

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

April 2013

ifo Institut
Einzelhandel: Geschäftsklimaindikator gibt leicht nach

Das Geschäftsklima im Einzelhandel hat sich leicht verschlechtert. Dies war ausschließlich auf die vermehrt negativen Meldungen bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs zurückzuführen.

GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im Februar 2013

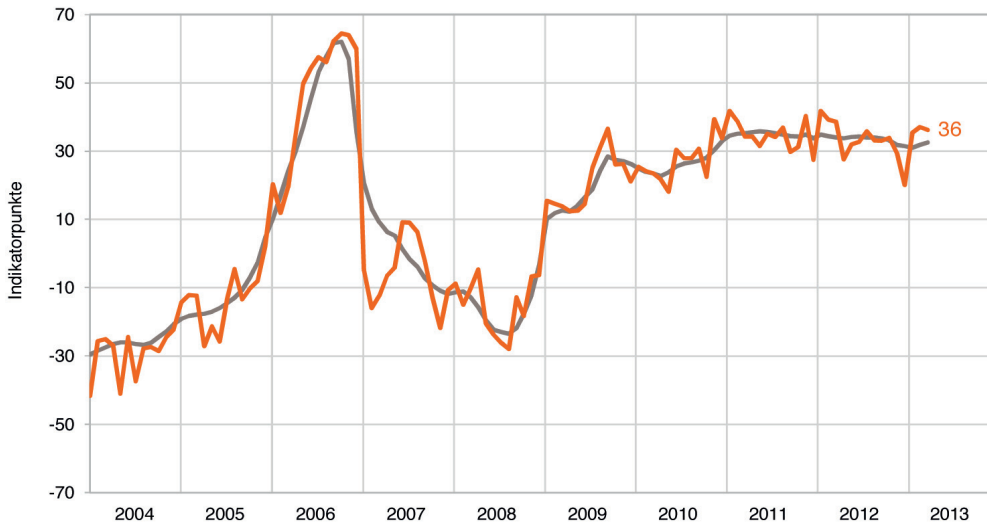
ifo Schwerpunktthema
Private Konsumausgaben steigen beschleunigt

von Dr. Wolfgang Nierhaus, ifo Institut



Anschaffungsneigung im März

Anschaffungsneigung



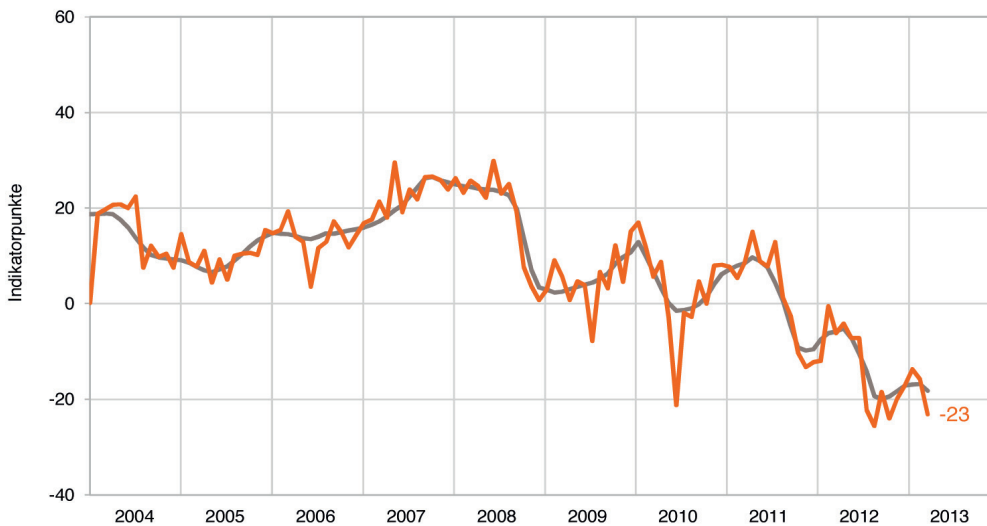
	Wert 03/2013	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	32,5	+0,7	-1,5
— Ungeglättet	36,2	-0,8	-2,4

Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland | 27. März 2013



Sparneigung im März

Sparneigung

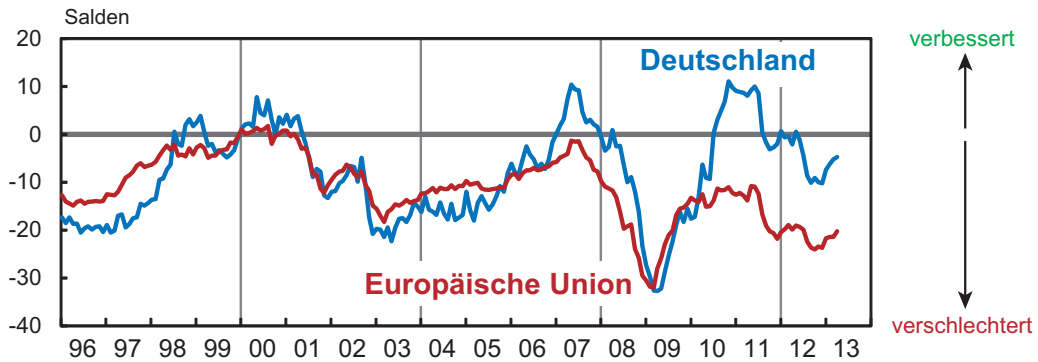


	Wert 03/2013	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	-18,2	-1,4	-12,4
— Ungeglättet	-23,1	-7,3	-16,9

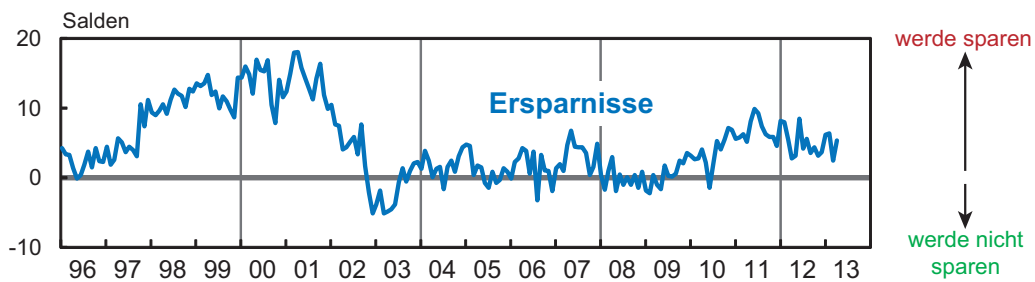
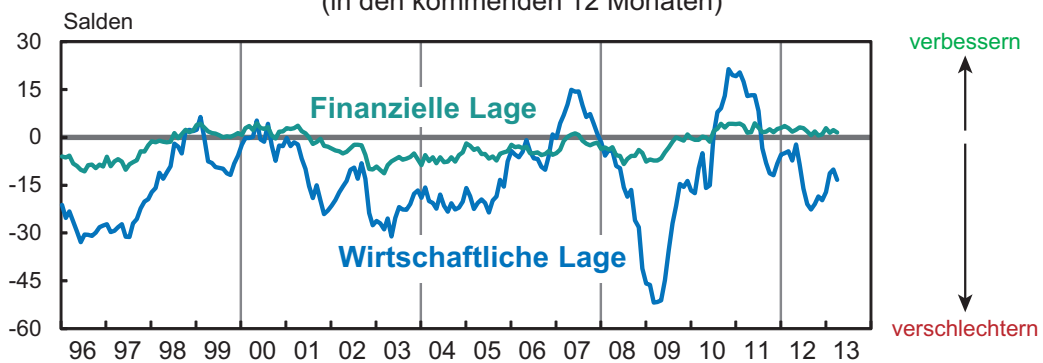
Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland | 27. März 2013



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: Geschäftsaussichten trüben sich ein

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel hat im April leicht nachgegeben. Die Einzelhändler waren mit ihrer aktuellen Geschäftslage zwar etwas zufriedener als im März, jedoch nahm die Skepsis bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs wieder zu. Da die Lagerbestände etwas häufiger als zu groß eingestuft wurden, blieben die Bestellpläne auf Kürzungen ausgerichtet. Die Verkaufspreise dürften nicht mehr so zahlreich angehoben werden.

Im **Gebrauchsgüterbereich** ist das Geschäftsklima im Vergleich zum Vormonat nahezu unverändert geblieben. Der wachsenden Unzufriedenheit mit der momentanen Geschäftslage standen nicht mehr ganz so pessimistische Erwartungen gegenüber. Angesichts des abnehmenden Lagerdrucks waren die Unternehmen bereit, ihre restriktive Orderpolitik leicht zu lockern. Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist geringfügig gestiegen, da die Beurteilung der Geschäftslage günstiger ausfiel. Bezüglich der zukünftigen Entwicklung äußerten sich die Testteilnehmer jedoch unverändert skeptisch. Besonders stark trübte sich das Geschäftsklima im *Bereich Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* ein. Aufgrund der negativen Umsatzentwicklung und des gewachsenen Lagerdrucks waren die Händler mit ihrer Situation unzufrieden. Da die Aussichten für die nächsten Monate sichtlich negativer eingestuft wurden. Im Elektroeinzelhandel ist der Geschäftsklimaindikator für den Teilbereich *weiße Ware* gesunken. Ausschlaggebend dafür war die Unzufriedenheit mit der aktuellen Situation. Die Geschäftserwartungen fielen geringfügig weniger skeptisch aus. Dagegen hellte sich das Geschäftsklima in der Sparte *Unterhaltungselektronik* deutlich auf. Die befragten Unternehmen waren wesentlich weniger unzufrieden mit dem aktuellen Geschäftsverlauf und schätzten die Perspektiven nicht mehr ganz so ungünstig ein. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* ist der Geschäftsklimaindikator gestiegen, weil die Firmenmeldungen zur gegenwärtigen Situation deutlich positiver ausfielen. Die Aussichten haben sich dagegen sichtlich eingetrübt. Der Geschäftsklimaindikator im Bereich *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* ist weit unter den langjährigen Durchschnitt gesunken. Die befragten Einzelhändler bezeichneten ihre aktuelle Lage überwiegend als schlecht. Der Pessimismus mit Blick auf die kommenden Monate nahm deutlich zu.

