

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

April 2014

ifo Institut

Einzelhandel: Geschäftsklimaindikator gibt leicht nach

Im Einzelhandel hat sich das Geschäftsklima leicht abgekühlt. Die Einzelhändler bewerteten ihre aktuelle Lage merklich weniger gut. Dagegen blickten sie zuversichtlicher den kommenden Monaten entgegen.

GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im März 2014

ifo Schwerpunktthema

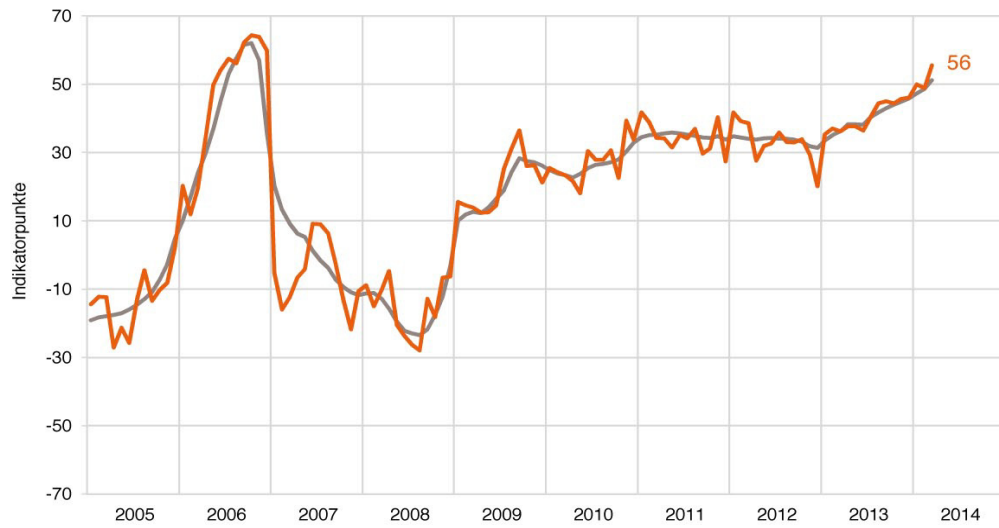
Perspektiven 2014/15: Steigende Realeinkommen befördern Konsum

von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut



Anschaffungsneigung im März

Anschaffungsneigung



	Wert 03/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	51,2	+2,6	+15,0
— Ungeglättet	55,5	+6,6	+19,3

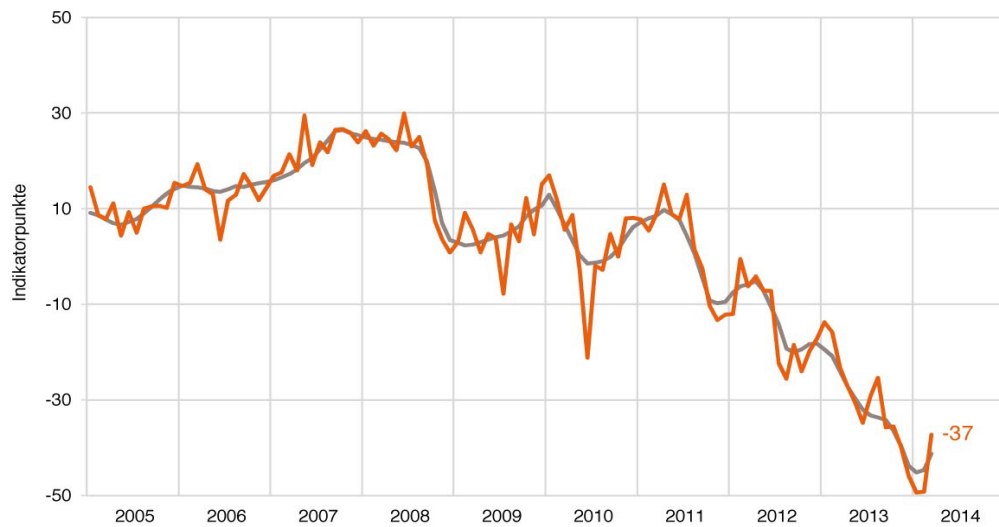
Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2014 | Konsumklima MAXX | Deutschland



