

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

Juni 2014

ifo Institut Einzelhandel: Verbessertes Geschäftsklima

Im Einzelhandel hat sich das Geschäftsklima aufgehellt. Die Testteilnehmer zeigten sich im Juni zufriedener mit der momentanen Geschäftslage. Die Skepsis bei den Erwartungen hat etwas nachgelassen.

GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im Mai 2014

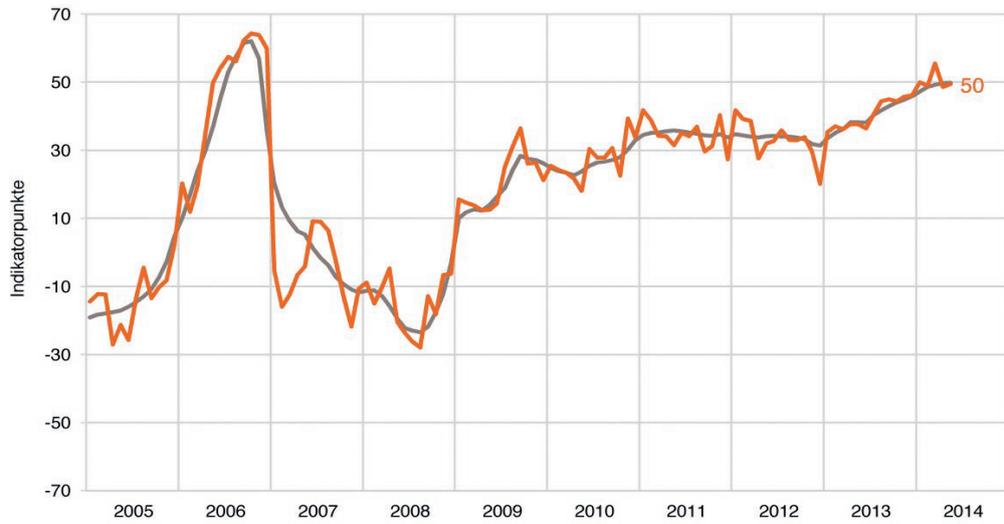
ifo Schwerpunktthema Konsumperspektive 2014/15: Privater Verbrauch nimmt weiter zu

von Dr. Wolfgang Nierhaus, ifo Institut



Anschaffungsneigung im Mai

Anschaffungsneigung



	Wert 05/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	49,9	+0,2	+11,6
— Ungeglättet	49,5	+0,9	+11,8

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



Sparneigung im Mai

Sparneigung

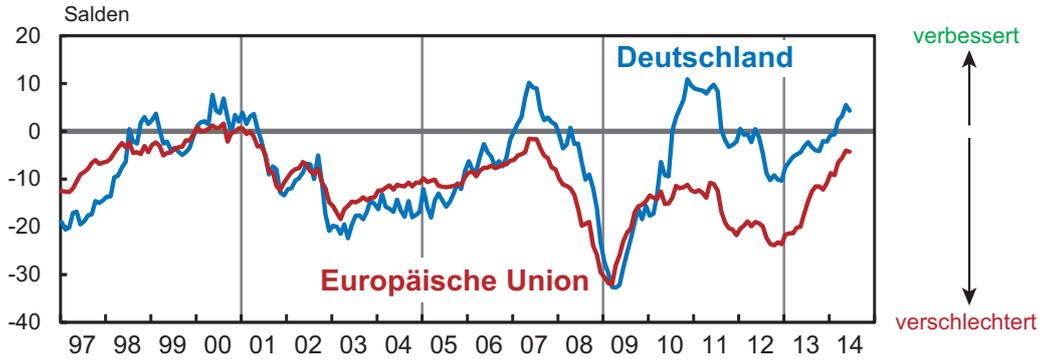


	Wert 05/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	-34,9	+1,4	-5,3
— Ungeglättet	-34,3	-0,2	-3,7