Im **Verbrauchsgüterbereich** wurden die Geschäftslage sowie die Perspektiven für die kommenden Monate deutlich negativer bewertet. Die Händler beabsichtigten nur noch vereinzelt, die Preise zu erhöhen. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* verschlechterte sich das Ge-

schäftsklima. Dies war ausschließlich auf die vermehrt negativen Meldungen zur derzeitigen Lage zurückzuführen. Im *Schuheinzelhandel* ist der Geschäftsklimaindikator auf einen neuen historischen Tiefstand seit der Wiedervereinigung gefallen. Zahlreiche Unternehmen beurteilten die momentane Lage als sehr schlecht und schätzten auch die Aussichten düster ein. Im Bereich *Sport- und Campingartikel* beurteilten die Unternehmen die aktuelle Situation weniger positiv als im März. Der Zukunft blickten sie aber mit steigendem Optimismus entgegen. Im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* gewannen die positiven Meldungen sowohl zur aktuellen Lage als auch zu den Geschäftsperspektiven die Oberhand.

Im **Kfz-Einzelhandel** ist das Geschäftsklima im April unverändert geblieben. Die Lageurteile fielen zwar ungünstiger aus, die Aussichten für die kommenden Monate waren aber nicht mehr ganz so pessimistisch. Im *Neuwagen-geschäft* haben die negativen Meldungen zum aktuellen Geschäftsverlauf deutlich zugenommen. Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung waren die Händler etwas weniger unzufrieden. Sie planten häufiger, die Preise zu senken sowie den Personalstand zu verkleinern. Die *Gebrauchtwagenhändler* beurteilten die aktuelle Situation dagegen nicht mehr ganz so ungünstig. Der Pessimismus bei den Perspektiven ließ ebenfalls nach, obwohl sich die Händler zu Preisabschlägen gezwungen sahen. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* stieg die Zahl der negativen Stimmen bei der Bewertung der Geschäftslage kräftig. Die Betriebe erwarteten auch in den kommenden Monaten keine Wende zum Besseren.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** blieb nahezu unverändert positiv. Trotz leicht gestiegener Lagerüberhänge wurde die gegenwärtige Geschäftslage günstiger bewertet als im Vormonat. Die Geschäftsaussichten wurden dagegen nicht mehr ganz so zuversichtlich eingeschätzt. Die Preise dürften in naher Zukunft weiter steigen. Die Händler gaben per saldo an, ihren Personalstand etwas verkleinern zu wollen.

Konsumgüterindustrie: Skeptische Geschäftserwartungen

Angesichts erheblicher Nachfragerückgänge wurde die aktuelle Geschäftssituation im Konsumgüterbereich deutlich seltener positiv eingeschätzt. Der zukünftigen Geschäftsentwicklung sahen die Unternehmen mit Skepsis entgegen und planten, die Produktion weniger stark anzuheben als zuletzt. Die Kapazitätsauslastung hat sich dennoch auf durchschnittlich 79,7% erhöht (Januar 2013: 78,3%).

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.	- 1,1	- 1,1	- 11,3	+ 6,2	+ 0,3	- 12,9	- 8,1	- 2,4	- 9,8
GH-Konsumgüter	- 5,1	- 4,7	- 21,8	- 2,6	- 8,4	- 27,9	- 7,6	- 1,2	- 16,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	+ 0,7	- 10,1	- 9,2	+ 6,5	- 14,8	- 12,9	- 4,8	- 5,7	- 5,8

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

ifo Institut; Monat **April** 2013.