1

Sparneigung im März

Sparneigung



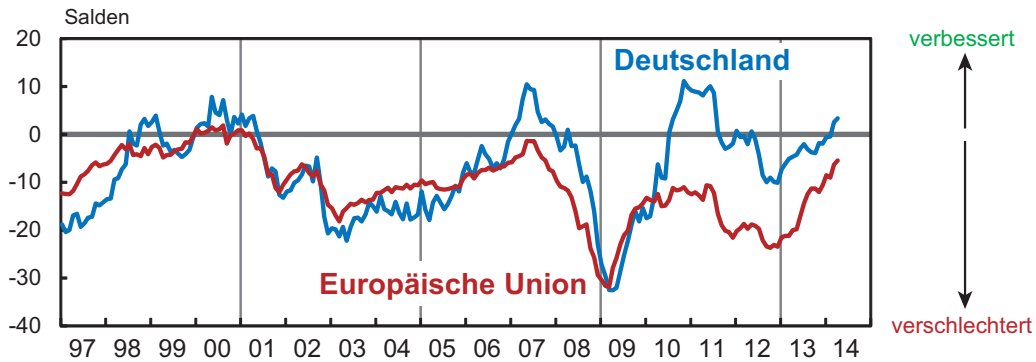
	Wert 03/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	-41,3	+3,3	-17,3
— Ungeglättet	-37,3	+11,9	-14,2

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

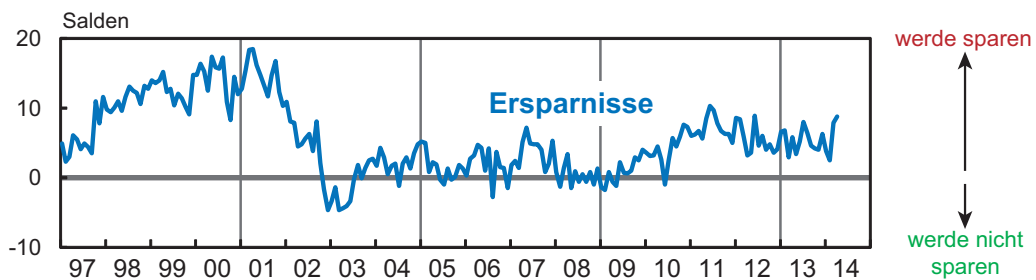
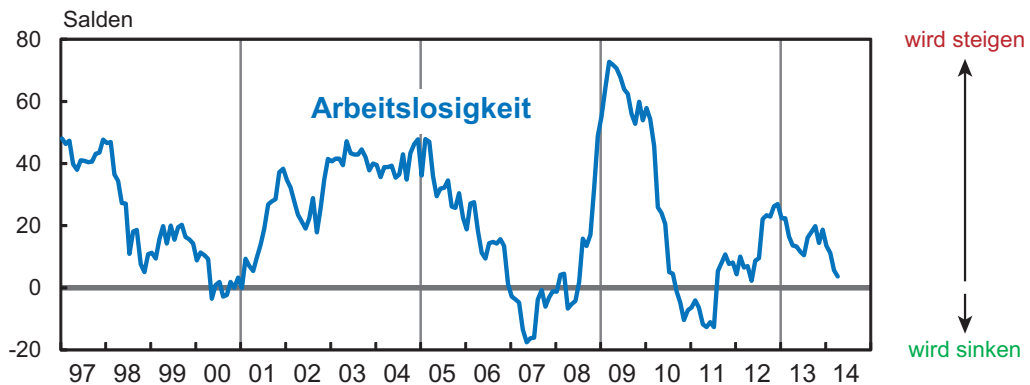
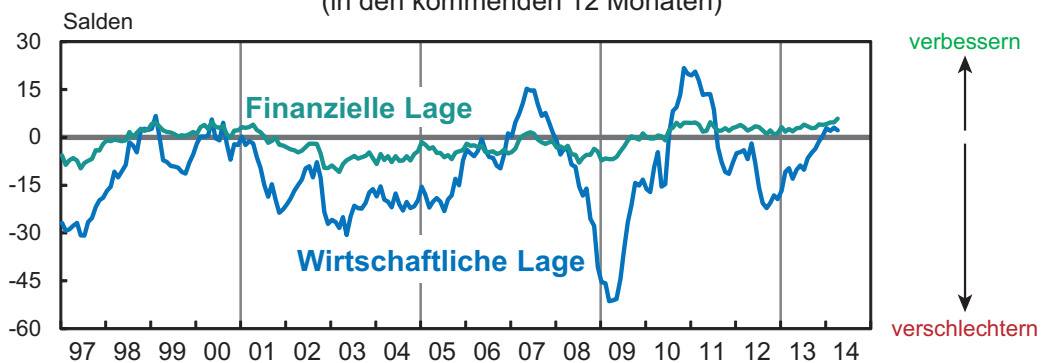


2

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: Geschäftsklima leicht abgekühlt

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel ist im April leicht gesunken. Angesichts der abgeschwächten Nachfrage waren die Befragungsteilnehmer mit ihrer aktuellen Geschäftslage weniger zufrieden als im Vormonat. Die Geschäftserwartungen haben sich jedoch geringfügig verbessert. Die Personalplanungen deuten auf eine leichte Verringerung der Mitarbeiterzahl hin.