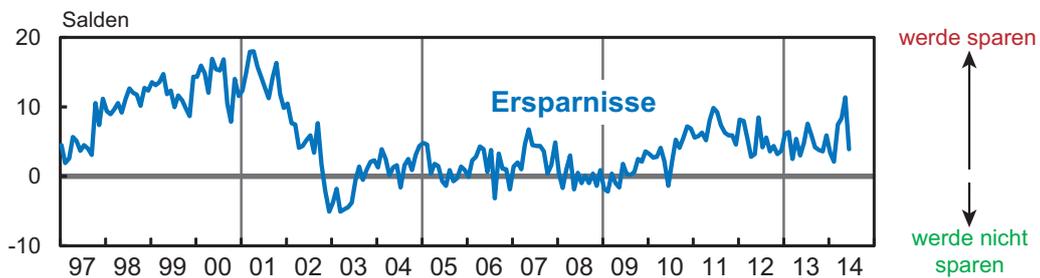
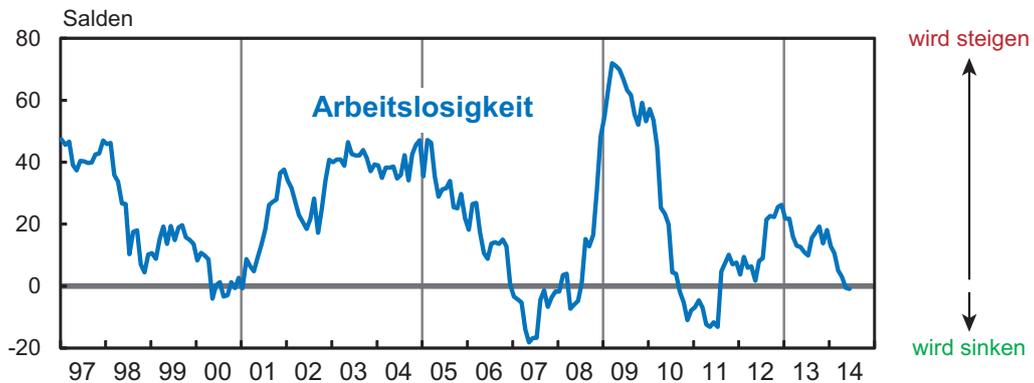
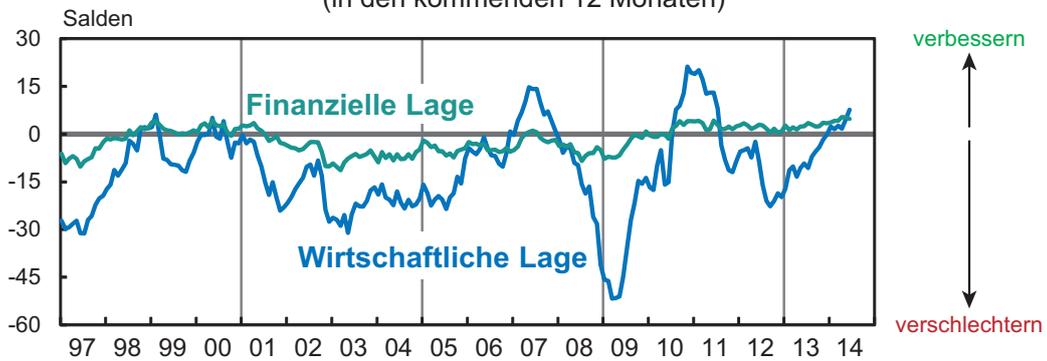
Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2014 | Konsumklima MAXX | Deutschland



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: Guter Geschäftsverlauf

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel ist im Juni merklich gestiegen. Die Testteilnehmer beurteilten ihre Geschäftslage deutlich positiver als im Vormonat. Bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs äußerten sie sich weniger kritisch. Die Umsätze überstiegen den Testergebnissen zufolge das Vorjahresniveau. Nur noch wenige Testteilnehmer planten, die Preise weiter anzuheben.

Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima leicht abgekühlt. Trotz der verringerten Lagerbestände fielen die Urteile zur Geschäftslage weniger positiv aus. Bei den Einschätzungen der Geschäftsperspektiven keimte ebenfalls leichte Skepsis auf. Der Geschäftsklimaindikator im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist gesunken. Grund dafür waren die eingetrübten Geschäftsaussichten, was sich auch in restriktiven Bestellplanungen niedergeschlagen hat. Die momentane Geschäftssituation wurde dagegen weniger negativ bewertet. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* hat sich das Geschäftsklima ebenfalls abgekühlt, da die positiven Meldungen zum momentanen Geschäftsverlauf leicht zurückgegangen sind. Die zukünftige Geschäftsentwicklung schien den Testteilnehmer auch nicht mehr so aussichtsreich zu sein wie zuvor. Im Elektroeinzelhandel ist der Geschäftsklimaindikator für den Teilbereich *weiße Ware* ausschließlich wegen der spürbar verbesserten Geschäftslage leicht gestiegen. Jedoch befürchteten die Testteilnehmer nach der Aufhellung im Mai, dass sich der Geschäftsverlauf in den nächsten Monaten wieder verschlechtert. Die Personalpläne fielen restriktiver aus. In der Sparte *Unterhaltungselektronik* ist der Geschäftsklimaindikator gesunken. Die Testteilnehmer waren wesentlich unzufriedener mit der aktuellen Geschäftssituation. Auch die Perspektiven waren von Pessimismus geprägt. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* galt die momentane Geschäftslage trotz einer starken Abschwächung noch als gut. Die Geschäftsaussichten wurden zum ersten Mal seit Herbst vergangenen Jahres negativ eingeschätzt. Im Einzelhandel mit *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* verschlechterte sich das Geschäftsklima deutlich. In Anbetracht schleppender Nachfrage bewerteten die Testteilnehmer ihre momentane Geschäftslage überwiegend negativ. Die Aussichten für das kommende halbe Jahr schätzten sie dagegen weniger pessimistisch ein und gingen davon aus, höhere Preise durchsetzen zu können.

