Oktober 2014/2

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
<b>Einzelhandel ***)</b>														
Umsatz 5)														
Einzelhandel (einschl. Kfz-Handel)	AS %	2013	1,5	-4,4	-6,1	4,7	0,4	-1,3	4,2	0,2	1,7	1,3	1,5	2,3
		2014	3,4	4,7	2,3	2,5	2,7	-0,1	1,8					
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2013	3,2	-1,8	-1,9	2,8	1,6	-1,3	5,5	1,5	0,7	1,1	3,1	0,9
		2014	2,4	3,6	-0,2	5,3	2,8	0,4	1,4	-0,3				
<b>Umsatzentwicklung nach Branchen 5)</b>														
<b>Verbrauchsgüter</b>														
Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	3,3	-2,8	-0,9	-0,1	0,1	-2,4	6,9	1,2	-0,1	0,1	0,2	1,4
		2014	2,2	2,9	-2,7	6,8	1,7	-0,2	-0,5	-3,5				
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2013	0,2	-2,8	-10,1	4,8	0,8	5,2	2,9	4,2	1,8	-0,3	7,1	-1,7
		2014	3,4	6,6	5,8	-0,2	6,5	-3,5	-0,2	6,2				
Apotheken	AS %	2013	2,5	-0,8	-4,7	6,0	-0,6	-2,3	7,6	3,1	6,1	4,2	3,2	7,7
		2014	5,1	6,6	5,7	5,6	8,6	7,1	7,0	4,8				
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2013	-0,9	-4,3	0,9	-12,4	1,4	-4,9	0,6	-2,4	-1,7	-1,1	2,8	1,3
		2014	0,8	-2,3	-12,4	5,2	2,0	-5,7	-6,6	-1,6				
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2013	2,1	-3,0	-1,3	1,0	-2,8	-2,7	0,9	-7,5	-1,7	-1,1	-3,2	-1,3
		2014	-1,1	3,2	-3,9	0,3	4,7	-2,3	-1,6	1,4				
<b>Gebrauchsgüter</b>														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2013	1,1	-1,0	-2,8	4,7	2,8	-3,7	-0,2	-8,7	-2,3	-2,8	-2,4	-0,8
		2014	-0,8	2,5	0,4	-0,8	4,0	-1,7	1,4	2,4				
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2013	-2,5	-7,4	1,2	6,8	-6,3	-3,5	-0,5	0,2	3,5	-1,6	3,4	0,0
		2014	-0,6	3,0	-6,9	-4,8	5,8	-1,9	6,9	0,5				
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	-1,4	-4,4	-3,0	-3,2	-4,5	-12,2	-6,2	-3,2	0,3	-2,6	-2,1	-4,5
		2014	-2,2	-3,1	-10,2	-2,2	3,8	-3,7	5,2	-5,2				
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2013	-3,1	-6,5	-24,6	3,0	-1,9	-1,3	4,6	-3,9	-2,5	-3,3	-2,0	-7,4
		2014	-2,5	1,9	16,8	-2,3	-5,1	-9,4	-9,8	-6,8				
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2013	6,7	-2,0	11,6	-20,6	1,6	-7,4	0,6	-2,4	-1,5	0,5	2,3	-2,1
		2014	-11,7	2,4	-21,4	29,2	2,1	-0,9	1,0	2,6				
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2013	7,8	-12,1	-0,2	-4,4	-10,3	-14,0	-14,5	-18,0	-21,7	-20,8	-13,6	-0,8
		2014	-14,3	-2,5	-14,2	-9,6	-2,4	-10,0	-3,3	-2,3				

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 Untermehrmeldungen 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 2015: Privater Verbrauch weiter Stütze der Konjunktur<sup>1</sup>**

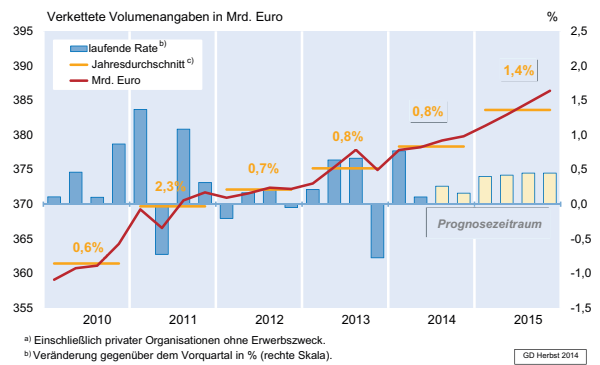
von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

Der Anstieg der real verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte hat sich in der ersten Jahreshälfte 2014 abgeschwächt. Während die Nettolöhne und -gehälter beschleunigt zulegen, sanken die Betriebsüberschüsse und die Vermögenseinkommen. Die Zunahme der privaten Konsumausgaben verlangsamte sich noch etwas stärker als jene der Einkommen, da die privaten Haushalte ihre Sparneigung erhöhten.