Im **Gebrauchsgüterbereich** verschlechterte sich das Geschäftsklima deutlich. Maßgeblich hierfür waren die ungünstigeren Bewertungen der Geschäftslage sowie die zurückhaltenderen Einschätzungen der Perspektiven. Den Personalstand wollten die Firmen in naher Zukunft leicht reduzieren. Der Klimaindikator für den Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist im April nach dem Anstieg im Vormonat wieder gesunken. In Anbetracht gestiegener Lagerüberhänge bewerteten die Firmen ihre momentane Situation sehr negativ und bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs äußerten sie sich ebenfalls mit leichter Skepsis. Im Einzelhandel mit *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* stieg der Geschäftsklimaindikator weiter und erreichte damit den besten Wert seit 18 Jahren. Aufgrund der lebhaften Nachfrage bewerteten die Unternehmen ihre momentane Geschäftslage als hervorragend und der zukünftige Geschäftsverlauf erschien ihnen vielversprechend. In beiden Sparten des Elektroeinzelhandels verschlechterte sich das Geschäftsklima deutlich. Sowohl zur momentanen Geschäftslage als auch zu den Erwartungen fielen die Angaben der Testteilnehmer sichtlich negativer aus. Im Teilbereich *weiße Ware* soll angesichts des nachlassenden Lagerdrucks die Zurückhaltung bei den Bestellungen nicht mehr so stark ausfallen. In der Sparte *Unterhaltungselektronik* dagegen beinhalteten die Bestellpläne weitere Kürzungen. Die Firmen sahen sich zu Preiszugeständnissen gezwungen. Ein Anstieg des Klimaindiktors war im Handel mit *Computern, Hard- und Software* zu verzeichnen. Die Testteilnehmer waren deutlich zufriedener mit ihrer aktuellen Situation. Zugleich war steigender Optimismus bezüglich des weiteren Geschäftsverlaufs zu spüren. Das Geschäftsklima im Bereich *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* hat sich etwas eingetrübt. Die Lageurteile fielen weniger positiv aus, auch hinsichtlich des weiteren Geschäftsverlaufs äußerten sich die Firmen skeptischer.

Im **Verbrauchsgüterbereich** ist der Geschäftsklimaindikator weiter gestiegen und kehrte in den positiven Bereich zurück. Die aktuelle Geschäftslage wurde positiver bewertet. Hinsichtlich der weiteren Entwicklung keimte Zuversicht auf. Trotz des verringerten Lagerdrucks wollten sich die Unternehmen bei der Ordervergabe stärker zurückhalten. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung*

wurde die derzeitige Geschäftslage deutlich weniger negativ beurteilt. In Bezug auf die zukünftige Geschäftsentwicklung äußerten sich die Testteilnehmer nicht mehr ganz so skeptisch wie im Vormonat. Im *Schuheinzelhandel* verbesserte sich die ohnehin gute Geschäftslage erneut. Die Einzelhändler konnten sich über eine sehr gute Umsatzentwicklung freuen und blickten mit gestiegenem Optimismus den kommenden Monaten entgegen. Sie sahen gute Chancen, Preisanhebungen vornehmen zu können. Im Bereich *Sport- und Campingartikel* wurden die aktuelle Situation und besonders die Geschäftsaussichten weniger positiv beurteilt. Die Firmen meldeten vermehrt überhöhte Lagerbestände. Im Bereich *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel* nahm die Zahl der negativen Meldungen zur momentanen Geschäftslage etwas zu, dagegen fiel die Einschätzung der Perspektiven positiver aus, was zur leichten Verbesserung des Geschäftsklimas führte.

Im **Kfz-Einzelhandel** hat sich das Geschäftsklima eingetrübt. Die Lageurteile fielen wesentlich schlechter aus. Auch die Aussichten waren zum ersten Mal seit Anfang des Jahres wieder skeptisch. Im *Neuwagengeschäft* wurden sowohl die derzeitige Geschäftslage als auch die Aussichten negativer bewertet. Die *Gebrauchtwagenhändler* zeigten sich ebenfalls unzufrieden mit der aktuellen Situation. Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung überwogen nun die skeptischen Stimmen. Die Firmen aus dem Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* berichteten über eine sprunghaft verbesserte Geschäftslage. Die skeptischeren Geschäftserwartungen deuten aber darauf hin, dass sie dies nur für eine kurzfristige Belebung hielten.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** ist nahezu unverändert geblieben. Da der Lagerdruck zugenommen hat, beurteilten die Testteilnehmer die aktuelle Lage weniger günstig als im Vormonat. Die Zahl der positiven Meldungen bezüglich der Geschäftsaussichten hat allerdings leicht zugenommen. Für die kommenden Monate wurden vermehrt Preissteigerungen geplant.

Konsumgüterindustrie: Geschäftsklima weiter abgekühlt.

Sowohl die Geschäftslageurteile als auch die Einschätzungen der Geschäftsperspektiven fielen weniger positiv aus. Angesichts der verschlechterten Nachfragesituation musste die Produktion zurückgefahren werden. Mit 79,9% ist die Kapazitätsauslastung im Vergleich zu Vorquartal nahezu unverändert geblieben. Die Absatzchancen auf den ausländischen Märkten wurden jedoch günstiger bewertet.