Im **Verbrauchsgüterbereich** wurde die momentane Geschäftssituation wesentlich weniger günstig bewertet, auch die Erwartungen für die kommenden Monate waren abermals skeptischer. Da die Lagerbestände immer noch als hoch bezeichnet wurden, beabsichtigten die Unternehmen, weniger Waren zu bestellen. Auch mit einem Personalaufbau ist nicht mehr zu rechnen. Im Einzelhan-

del mit *Textilien und Bekleidung* wurden sowohl die aktuelle Geschäftslage als auch die Aussichten weniger negativ beurteilt. Vor dem Hintergrund eines immer noch hohen Lagerdrucks kündigten die Händler häufiger Preissenkungen an. Im *Schuheinzelhandel* ist der Geschäftsklimaindikator merklich gestiegen. Angesichts einer dynamischen Nachfrage berichteten die Testteilnehmer zahlreicher von einem guten Geschäftsverlauf. Die Einschätzungen der Geschäftsperspektiven sind nahezu unverändert positiv geblieben. Das Geschäftsklima im Bereich *Sport- und Campingartikel* ist nahezu unverändert geblieben. Die Händler waren mit dem momentanen Geschäftsverlauf äußerst zufrieden und berichteten von expansiven Personalplänen. Im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* stuften die Testteilnehmer angesichts einer ausgezeichneten Umsatzentwicklung die derzeitige Geschäftslage vermehrt positiv ein. Bei den Geschäftsperspektiven machte sich ebenfalls Optimismus breit.

Im **Kfz-Einzelhandel** ist der Geschäftsklimaindikator erneut gestiegen. Die Lageurteile fielen weniger positiv aus, dagegen haben sich die Aussichten aufgehellt. Angesichts geräumter Lager wollen die Händler ihre restriktive Orderpolitik aufgeben. Im *Neuwagenhandel* verbesserten sich die Geschäftsaussichten spürbar, bei leicht rückläufiger Lagebeurteilung. Im *Gebrauchtwagengeschäft* setzte sich die Aufwärtsentwicklung fort. Die ohnehin gute Geschäftssituation verbesserte sich weiter. Bei den Geschäftserwartungen erhöhte sich die Zuversicht. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* hat sich die fallende Tendenz des Vormonats bestätigt. Angesichts der eingebrochenen Umsätze berichteten die Händler zunehmend von einem ungünstigen Geschäftsverlauf. Dennoch hat sich der Pessimismus bei den Geschäftserwartungen abgeschwächt.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** verbesserte sich sprunghaft. Angesichts des Absatzerfolges empfanden die Einzelhändler die aktuelle Situation als äußerst zufriedenstellend. Auch hinsichtlich der weiteren Geschäftsentwicklung waren sie optimistisch und wollten die Beschäftigtenzahl weiter erhöhen. Die Unternehmen beabsichtigten nur noch vereinzelt, die Verkaufspreise anzuheben.

Konsumgüterindustrie: Verbesserte Nachfragesituation

Das Geschäftsklima in Konsumgüterindustrie hat sich zum dritten Mal in Folge minimal verbessert. Die Aussichten für die kommenden Monate wurden positiver eingeschätzt. Die Geschäftslage wurde trotz verbesserter Nachfragesituation weniger günstig bewertet. Obwohl der Auftragsbestand und Exporterwartungen leicht rückläufig waren, blieben die Produktionspläne expansiv.

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.	+ 8,1	+ 3,2	+ 9,8	+ 16,6	+ 4,8	+ 16,0	- 0,2	+ 1,6	+ 3,9
GH-Konsumgüter	+ 11,7	+ 2,6	+ 13,9	+ 16,6	+ 8,7	+ 18,0	+ 6,9	- 3,3	+ 10,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	+ 9,3	+ 0,2	+ 2,0	+ 16,7	- 2,1	- 0,0	+ 2,1	+ 2,3	+ 3,9