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

	Geschäftsklima			Geschäftsbeurt.			Geschäftserwart.		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
EH-N+G,Getränke insgesamt	30.3	-0.6	-6.2	50.6	9.7	1.0	11.5	-9.7	-12.4
EH-Drogerieartikel +	4.3	2.1	-9.8	18.9	6.6	3.3	-9.4	-2.0	-21.9
EH-Textilien,Bekleidung insg.	-48.1	-15.3	-49.4	-55.8	-29.5	-63.7	-40.0	-0.9	-34.8
EH-Schuhe	-64.4	-45.5	-70.8	-83.0	-54.0	-98.0	-42.8	-34.6	-41.0
EH-Leder- und Täschnerwaren	-21.6	-5.1	-12.3	-29.1	-15.6	-15.5	-13.8	5.7	-8.8
EH-Möbel,Einr.,sonst. Hausrat	-5.7	0.5	-13.1	-2.0	1.2	-12.5	-9.2	-0.3	-13.7
EH-Elektrot.Erz.Elek.Haushaltg.	-22.9	-3.7	-24.3	-23.3	-10.1	-21.7	-22.4	2.5	-26.9
EH-Unterh.elektronik, Zubehör	-26.5	18.9	-47.2	-10.0	21.1	-49.0	-41.6	16.9	-45.5
EH-Bau-,Heimwerkerbed.,Metallw.	-29.5	-45.0	-59.9	-42.3	-55.3	-96.0	-15.8	-33.6	-25.0
EH-Schreib- und Papierwaren +	10.0	33.3	-1.6	7.4	29.8	-2.5	12.6	36.9	-0.6
EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw.	-28.2	-21.9	-23.3	-25.5	-25.7	-48.3	-30.9	-18.2	-1.6
EH-Spielwaren	6.3	7.9	30.8	13.7	-0.6	42.1	-0.9	15.4	19.7
EH-Foto- u.optische Erzeugnisse	-2.7	10.9	-9.1	4.5	9.2	-24.7	-9.6	12.5	4.6
EH-Computer u. Zubehör,Software	5.7	3.4	-14.1	25.4	31.3	6.2	-12.3	-23.1	-32.7
EH-Sport- und Campingartikel	13.7	-5.8	1.1	7.9	-18.8	-17.4	19.7	7.2	19.0
EH-Brennstoffe	24.0	32.2	43.6	39.6	48.7	61.9	9.4	16.7	26.3
EH-Kfz	-25.5	-0.0	-9.8	-24.2	-4.7	-14.7	-26.8	4.5	-5.0
GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw.	-9.1	-15.2	-34.6	-7.0	-21.5	-40.5	-11.1	-9.2	-29.0
GH-Schuhe	1.3	-7.6	-7.3	-14.0	-20.1	-16.8	17.9	6.2	3.4
GH-Bekleidung	10.3	0.2	4.0	17.3	-16.2	0.4	3.6	14.6	7.3
GH-El.Haush.g.,Lampen,Leuchten	9.9	7.3	-29.7	2.5	-1.9	-50.9	17.7	16.6	-9.0
GH-Unterh.elektronik u. Zubehör	-29.4	-18.6	-65.2	-48.9	-28.9	-99.9	-7.4	-6.1	-29.0
GH-Haush.-,Glaswaren,keram.Erz.	28.7	0.6	16.6	30.7	-0.4	2.7	26.7	1.7	29.4
GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m.	23.5	-13.4	-21.5	16.4	-22.5	-34.0	30.9	-4.2	-8.9
GH-Fahrräder, Teile und Zubehör	-32.8	-68.8	-67.5	-68.2	-121.2	-114.3	12.0	-8.1	-11.6
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	-41.2	3.6	-40.8	-52.1	-11.7	-45.3	-29.4	19.6	-35.8
GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn.	-19.9	-39.8	-42.3	-17.8	-47.9	-43.2	-22.0	-32.1	-41.4
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	-16.9	-3.7	-22.9	-26.6	2.9	-24.7	-6.6	-11.4	-20.7

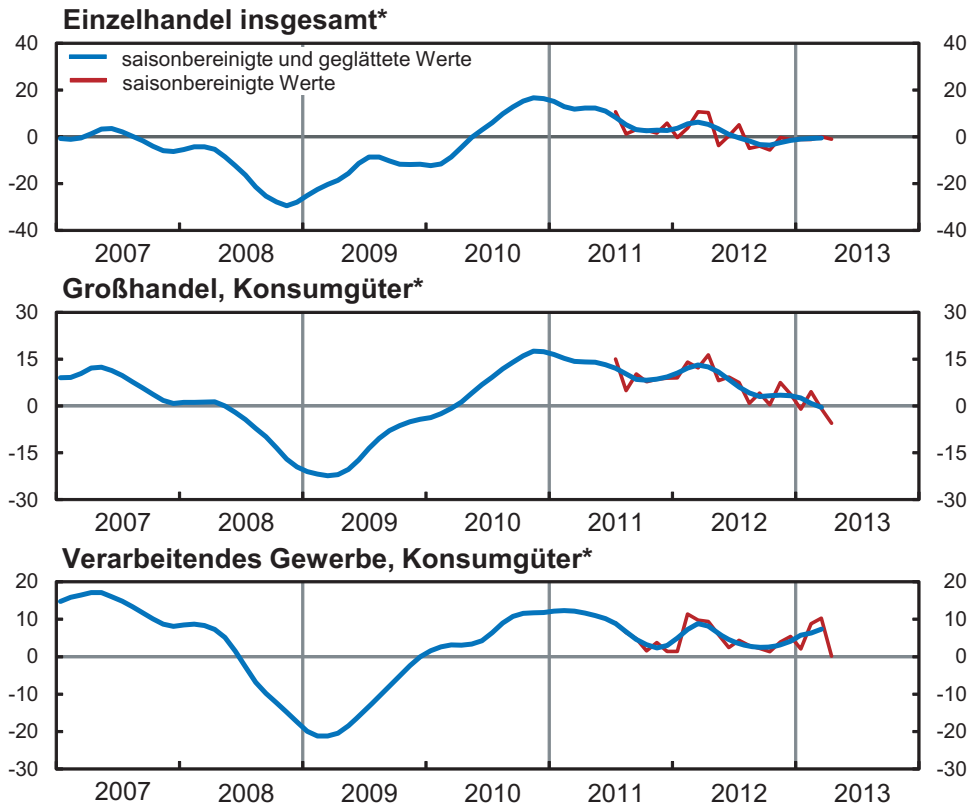
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
ifo Institut; Monat April 2013.