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.	+ 7,7	- 0,8	+ 9,0	+ 12,8	- 3,3	+ 7,0	+ 2,7	+ 1,5	+ 10,8
GH-Konsumgüter	+ 10,6	+ 2,4	+ 15,9	+ 12,9	+ 4,1	+ 15,9	+ 8,3	+ 0,8	+ 16,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	+ 8,7	- 2,2	+ 7,9	+ 14,3	- 0,5	+ 7,9	+ 3,2	- 3,8	+ 7,9

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

ifo Institut; Monat **April** 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	18.1	-0.2	-11.9	33.3	-2.6	-17.1	3.9	1.7	-7.4
EH-Drogerieartikel +	4.8	-1.8	0.2	13.9	-24.2	-5.0	-4.0	16.8	4.9
EH-Textilien,Bekleidung insg.	-6.5	6.0	42.0	-1.0	7.4	55.8	-12.0	4.6	27.9
EH-Schuhe	37.9	11.7	103.3	60.4	17.8	145.4	17.3	6.4	60.0
EH-Leder- und Taschenwaren	-37.9	7.8	-16.0	-48.7	-7.5	-20.3	-26.2	23.7	-11.2
EH-Möbel,Einr.,sonst. Hausrat	-9.1	-12.2	-3.4	-16.0	-20.2	-14.3	-1.9	-3.9	7.7
EH-Elektrot.Erz.Elek.Haushaltg.	-16.5	-18.0	6.8	-20.4	-16.4	3.7	-12.6	-19.7	10.0
EH-Unterh.elektronik, Zubehör	-35.8	-20.0	-9.7	-39.9	-38.5	-30.3	-31.5	-2.5	9.6
EH-Bau-,Heimwerkerbed.,Metallw.	47.5	7.6	78.5	66.0	10.6	110.0	30.4	5.0	47.2
EH-Schreib- und Papierwaren +	2.4	0.4	-6.9	-1.8	-2.6	-8.3	6.8	3.5	-5.4
EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw.	-1.2	-3.8	27.9	9.9	-0.6	36.5	-11.6	-6.7	19.8
EH-Spielwaren	-48.4	-26.1	-55.5	-56.8	-46.7	-71.2	-39.6	-5.7	-39.6
EH-Foto- u.optische Erzeugnisse	32.3	13.5	35.8	45.7	13.6	42.6	19.6	13.4	29.5
EH-Computer u. Zubehör,Software	23.1	6.8	18.6	31.5	7.9	6.9	14.9	5.8	28.9
EH-Sport- und Campingartikel	15.5	-11.6	1.3	11.4	-2.4	3.4	19.6	-21.6	-0.9
EH-Brennstoffe	-21.4	13.4	-46.0	-22.7	18.5	-64.0	-20.0	8.1	-29.3
EH-Kfz	-5.2	-8.2	19.9	-6.9	-7.1	16.6	-3.5	-9.3	23.2
GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw.	5.8	-10.6	15.2	9.3	-7.6	16.5	2.3	-13.5	14.0
GH-Schuhe	41.4	-0.3	42.9	30.5	-8.2	48.0	52.9	8.1	36.9
GH-Bekleidung	20.9	-5.8	9.9	34.4	-11.3	16.7	8.2	-1.0	3.7
GH-EI.Haush.g.,Lampen,Leuchten	38.6	2.8	30.1	51.6	13.6	51.7	26.3	-7.4	8.7
GH-Unterh.elektronik u. Zubehör	29.5	18.4	59.5	19.8	10.1	69.9	39.7	27.1	46.9
GH-Haush.-,Glaswaren,keram.Erz.	37.6	-1.3	9.8	49.5	2.1	20.4	26.3	-4.5	-0.3
GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m.	11.6	-23.9	-13.0	13.6	-20.9	-4.0	9.7	-26.9	-22.1
GH-Fahrräder, Teile und Zubehör	51.9	20.8	86.4	56.3	8.8	126.4	47.5	31.7	36.8
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	1.9	-2.0	43.8	-15.2	2.8	38.3	20.7	-7.9	49.9
GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn.	28.3	-8.1	47.6	39.1	-2.0	56.2	18.1	-13.7	39.6
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	32.7	-19.1	49.5	41.1	-18.1	67.9	24.5	-20.0	30.8