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

ifo Institut; Monat Juni 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	27.6	21.0	10.5		49.3	34.0	26.0		7.8	9.5	-3.2	
EH-Drogerieartikel +	6.0	-16.7	-5.8		13.1	-28.7	-12.0		-0.8	-6.0	-0.1	
EH-Textilien,Bekleidung insg.	-12.6	5.3	25.8		-9.6	9.0	39.9		-15.5	1.7	10.9	
EH-Schuhe	17.2	8.4	66.4		22.3	16.6	82.2		12.2	0.3	50.0	
EH-Leder- und Täschnerwaren	-43.4	-18.0	-45.3		-32.0	-8.7	-51.1		-54.0	-26.6	-40.1	
EH-Möbel,Einr.,sonst. Hausrat	-8.5	-2.7	-12.4		-11.2	3.4	-18.6		-5.7	-9.3	-6.2	
EH-Elektrot.Erz.Elek.Haushaltg.	-5.9	3.4	9.3		-0.1	22.5	27.8		-11.6	-16.5	-10.0	
EH-Unterh.elektronik, Zubehör	-30.2	-3.6	2.1		-21.6	-12.2	8.8		-38.4	3.8	-4.2	
EH-Bau-,Heimwerkerbed.,Metallw.	21.5	-13.9	28.5		38.2	-5.3	46.5		6.0	-21.5	11.6	
EH-Schreib- und Papierwaren +	24.0	12.6	31.6		10.0	9.1	26.9		38.8	16.5	36.8	
EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw.	-10.2	-10.8	28.7		-17.8	-31.0	7.9		-2.2	9.1	48.9	
EH-Spielwaren	-6.8	5.4	-0.2		-22.9	0.4	-32.0		10.8	11.0	31.8	
EH-Foto- u.optische Erzeugnisse	5.2	-20.3	-8.0		40.6	-0.5	7.9		-25.1	-35.9	-20.2	
EH-Computer u. Zubehör,Software	20.3	-13.4	30.9		43.1	-8.5	54.0		-0.5	-17.5	10.0	
EH-Sport- und Campingartikel	31.2	-0.4	14.5		40.8	1.0	22.7		22.0	-1.7	6.6	
EH-Brennstoffe	-20.9	1.5	-62.8		-7.4	3.9	-79.5		-33.5	-0.6	-48.5	
EH-Kfz	3.1	1.9	22.8		4.2	-3.1	19.7		2.0	6.6	25.7	
GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw.	21.8	5.4	34.2		31.4	9.7	45.8		12.6	1.4	23.0	
GH-Schuhe	39.4	1.1	39.7		31.9	8.2	50.0		47.0	-6.6	28.0	
GH-Bekleidung	2.0	-9.8	-16.8		16.8	-9.9	-14.1		-11.8	-9.8	-19.0	
GH-Ei.Haush.g.,Lampen,Leuchten	3.6	-25.1	12.3		12.7	-16.0	36.8		-5.2	-33.9	-13.2	
GH-Unterh.elektronik u. Zubehör	12.5	3.4	35.6		-0.8	9.2	49.9		26.6	-3.5	17.0	
GH-Haush.-,Glaswaren,keram.Erz.	44.2	-1.1	20.2		46.6	-5.5	7.6		41.7	3.1	31.8	
GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m.	21.1	7.8	-19.5		20.0	-4.0	-26.0		22.2	19.0	-13.1	
GH-Fahrräder, Teile und Zubehör	29.8	-14.0	32.3		30.3	-19.2	51.6		29.4	-9.0	11.1	
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	-0.1	4.7	46.4		-21.1	7.5	40.6		23.4	1.2	53.0	
GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn.	18.3	-3.1	21.0		32.1	-4.5	27.7		5.3	-1.8	14.9	
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	33.3	9.2	41.0		47.7	26.7	57.9		19.8	-7.5	24.9	