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

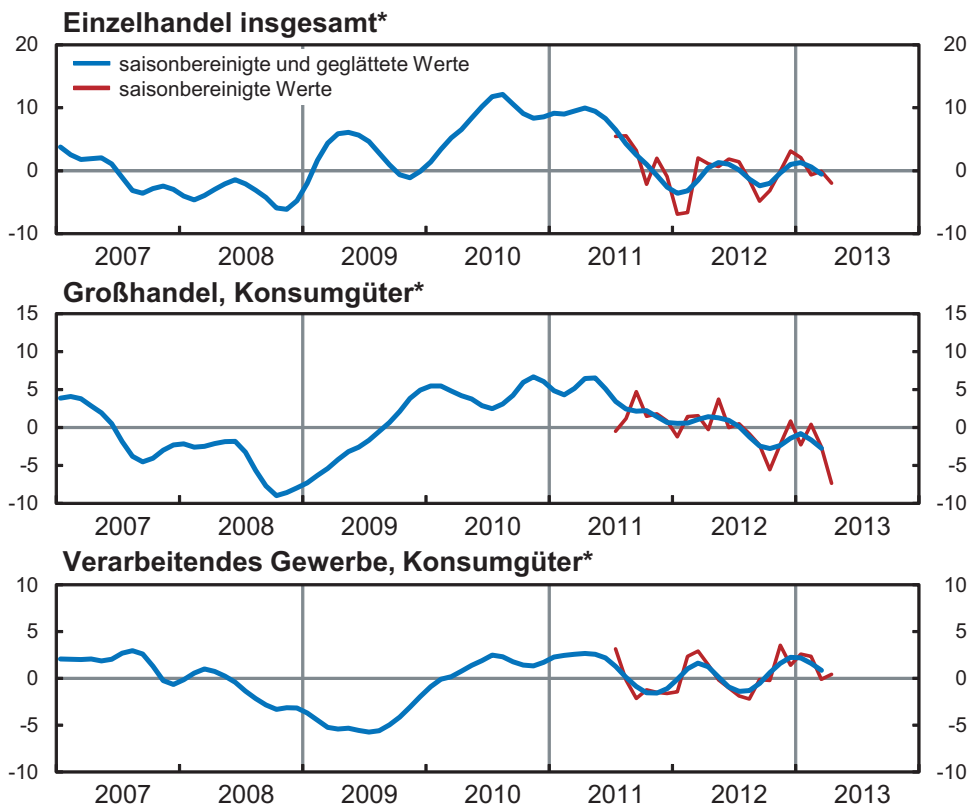
	Geschäftsklima				Geschäftsbeurt.				Geschäftserwart.			
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	3.4	-5.2	-11.7	5.0	-5.7	-23.7	1.7	-4.7	-0.5			
Vorleistungsgüter	3.1	-4.8	-10.6	0.6	-4.7	-23.5	5.6	-5.0	1.8			
Investitionsgüter	4.0	-3.7	-15.8	9.5	-2.4	-30.8	-1.3	-4.8	-2.4			
Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.g.)	0.7	-10.1	-9.2	6.5	-14.8	-12.9	-4.8	-5.7	-5.8			
Gebrauchsgüter	-6.9	-12.3	-20.8	-7.6	-9.6	-36.6	-6.2	-15.1	-5.9			
Verbrauchsgüter	2.6	-9.4	-6.8	9.7	-15.6	-7.8	-4.2	-3.7	-5.8			
Ernährungsgew.u.Tabakverarb.	-3.6	-15.0	-7.2	2.8	-18.3	-6.6	-9.9	-11.9	-7.8			
H.v. Textilien	-11.8	-16.7	-18.8	-8.7	-24.8	-13.9	-14.7	-9.2	-23.6			
H.v. Bekleidung	-21.1	-16.8	-15.5	-19.7	-17.3	-26.9	-22.5	-16.2	-4.9			
H.v. Leder, Lederw. u. Schu.	5.5	-4.1	6.3	14.6	5.3	3.1	-3.3	-13.2	9.2			
H.v. Holz-, Fl.-, Korbwaren (oh.Möbel)	9.7	7.6	1.2	-1.5	5.5	-8.8	21.5	9.9	11.9			
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	8.3	-1.4	-3.8	10.0	2.4	-7.8	6.7	-5.1	0.1			
H.v. Druckerz., Vervielf.v. TBDT	-4.7	0.2	-7.1	-6.7	-7.6	-6.0	-2.7	7.8	-8.4			
Mineraiölvverarbeitung	25.2	-2.1	14.3	1.0	6.2	-5.3	52.4	-13.0	36.8			
Chemische Industrie	11.7	-3.9	-11.3	21.2	-4.0	-19.3	2.7	-3.8	-4.3			
H.v. pharmazeut. Erzeugnissen	21.8	-3.3	-6.1	34.2	-17.0	-10.8	10.0	8.4	-1.9			
Herst.v.Gummi- u. Kunststoffwaren	5.0	-7.9	-11.1	7.8	-9.8	-23.2	2.3	-6.0	0.0			
Glasgew., Keramik, V.v. Stein. u. Erd	-0.7	-10.5	-16.2	-7.4	-18.6	-26.3	6.3	-2.1	-6.0			
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-15.1	-8.1	-13.1	-40.8	-14.9	-34.7	14.7	0.7	12.5			
Herst. von Metallerzeugnissen	4.3	-3.9	-4.4	10.0	-2.3	-16.9	-1.2	-5.5	6.8			
Maschinenbau	7.9	-7.2	-14.6	13.8	-5.7	-26.9	2.3	-8.7	-3.6			
H.v. DV-Gerät, elektron. u. opt. Erzeug	13.1	6.6	-13.8	2.5	3.3	-33.8	24.2	10.1	6.5			
H.v. elektr. Ausrüstungen	-0.2	-9.1	-20.7	5.4	3.3	-23.9	-5.5	-21.6	-17.8			
Herst.v. Kraftwagen und -teilen	-3.2	-1.5	-17.4	4.9	1.8	-38.7	-11.1	-4.7	0.7			
Sonstiger Fahrzeugbau	-1.0	-8.6	3.3	-2.5	-4.9	-8.5	0.6	-12.5	14.7			
Herst. von Möbeln	-7.6	-3.3	-16.1	-13.4	-7.5	-36.6	-1.7	1.0	3.6			