Für die zweite Jahreshälfte erwarten die Institute einen weiterhin nur verhaltenen Anstieg der privaten Konsumausgaben. Nach dem schwachen zweiten Quartal dürfte das dritte zwar wieder etwas kräftiger ausfallen. Darauf deutet die starke Zunahme der Einzelhandelsumsätze im August hin. Allerdings haben sich der RWI Konsumindikator im dritten Quartal und das GfK-Konsumklima im August und im September verschlechtert; auch deshalb ist für das Schlussquartal mit keiner hohen Dynamik zu rechnen. Dämpfend wirkt vor allem, dass die Selbständigeneinkommen in Folge der konjunkturellen Eintrübung sinken. Die Bruttolöhne und -gehälter werden weiter steigen, allerdings verlangsamt. Alles in allem werden die Netto-lohneinkommen, auch wegen der Erhöhung des Grundfreibetrags bei der Einkommensteuer, in diesem Jahr um 3,1% zunehmen.

Die monetären Sozialleistungen werden um 3% steigen. Zum einen werden die Altersbezüge der Rentner stärker angehoben als im Jahr zuvor. Zum anderen sind zum 1. Juli umfangreiche Leistungsausweitungen in der gesetzlichen Rentenversicherung in Kraft getreten. Diese umfassen die abschlagsfreie Rente ab 63, Ausweitungen bei der »Mütterrente« sowie eine bessere Absicherung von Personen mit verminderter Erwerbsfähigkeit. Für den Jahresdurchschnitt 2014 ist mit einer Zunahme der verfügbaren Einkommen um 2,0% zu rechnen; real verbleibt ein Zuwachs von 1,0%. Bei weiter leicht steigender Spar-

**Reale Konsumausgaben der privaten Haushalte<sup>a)</sup>**  
Saison- und kalenderbereinigter Verlauf



<sup>a)</sup> Einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck.  
<sup>b)</sup> Veränderung gegenüber dem Vorquartal in % (rechte Skala).  
<sup>c)</sup> Zahlenangaben: Veränderung der Ursprungswerte gegenüber dem Vorjahr.  
Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen der Institute; ab 3. Quartal 2014: Prognose der Institute.

quote dürfte der private Konsum nominal um 1,9% und real um 0,8% zulegen (vgl. Abbildung).

Im Jahr 2015 dürfte der private Konsum beschleunigt expandieren. Die Bruttolöhne und -gehälter steigen rascher; hier wirkt sich auch die Einführung des flächendeckenden Mindestlohns aus. Netto fällt der Anstieg etwas schwächer aus, insbesondere weil die kalte Progression ungeschmälert wirkt. Die monetären Sozialleistungen werden stärker erhöht als im Vorjahr. Die Renten werden aber wohl Mitte 2015 spürbar angehoben, außerdem gelten die Leistungsausweitungen in der Rentenversicherung erstmals für ein volles Jahr. Alles in allem werden die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte voraussichtlich um 2,8% zunehmen, real steigen sie um 1,5%. Bei kaum veränderter Sparquote wird der reale private Konsum im Jahr 2015 um 1,4% ausgeweitet werden (vgl. Tabelle).

<sup>1</sup> Vgl. Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Herbst 2014, in: ifo Schnelldienst, 20/2014, S. 3ff.

**Einkommen und Einkommensverwendung der privaten Haushalte**

Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr

	2013	2014 (s)	2015 (s)	2014		2015 (s)	
				1.Hj.	2.Hj.(s)	1.Hj.	2.Hj.
Masseneinkommen	2,6	3,1	3,5	2,9	3,3	3,6	3,4
Nettolöhne und -gehälter	2,8	3,1	3,6	3,5	2,7	3,3	3,9
Monetäre Sozialleistungen	2,4	3,0	3,4	1,6	4,3	4,3	2,6
abz. Abgaben auf soziale Leistungen, verbrauchsnahen Steuern	2,9	1,7	3,8	0,6	2,9	4,8	2,9
Übrige Primäreinkommen	0,6	-0,7	1,0	0,4	-1,9	0,4	1,7
<b>Verfügbares Einkommen</b>	<b>1,8</b>	<b>2,0</b>	<b>2,8</b>	<b>2,2</b>	<b>1,9</b>	<b>2,5</b>	<b>3,0</b>
Konsumausgaben	2,1	1,9	2,7	2,1	1,6	2,4	3,0
Sparen	-1,3	3,8	3,4	3,2	4,7	3,7	3,0
nachrichtlich:							
Private Konsumausgaben, preisbereinigt	0,8	0,8	1,4	1,0	0,7	1,1	1,7
Sparquote (Sparen in % des verf. Einkommens)	9,1	9,3	9,3	10,7	7,9	10,8	7,9

Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 2.Vierteljahr 2014; 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](http://www.cesifo-group.de).

und

GfK Marktforschung,

Nordwestring 101, 90319 Nürnberg,

Telefon (0911) 395-0, Telefax (0911) 39 52 09, [www.gfk.de](http://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.