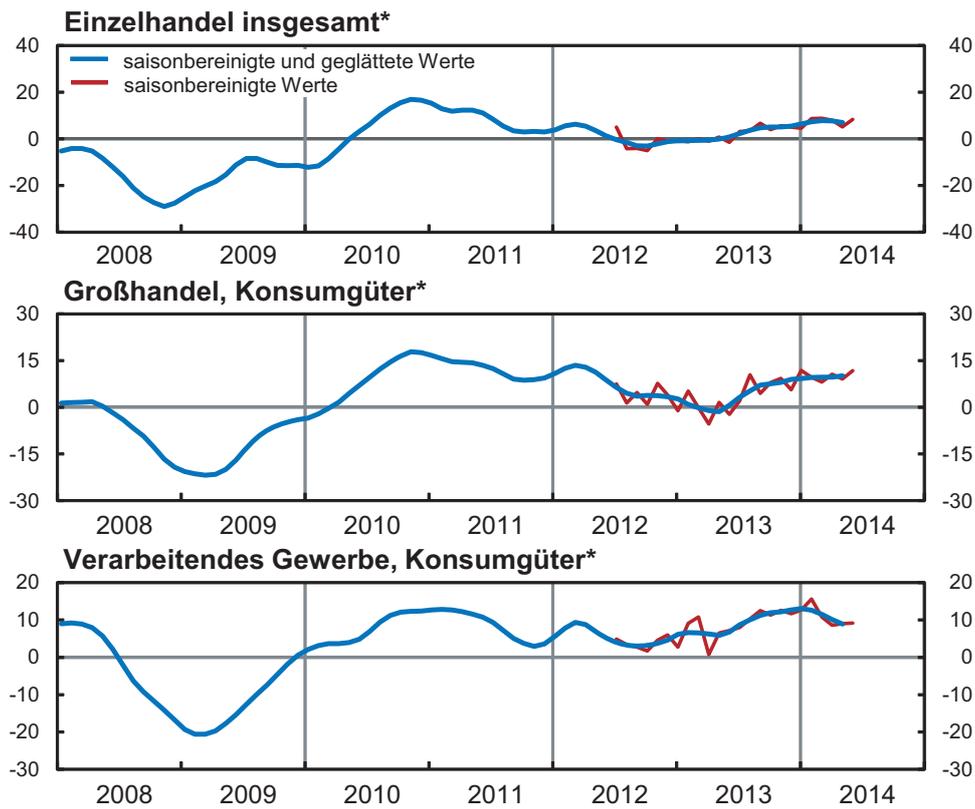
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
 ifo Institut; Monat Juni 2014.

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

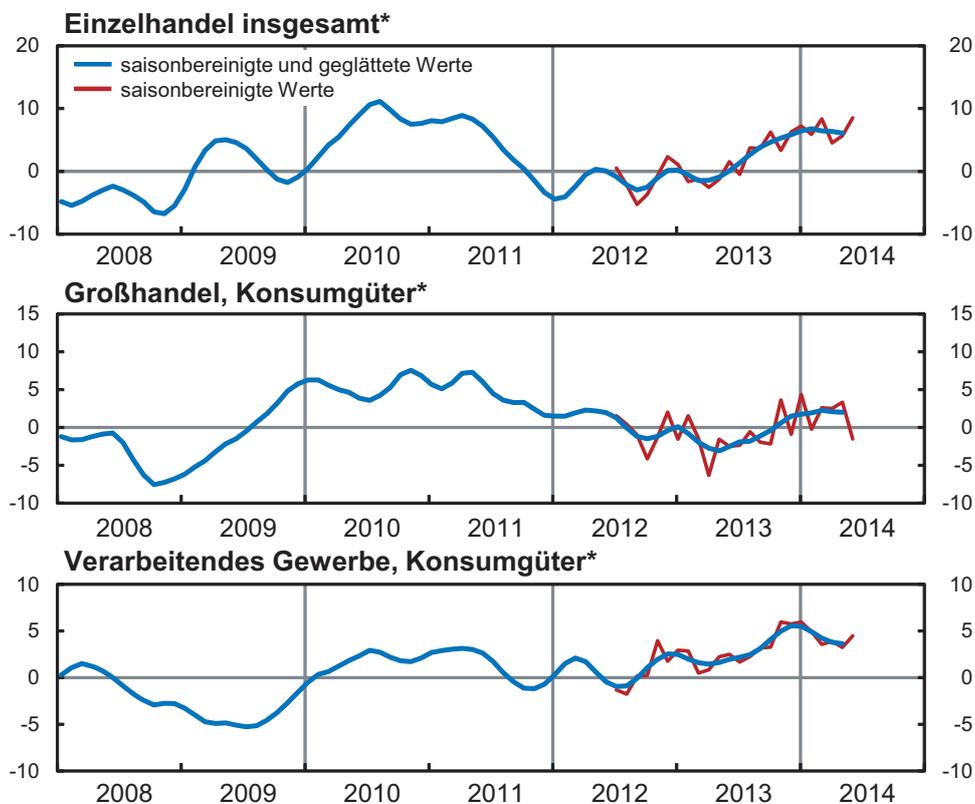
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	15.7	-3.3	7.8	22.3	-2.5	10.9	9.3	-4.2	4.8
Vorleistungsgüter	15.1	-2.1	9.6	21.9	-0.6	16.8	8.5	-3.5	2.7
Investitionsgüter	20.0	-6.1	9.8	27.4	-2.6	12.9	12.9	-9.5	6.8
Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.güt.)	9.3	0.2	2.0	16.7	-2.1	-0.0	2.1	2.3	3.9
Gebrauchsgüter	14.8	2.8	12.5	14.7	5.9	6.8	14.9	-0.3	18.0
Verbrauchsgüter	8.0	-0.4	0.0	16.7	-3.9	-2.1	-0.4	2.8	1.9
Ernährungsgew.u.Tabakverarb.	4.5	-0.4	2.5	10.2	-4.5	-0.2	-1.2	3.5	4.9
H. v. Textilien	-10.9	-7.5	-10.2	-18.9	-15.5	-21.0	-2.6	0.8	0.9
Herst. von Bekleidung	4.5	-5.9	20.2	18.8	-2.2	26.0	-8.9	-9.1	15.0
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	28.9	9.6	9.4	36.1	12.9	9.9	21.8	6.4	9.0
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.Möbel)	6.0	-7.5	0.1	10.5	-14.3	-0.5	1.6	-1.2	0.7
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	8.5	-0.9	-0.8	19.2	1.0	11.9	-1.7	-2.6	-13.1
Druckerz., Vervielf.v.Ton-,Bild-,Datenträg.	-0.3	-0.9	2.9	3.5	-8.5	13.0	-4.0	6.2	-7.2
Mineralölverarbeitung	16.8	13.3	1.7	-10.0	3.8	-14.2	47.3	25.1	20.8
H.v. chem. Erzeugnissen	19.0	4.2	8.1	30.4	4.2	11.7	8.2	4.2	4.7
H.v.pharmazeut.Erzeugnissen	18.6	-0.6	-15.4	35.2	2.3	-25.1	3.1	-3.1	-7.1
H.v.Gummi- u.Kunststoffwaren	23.5	-11.6	12.9	33.9	-9.0	20.7	13.5	-14.0	5.6
Glasgew,Keramik,V.v.Stein.u.Erd	12.0	-3.6	5.7	19.1	-5.6	7.3	5.2	-1.7	4.2
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-9.0	-6.9	12.4	-20.9	-1.6	19.8	3.7	-12.9	3.5
Herst. von Metallerzeugnissen	20.1	0.1	16.2	31.9	-1.3	18.9	9.0	1.3	13.7
Maschinenbau	14.9	-0.5	7.9	22.1	1.0	6.9	8.0	-1.9	8.8
H.v.DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug	25.6	-0.9	-0.5	27.4	-10.3	6.0	23.8	8.1	-7.1
H.v. elektr. Ausrüstungen	21.5	-1.2	13.3	29.0	6.9	23.9	14.2	-9.0	2.9
Herst.v.Kraftwagen und -teilen	23.5	-14.1	14.1	32.1	-6.5	20.8	15.2	-21.4	7.8
Sonstiger Fahrzeugbau	26.4	21.4	29.9	32.7	27.0	25.7	20.2	16.0	33.6
Herst. von Möbeln	3.0	7.1	10.9	1.0	9.0	2.8	5.0	5.1	18.8