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

April 2013/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Konsumsektor														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2011	352,4	371,0	371,0	378,5	384,5	379,8						
		2012	365,0	378,5	378,5	389,8	388,3	388,3						
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2011	4,3	4,0	4,0	4,0	4,0	2,9						
		2012	3,6	2,0	2,0	1,4	1,4	2,2						
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2011	225,4	226,2	226,2	226,8	230,3	228,2						
		2012	227,7	226,8	226,8	227,5	227,5	224,6						
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2011	10,4	10,4	10,4	10,3	10,3	10,4						
		2012	10,4	10,5	10,5	10,3	10,3	10,1						
Verbraucherpreisindex Deutschland **)	AS %	2012	2,1	2,2	2,2	2,0	2,0	2,0	1,9	2,2	2,0	2,0	1,9	2,0
		2013	1,7	1,5	1,4	1,4	1,4	1,4						
Index der Einzelhandelspreise **)	AS %	2012	1,8	1,9	1,9	1,8	1,8	1,6	1,6	1,8	1,6	1,8	1,7	1,7
		2013	1,2	1,0	1,1	1,1	1,1	1,1						
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	4,0	4,0						
Verarbeitendes Gewerbe ***)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2012	11,8	15,3	11,6	13,9	13,9	8,0	8,2	-7,0	1,0	-13,3	-5,0	4,6
		2013	-0,8	8,4	5,4	-6,9	-6,9							
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2012	0,0	11,8	10,5	9,4	5,4	1,7	5,0	5,0	3,4	5,1	6,4	6,1
		2013	3,2	9,7	12,0	2,6	2,6							
Großhandel ***)														
Konsumgüter 2)	KT Salden 3)	2012	9,3	14,4	12,5	16,7	8,5	9,6	7,8	1,2	4,4	0,8	7,8	4,1
		2013	-0,6	4,9	-0,5	-5,1	-5,1							
Geschäftsklima 1)	KT Salden 3)	2012	13,4	23,2	17,6	25,3	15,9	17,5	14,9	8,6	15,0	6,4	16,5	13,5
		2013	2,5	13,2	5,7	-2,6	-2,6							
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2012	5,3	5,9	7,5	8,4	1,3	1,9	1,0	-6,0	-5,6	-4,8	-0,6	-4,8
		2013	-3,7	-3,1	-6,5	-7,6	-7,6							
Einzelhandel****)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2012	-0,4	3,6	10,6	10,2	-3,8	0,4	5,0	-4,9	-4,1	-5,7	-0,4	-1,2
		2013	-1,2	-1,2	0,0	-1,1	-1,1							
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	3,2	0,5	2,2	-1,1	-8,0	-9,2	-12,9	-17,0	-12,6	-13,5	-14,3	-16,3
		2013	-10,8	-18,3	-16,0	-16,6	-16,6							
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	-15,7	-8,2	0,1	-1,7	-18,8	-11,7	-8,7	-18,4	-19,4	-15,7	-15,9	-11,6
		2013	-11,6	-8,6	-8,6	-15,9	-15,9							
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2012	9,6	25,2	32,3	36,4	14,0	22,6	39,8	27,2	23,7	13,4	35,1	30,9
		2013	22,5	32,0	30,9	30,3	30,3							
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2012	16,1	37,4	43,9	49,6	24,6	35,9	49,9	44,8	42,2	38,8	51,9	41,3
		2013	26,1	39,4	41,0	50,6	49,6							
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2012	3,3	13,7	21,4	24,0	3,9	10,1	30,1	10,9	6,6	-9,3	19,5	21,0
		2013	18,9	24,9	21,2	11,5	11,5							