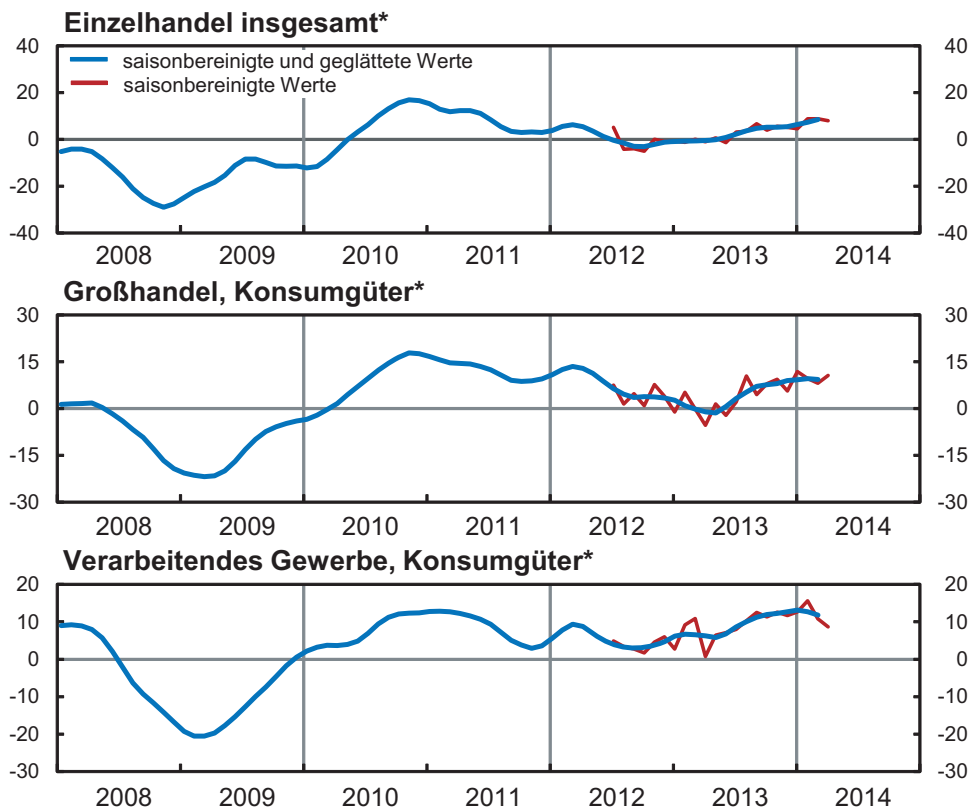
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
ifo Institut; Monat **April** 2014.