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

Juni 2014/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Konsumsektor														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2013	371,8				393,0				407,3			401,0
		2014	381,2											
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2013	1,1				3,1				3,5			2,4
		2014	2,5											
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2013	222,3				222,9				223,6			222,8
		2014	222,6											
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2013	10,0				9,9				9,9			10,0
		2014	9,9											
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	1,3	0,9							
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	0,6	0,4							
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	9,0	1,0						
Verarbeitendes Gewerbe ***)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2013	-1,4	7,6	5,1	-6,9	-1,0	2,3	6,8	1,1	9,2	9,4	0,0	3,9
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2013	19,0	18,5	17,1	9,2	12,0	14,8						
		2014	11,6	14,8	9,7	9,0	8,3	8,0						
Großhandel ***)	KT Salden 3)	2013	-1,0	5,2	-0,1	-5,3	1,6	-2,2	2,1	10,4	4,5	8,0	9,3	5,7
Konsumgüter 2)	KT Salden 3)	2013	11,9	9,6	8,2	10,6	9,1	11,7						
Geschäftsklima 1)	KT Salden 3)	2013	2,2	13,7	6,5	-3,0	6,0	-1,3	5,6	18,5	5,2	12,3	10,5	6,4
		2014	10,0	11,2	8,8	12,9	8,0	16,6						
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2013	-4,2	-2,9	-6,4	-7,6	-2,8	-3,1	-1,3	2,7	3,8	3,7	8,2	4,9
		2014	13,8	8,1	7,5	8,3	10,2	6,9						
Einzelhandel****)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2013	-1,1	-1,5	-0,3	-1,3	0,4	-1,7	2,9	3,1	6,3	3,6	5,3	4,8
EH insgesamt	KT Salden 3)	2013	4,3	8,4	8,5	7,7	4,9	8,1						
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-10,9	-18,4	-16,1	-16,4	-11,6	-12,4	-9,9	-9,9	-3,1	-5,7	0,3	-0,8
		2014	3,6	7,8	6,4	-0,8	4,8	2,4						
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-11,2	-8,8	-9,1	-16,2	-4,0	-9,3	-8,9	-4,7	-1,2	2,6	-2,6	1,1
		2014	-4,8	-0,6	-0,1	5,2	2,9	-3,4						
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2013	22,1	30,6	30,9	30,0	20,6	17,1	27,2	27,3	25,2	14,1	20,4	17,9
		2014	14,4	20,2	18,3	18,0	6,6	27,6						
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2013	25,4	38,6	41,6	50,4	32,3	23,3	45,9	36,9	30,8	20,2	32,8	30,7
		2014	25,2	27,9	35,8	33,2	15,3	49,3						
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2013	18,8	22,9	20,7	11,2	9,4	11,0	10,0	18,0	19,7	8,2	8,6	5,8
		2014	4,1	12,7	2,1	3,9	-1,7	7,8						