April 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	4,1	3,9	5,7	-1,8	-1,6	6,3	1,2	0,7	-3,8	3,2	-0,1	-5,0
		2013	2,1											
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2012	3,3	3,7	6,7	-4,0	1,2	5,9	-0,2	2,0	-1,6	2,9	1,8	-1,8
		2013	3,3	-1,8										
Umsatzentwicklung nach Branchen 5)														
Verbrauchsgüter														
Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	2,8	3,2	5,0	-4,1	0,2	3,4	-1,3	3,3	-2,7	3,3	2,2	-1,5
		2013	4,1	0,3										
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2012	4,5	1,2	12,4	-9,9	-0,2	4,6	-1,5	-1,0	5,9	-2,1	-2,8	-2,6
		2013	-0,1	-3,8										
Apotheken	AS %	2012	4,4	4,1	3,6	-0,5	-1,8	4,7	0,3	-1,6	-7,7	3,8	0,0	-5,8
		2013	4,5	1,6										
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2012	-2,8	-4,5	1,0	1,2	-9,0	-4,1	-3,2	-3,4	-7,8	1,7	-6,5	-6,1
		2013	-2,0	-6,5										
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2012	-1,5	-4,6	-3,3	-2,4	-3,9	2,2	-1,4	4,8	-3,3	0,4	0,6	-4,4
		2013	1,1	-3,4										
Gebrauchsgüter														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2012	5,3	1,6	3,2	1,4	-2,3	8,2	0,8	5,6	0,2	3,8	3,4	-5,2
		2013	1,6	-1,7										
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2012	2,0	3,4	3,8	5,8	-3,3	7,4	-1,6	-2,7	-6,1	4,8	-2,6	-5,8
		2013	-1,1	-4,2										
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	-6,2	-1,0	4,5	3,3	-3,6	11,3	-0,8	-1,9	-1,9	-0,1	0,3	-4,3
		2013	-0,5	-4,1										
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2012	5,6	3,5	10,2	-9,2	-1,2	5,0	1,9	0,0	-3,4	0,6	-2,0	-3,4
		2013	1,3	-3,3										
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2012	3,6	0,2	11,3	-5,7	-2,7	1,8	-0,9	0,9	-4,8	2,0	-3,7	-3,1
		2013	7,8	-3,0										
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2012	2,8	9,9	12,9	5,9	0,4	18,8	4,7	-10,0	-10,8	13,8	1,8	-6,5
		2013	10,6	-11,1										