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

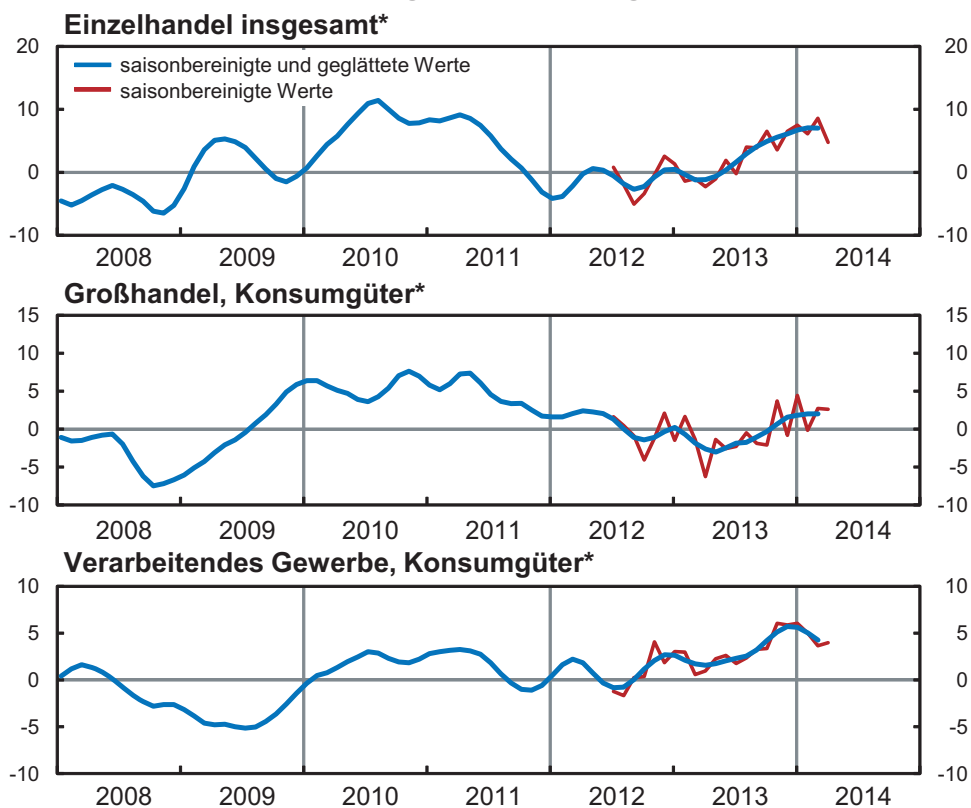
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
	Verarbeitendes Gewerbe	20.2	1.1	17.1	24.7	-0.3	19.7	15.9	2.5
Vorleistungsgüter	19.6	0.0	16.8	26.9	-1.7	26.5	12.5	1.6	7.2
Investitionsgüter	27.9	4.4	24.2	29.4	2.7	19.7	26.5	6.0	28.5
Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.güt.)	8.7	-2.2	7.9	14.3	-0.5	7.9	3.2	-3.8	7.9
Gebrauchsgüter	9.3	-7.9	16.2	1.8	-7.0	9.7	17.1	-8.9	23.0
Verbrauchsgüter	9.0	-0.7	6.3	17.6	1.4	7.8	0.8	-2.7	4.8
Ernährungsgew.u.Tabakverarb.	-0.2	-5.5	3.2	6.6	-0.3	3.6	-6.7	-10.5	2.8
H. v. Textilien	-8.2	-6.8	3.3	-8.2	-5.9	-0.1	-8.1	-7.7	6.6
Herst. von Bekleidung	11.4	5.8	32.9	17.8	4.6	38.0	5.2	7.0	27.9
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	32.2	13.4	27.6	33.0	6.2	18.9	31.5	20.4	35.9
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.Möbel)	8.8	-10.1	-1.1	22.2	-1.0	23.9	-3.8	-18.5	-25.9
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	9.8	-2.5	1.8	15.8	-5.3	5.9	4.0	0.0	-2.2
Druckerz., Vervielf.v. Ton-, Bild-, Datenträg.	9.1	12.5	14.7	9.9	9.7	17.0	8.3	15.3	12.5
Mineralölverarbeitung	1.3	8.8	-23.1	-17.9	7.6	-17.6	22.4	10.3	-29.7
H.v. chem. Erzeugnissen	21.3	-6.3	9.7	34.1	-3.8	13.4	9.2	-8.5	6.3
H.v. pharmazeut. Erzeugnissen	27.9	3.7	5.2	43.2	1.1	7.9	13.5	6.0	2.8
H.v. Gummi- u. Kunststoffwaren	35.3	1.9	31.0	45.3	-2.9	38.3	25.6	6.2	24.0
Glasgew., Keramik, V.v. Stein.u.Erd	21.2	5.1	22.6	34.0	3.7	42.5	9.0	6.3	3.2
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-3.6	3.9	11.3	-21.9	-2.3	18.6	16.6	11.2	1.7
Herst. von Metallerzeugnissen	22.1	3.3	18.1	37.7	5.9	27.8	7.5	0.9	9.3
Maschinenbau	14.5	0.4	6.7	20.5	1.8	6.8	8.7	-1.0	6.6
H.v.DV-Gerät, elektron. u. opt. Erzeug	34.0	5.2	21.0	40.6	5.1	37.9	27.6	5.3	3.7
H.v. elektr. Ausrüstungen	23.0	-3.7	23.3	24.0	-6.5	18.8	22.0	-1.0	27.7
Herst.v.Kraftwagen und -teilen	40.3	10.4	44.1	34.9	4.0	29.5	45.8	17.0	58.4
Sonstiger Fahrzeugbau	18.2	-20.5	19.9	33.4	6.1	37.4	3.9	-46.7	3.3
Herst. von Möbeln	0.9	-4.7	8.7	-2.1	-6.0	11.6	3.8	-3.5	5.6

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

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 2014/1

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			381,3			393,4			391,5
		2013			371,8			392,8			406,6			401,2
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2012			3,5			2,1			1,7			2,2
		2013			1,1			3,0			3,3			2,5
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2012			227,7			226,8			227,5			224,6
		2013			222,3			222,9			223,6			222,8
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2012			10,4			10,5			10,3			10,1
		2013			10,0			9,9			10,0			10,0
Verbraucherpreisindex Deutschland **)	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									
Index der Einzelhandelspreise **)	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									
Preiserwartung der Einzelhandelsunternehmen***)	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								
Verarbeitendes Gewerbe ***)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2013	-1,3	7,6	5,1	-6,9	-1,1	2,4	6,8	1,1	9,2	9,5	0,0	3,9
Hersteller von Verbrauchsgütern		2014	19,0	18,5	17,2	9,3								
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2013	3,4	9,7	12,1	2,8	7,8	7,9	7,6	12,6	13,0	11,9	15,2	13,2
		2014	11,7	14,8	9,8	9,0								
Großhandel ***)														
Konsumgüter 2)	KT Salden 3)	2013	-1,0	5,2	-0,1	-5,4	1,5	-2,1	2,1	10,4	4,5	8,0	9,3	5,7
Geschäftsklima 1)		2014	11,9	9,6	8,2	10,6								
Geschäftslage	KT Salden 3)	2013	2,2	13,7	6,4	-3,1	5,8	-1,0	5,6	18,5	5,2	12,3	10,5	6,4
		2014	10,0	11,2	8,8	12,9								
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2013	-4,2	-2,9	-6,4	-7,6	-2,7	-3,1	-1,3	2,7	3,8	3,7	8,2	5,0
		2014	13,8	8,1	7,6	8,3								
Einzelhandel****)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2013	-1,1	-1,5	-0,3	-1,3	0,3	-1,7	2,9	3,1	6,4	3,6	5,3	4,8
EH insgesamt		2014	4,3	8,4	8,5	7,7								
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-10,9	-18,4	-16,1	-16,4	-11,5	-12,5	-9,9	-9,9	-3,1	-5,7	0,3	-0,8
		2014	3,6	7,8	6,4	-0,8								
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-11,2	-8,8	-9,1	-16,1	-3,9	-9,5	-8,9	-4,7	-1,2	2,6	-2,6	1,1
		2014	-4,8	-0,6	-0,1	5,2								
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2013	22,1	30,6	30,9	30,0	19,9	17,7	27,3	27,3	25,2	14,2	20,4	17,9
		2014	14,4	20,2	18,3	18,1								
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2013	25,4	38,6	41,7	50,4	31,3	24,4	45,9	37,0	30,8	20,2	32,9	30,7
		2014	25,2	27,9	35,8	33,3								
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2013	18,8	22,9	20,7	11,3	9,1	11,2	10,0	18,0	19,7	8,3	8,6	5,9
		2014	4,1	12,8	2,2	3,9								