Juni 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	2,0	-4,0	-6,0	4,8	0,5	-1,1	4,3	0,3	1,9	1,5	1,3	1,7
		2014	3,2	4,3	2,1									
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2013	3,3	-2,1	-2,0	2,7	1,4	-1,3	5,4	1,4	0,8	1,0	2,5	-0,3
		2014	2,1	3,3	-0,3	5,2								
Umsatzentwicklung nach Branchen 5)														
Verbrauchsgüter														
Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	3,6	-1,9	-0,9	0,0	0,4	-1,6	7,6	1,0	0,3	0,4	0,3	0,8
		2014	2,8	3,6	-1,3	6,5								
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2013	2,3	-1,7	-9,7	5,0	0,6	5,0	3,0	4,5	2,2	-0,3	6,8	-2,1
		2014	3,2	7,6	6,4	0,4								
Apotheken	AS %	2013	3,2	-0,8	-4,6	6,3	-0,2	-2,4	7,3	3,1	6,1	4,6	3,1	6,6
		2014	4,8	6,6	5,3	4,6								
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	1,0
		2014	1,4	-2,8	-12,6	3,0								
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	4,7	-3,3	1,5								
Gebrauchsgüter														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2013	1,3	-0,3	-2,6	5,2	2,8	-3,0	-0,7	-9,1	-2,3	-2,6	-2,5	-0,7
		2014	-1,0	2,0	0,3	-2,0								
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2013	-2,8	-7,3	-1,5	6,0	-6,0	-2,1	0,7	1,3	4,5	-1,2	3,5	-0,9
		2014	-0,8	4,3	-5,9	-4,8								
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	-1,6	-4,2	-2,7	-2,5	-4,1	-12,0	-5,1	-2,1	1,7	-3,2	-2,4	-6,4
		2014	-3,1	-3,3	-10,6	-2,4								
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2013	-2,0	-6,3	-24,1	2,5	-2,3	-1,8	4,5	-4,0	-2,5	-3,2	-1,8	-5,9
		2014	-3,4	1,6	15,0	-2,7								
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2013	6,2	-3,1	11,2	-19,1	1,3	-5,8	0,5	-1,2	-0,3	1,0	1,1	-3,8
		2014	-8,8	5,2	-19,0	28,2								
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2013	9,5	-11,4	-0,4	-5,2	-11,6	-13,2	-13,6	-18,0	-20,7	-21,0	-13,4	-4,4
		2014	-14,3	-2,6	-14,2	-9,2								

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

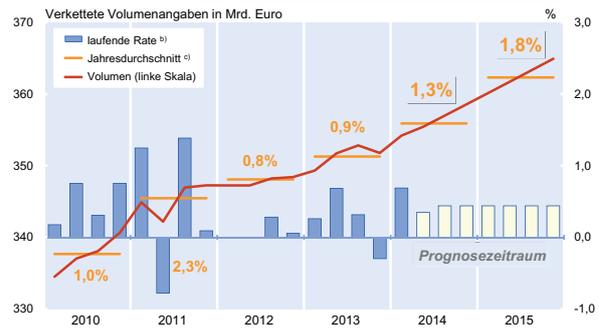
**Konsumperspektive 2014/15:
Privater Verbrauch nimmt weiter zu**
von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

Der private Konsum ist im ersten Vierteljahr 2014 deutlich gestiegen, nachdem er zuvor leicht gesunken war. Für die Expansion nach der Jahreswende war maßgeblich, dass die real verfügbaren Einkommen wieder spürbar zugenommen haben. Zu Buche schlugen die weiter steigende Beschäftigung und höhere Tarifabschlüsse. Zudem ist der Grundfreibetrag bei der Einkommensteuer leicht erhöht worden. Eine gesetzlich vorgesehene Senkung des Beitragssatzes zur gesetzlichen Rentenversicherung unterblieb allerdings, um neue Leistungsausweitungen finanzieren. Die monetären Sozialleistungen waren im ersten Quartal sogar rückläufig, aufgrund der milden Witterung sanken die Zahlungen von (Saison-)Kurzarbeitergeld. In der Summe sind die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte im ersten Quartal 2014 nominal um 0,8% gestiegen, real um 0,6%. Da zugleich die Sparquote leicht nachgab, legten die realen Konsumausgaben um 0,7% zu. Besonders präferierten die privaten Haushalte Textilien und Schuhe sowie Einrichtungsgegenstände und Haushaltsgeräte.