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

Private Konsumausgaben steigen beschleunigt¹

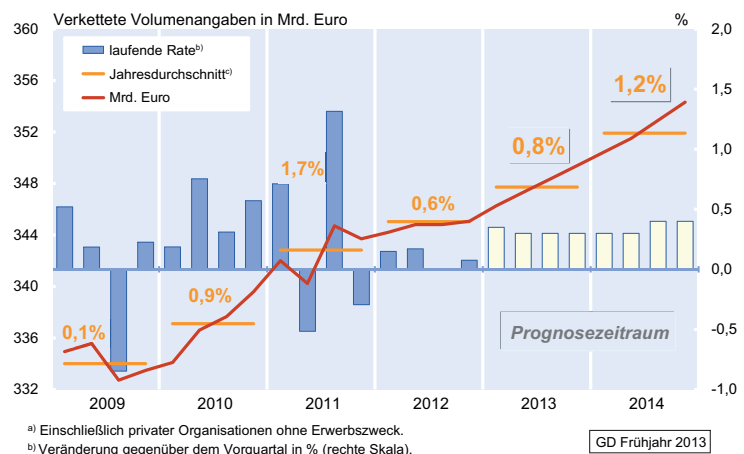
von Dr. Wolfgang Nierhaus, ifo Institut

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte legten im vergangenen Jahr – bei sehr schwacher Dynamik im Verlauf – um 0,6% zu. In der zweiten Jahreshälfte stagnierte der private Konsum sogar. Die zu Beginn des laufenden Jahres in Kraft getretenen Abgabentlastungen dürften den Konsum im ersten Quartal 2013 stimuliert haben. Dafür sprechen die nach der Jahreswende sprunghaft gestiegenen realen Einzelhandelsumsätze. Die Neuzulassungen von Kraftfahrzeugen waren allerdings zuletzt deutlich rückläufig.

Im Prognosezeitraum dürfte die Einkommensentwicklung die Konsumnachfrage stützen. Die gute Arbeitsmarktlage führt zu kräftig steigenden Bruttolöhnen um 3,3% in diesem und 3,7% im nächsten Jahr. Aufgrund der zu Jahresbeginn per Saldo gesenkten Beitragssätze zur Sozialversicherung und der Erhöhung des Grundfreibetrags bei der Einkommensteuer steigen die Nettolöhne in diesem Jahr im selben Ausmaß wie die Bruttolöhne. Wegen der Progression expandieren die Nettolöhne im kommenden Jahr um 0,5 Prozentpunkte schwächer als die Bruttolöhne. Die von den privaten Haushalten erzielten Einkommen aus Unternehmertätigkeit und Vermögen dürften erst in der zweiten Hälfte dieses Jahres stärker anziehen. Die monetären Sozialleistungen werden in diesem und im nächsten Jahr voraussichtlich jeweils recht kräftig um 1,6% zulegen (vgl. Tabelle).

Insgesamt werden die nominalen privaten Konsumausgaben in diesem Jahr voraussichtlich um 2,3% und im kommenden Jahr um 3,0% expandieren. In realer Rech-

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



^{a)} Einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck.
^{b)} Veränderung gegenüber dem Vorquartal in % (rechte Skala).
^{c)} Zahlenangaben: Veränderung der Ursprungswerte gegenüber dem Vorjahr.
 Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen der Institute; ab 1. Quartal 2013: Prognose der Institute.

nung entspricht dies einem Zuwachs um 0,8% bzw. 1,2% (vgl. Abbildung). Über den gesamten Prognosezeitraum betrachtet dürfte die Sparquote der privaten Haushalte in etwa konstant bleiben. Die sich weiter bessernden Einkommensperspektiven würden für sich genommen für einen Rückgang der Sparneigung sprechen. Dem wirken aber die wieder kräftiger anziehenden Wohnungsbauinvestitionen der privaten Haushalte entgegen, für die Ersparnisse bereitgestellt werden müssen.

¹ Vgl. Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2013, in: ifo Schnelldienst, 8/2013, S. 3 ff.

Einkommen und Einkommensverwendung der privaten Haushalte

Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr

	2012	2013 (s)	2014 (s)	2013		2014 (s)	
				1.Hj.(s)	2.Hj.(s)	1.Hj.	2.Hj.
Masseneinkommen	2,8	2,7	2,6	3,0	2,5	2,4	2,8
Nettolöhne und -gehälter	3,5	3,3	3,2	3,5	3,1	3,1	3,3
Monetäre Sozialleistungen	1,2	1,6	1,6	1,9	1,3	1,2	2,0
abz. Abgaben auf soziale Leistungen, verbrauchsnahe Steuern	-0,1	1,6	2,2	1,6	1,6	1,8	2,6
Übrige Primäreinkommen	2,5	1,4	3,3	-0,3	3,3	3,1	3,6
Verfügbares Einkommen	2,2	2,3	3,0	1,8	2,8	2,7	3,2
Konsumausgaben	2,3	2,3	3,0	1,7	3,0	3,0	3,1
Sparen	1,5	2,4	2,5	3,1	1,5	1,0	4,3
nachrichtlich:							
Private Konsumausgaben, preisbereinigt	0,6	0,8	1,2	0,2	1,4	1,2	1,2
Sparquote (Sparen in % des verf. Einkommens)	10,3	10,3	10,3	12,0	8,7	11,8	8,8

s) Schätzungen der Institute.
 Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 4. Vierteljahr 2012; 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.