April 2014/2

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Einzelhandel ***)														
Umsatz 5)														
Einzelhandel (einschl. Kfz-Handel)	AS %	2013	2,1	-3,9	-5,9	5,0	0,6	-0,9	4,4	0,5	2,1	1,7	1,5	1,7
		2014	3,3											
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2013	3,5	-1,7	-1,9	2,9	1,7	-1,2	5,4	1,4	1,0	1,3	2,7	-0,1
		2014	2,2	3,1										
Umsatzentwicklung nach Branchen 5)														
Verbrauchsgüter														
Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	3,6	-1,9	-0,9	0,1	0,4	-1,6	7,6	1,0	0,3	0,4	0,3	0,8
		2014	2,6	3,1										
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2013	2,2	-1,8	-9,7	4,9	0,5	5,0	3,0	4,4	2,1	-0,3	6,8	-2,1
		2014	3,8	7,7										
Apotheken	AS %	2013	3,1	-0,7	-4,4	6,5	0,2	-1,9	7,8	3,8	7,0	5,4	4,0	7,6
		2014	5,9	6,8										
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2013	-0,7	-4,6	2,1	-11,3	0,9	-3,8	0,6	-1,4	-2,3	-1,8	2,0	0,8
		2014	1,3	-1,8										
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2013	2,9	-2,5	-0,2	1,7	-2,6	-2,5	0,7	-3,4	0,5	1,4	-1,5	0,1
		2014	-0,1	5,0										
Gebrauchsgüter														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2013	1,4	-0,3	-2,6	5,2	2,8	-3,0	-0,6	-9,0	-2,3	-2,8	-2,6	-0,8
		2014	-1,5	1,8										
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2013	-3,0	-7,5	-1,6	5,9	-6,1	-2,2	0,6	1,2	4,2	-1,4	3,2	0,1
		2014	-0,7	4,6										
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	-1,6	-4,3	-2,7	-2,6	-4,1	-12,0	-5,2	-2,2	2,0	-3,2	-2,5	-6,6
		2014	-3,2	-2,6										
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2013	-1,7	-6,1	-24,0	2,6	-2,2	-1,7	4,6	-4,0	-2,4	-3,2	-1,7	-5,8
		2014	-3,5	1,4										
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2013	6,0	-3,5	11,1	-19,2	1,1	-6,0	0,3	-1,3	-0,5	0,8	1,7	-3,3
		2014	-9,1	5,4										
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2013	9,6	-11,3	-0,4	-5,1	-11,5	-13,1	-13,6	-18,0	-20,7	-21,1	-13,3	-4,5
		2014	-14,3	-3,1										

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

Perspektiven 2014/15: Steigende Realeinkommen befördern Konsum¹
 von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

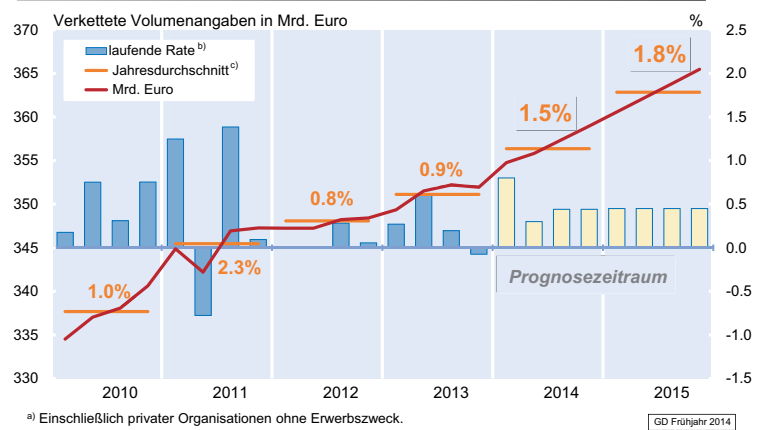
Im Schlussquartal 2013 ist der nominale private Konsum nur wenig gestiegen. Dies lag vor allem am schwachen Zuwachs der verfügbaren Einkommen. Den vorliegenden Statistiken zufolge haben insbesondere die Gewinn- und Vermögenseinkommen der privaten Haushalte nachgegeben.

Nach der Jahreswende hat der private Konsum wieder sehr kräftig angezogen, worauf die Umsätze im Einzelhandel hindeuten. Im Verlauf des Jahres 2014 dürften die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte deutlich beschleunigt expandieren. Hierfür spricht, dass die Zahl der Beschäftigten und die effektiven Monatslöhne steigen. Die Nettolöhne und -gehälter dürften, bei unveränderten Beitragssätzen zur Sozialversicherung, mit 3,3 % zunehmen. Die ab Mitte 2014 geplanten Leistungsausweitungen in der gesetzlichen Rentenversicherung (insbesondere bei der Mütterrente sowie durch die abschlagsfreie Rente ab 63) dürften zu einem spürbaren Anstieg der monetären Sozialleistungen führen. Zudem werden die Renten stärker erhöht als im Vorjahr. Die Selbständigen- und Vermögenseinkommen werden im Zuge des Aufschwungs beschleunigt expandieren. Alles in allem nehmen die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte um 3,1 % zu; real verbleibt ein deutlicher Zuwachs von 1,6 %. Im vergangenen Jahr war die reale Kaufkraft der Verbraucher nur um 0,6 % gestiegen.

Die Sparquote ist im vergangenen Jahr um 0,3 Prozentpunkte gesunken. Hierzu hat neben der abnehmenden Unsicherheit über die Einkommensperspektiven wohl auch das niedrige Zinsniveau beigetragen. Im laufenden Jahr dürfte die Sparquote jedoch nicht weiter nachgeben.

¹ Vgl. Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2014, in: ifo Schnelldienst, 08/2014, S. 3 ff.

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 2014: Prognose der Institute.

Der nominale private Konsum dürfte alles in allem um 3,0 % zulegen, real um 1,5 % (vgl. Abbildung).

Im Jahr 2015 werden die Bruttoarbeitseinkommen mit 4,0 % beschleunigt steigen. Die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns zu Beginn des Jahres 2015 erhöht für sich genommen die Bruttolöhne und -gehälter. Dem steht aber entgegen, dass der Anstieg der Gewinneinkommen dadurch etwas gedämpft wird. Außerdem wird ein Teil der Kostenbelastung durch den Mindestlohn in die Preise überwältzt.

Netto wird der Zuwachs der Arbeitseinkommen dadurch etwas gebremst, dass die Steuerprogression ungeschmälert wirkt und die Beitragsbelastung in der Sozialversicherung geringfügig zunimmt. So wird der Beitragssatz zur Pflegeversicherung um 0,3 Prozentpunkte angehoben. Hingegen dürfte der durchschnittliche Beitragssatz zur gesetzlichen Krankenversicherung leicht sinken. Alles in allem werden die verfügbaren Einkommen im Jahr 2015 voraussichtlich um 3,5 % steigen, real um 1,8 %. Bei unveränderter Sparquote wird der reale Konsum der privaten Haushalte ebenfalls um 1,8 % zulegen (vgl. Tabelle).

Einkommen und Einkommensverwendung der privaten Haushalte

Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr

	2013	2014 (s)	2015 (s)	2014		2015 (s)	
				1.Hj.(s)	2.Hj.(s)	1.Hj.	2.Hj.
Masseneinkommen	2,6	3,1	3,1	2,8	3,4	3,4	2,9
Nettolöhne und -gehälter	2,8	3,3	3,3	3,5	3,2	3,5	3,1
Monetäre Sozialleistungen abz. Abgaben auf soziale Leistungen, verbrauchsnahe Steuern	2,2	2,6	3,0	1,5	3,8	3,5	2,4
Übrige Primäreinkommen	2,4	2,6	3,6	1,2	4,0	4,4	2,8
Verfügbares Einkommen	2,2	3,1	3,5	2,9	3,3	3,4	3,6
Konsumausgaben	2,5	3,0	3,5	2,8	3,1	3,4	3,5
Sparen	-1,3	3,6	2,9	2,9	4,5	2,8	2,9
nachrichtlich:							
Private Konsumausgaben, preisbereinigt	0,9	1,5	1,8	1,4	1,6	1,7	1,9
Sparquote (Sparen in % des verf. Einkommens)	10,0	10,0	10,0	11,4	8,8	11,3	8,7

s) Schätzungen der Institute.

Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 4.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.