Den Frühindikatoren zufolge dürfte die Expansion des privaten Konsums im Frühjahr verhaltener verlaufen sein. So sind im April die realen Umsätze im Einzelhandel und im Gastgewerbe saisonbereinigt unter den Stand des ersten Quartals gefallen. Zugleich ist die Zahl der von privaten Haltern neu zugelassenen Pkw saisonbereinigt nicht gestiegen. Gleichwohl sind Konsumentenvertrauen und die Bereitschaft zu größeren Anschaffungen aber auf einem so hohen Niveau, dass über das gesamte Quartal gerechnet mit einem Plus zu rechnen ist.

In der zweiten Jahreshälfte dürfte das Expansionstempo des Konsums wieder höher sein. Die Arbeitseinkommen werden unverändert kräftig weiter steigen. Die monetären Sozialleistungen der privaten Haushalte werden sogar stark beschleunigt zulegen. So werden die Altersbezüge der Bestandsrentner zur Jahresmitte kräftig angehoben. Zudem können langjährig Versicherte mit 45 Beitragsjahren schon mit 63 Jahren abschlagsfrei in Rente gehen. Zugleich wird die bisherige Mütterrentenregelung erweitert: Eltern von Kindern, die vor 1992 geboren wurden, erhalten pro Kind ein zusätzliches Erziehungsjahr gutgeschrieben. Außerdem werden Personen mit verminderter Erwerbsfähigkeit besser abgesichert. Unter Einrechnung der aufgrund des niedrigen Zinsniveaus nur recht verhalten expandierenden Vermögenseinkommen der privaten Haushalte sowie unter Berücksichtigung der Betriebsüberschüsse werden die verfügbaren Einkommen der pri-

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 des ifo Instituts; ab 2. Quartal 2014: Prognose des ifo Instituts.

vaten Haushalte um 2,8% expandieren, real um 1,4%. Bei nahezu unveränderter Sparquote ist im Jahresdurchschnitt 2014 mit einer Zunahme des realen privaten Konsums um 1,3% zu rechnen (vgl. Abbildung).

Im kommenden Jahr dürfte der reale private Konsum weiter zügig expandieren. Die Bruttolöhne werden unter Einbezug der neuen Mindestlohnregelung um 4,5% sehr kräftig steigen. Netto fällt das Plus mit 4,2% etwas geringer aus. Der Grundfreibetrag wird nicht mehr weiter erhöht, zudem wirkt die Progression des Einkommensteuertarifs. Auch wird zur Finanzierung der Pflege reform der Beitragssatz zur sozialen Pflegeversicherung um 0,3 Prozentpunkte erhöht. Zugleich wird jedoch der Beitragssatz zur gesetzlichen Krankenversicherung von 15,5% auf 14,6% gesenkt. Allerdings können die Kassen zur Verbesserung der Finanzlage wieder Zusatzbeiträge erheben.

Die monetären Sozialleistungen dürften im kommenden Jahr mit 3,3% weiter spürbar zunehmen. So werden teilzeitarbeitende Eltern finanziell bessergestellt (Elterngeld plus), und die erste Stufe der Pflegereform mit Leistungsverbesserungen tritt in Kraft. Zur Jahresmitte werden die Altersrenten weiter merklich erhöht, zudem wirken die diesjährige Anpassung der Renten bzw. die Leistungsausweitungen in der ersten Jahreshälfte nach. Alles in allem dürften die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte 2015 um 3,4% expandieren. Die Sparquote dürfte unverändert bleiben. Das niedrige Zinsniveau macht Sparen weniger vorteilhaft und regt die Inanspruchnahme günstiger Konsumentenkredite an, gleichzeitig werden dadurch aber die Vermögenseinkommen der privaten Haushalte gedrückt, was den Gegenwartskonsum schmälert und die Ersparnis erhöht. Einem Rückgang der Sparquote wirken zudem die rege private Wohnbautätigkeit und die Notwendigkeit zur privaten Altersvorsorge entgegen. Damit dürften die Verbrauchsausgaben 2015 voraussichtlich ebenfalls um 3,4% zulegen. Nach Abzug der Preissteigerungsrate verbleibt ein reales Plus von 1,8%.

Einem Rückgang der Sparquote wirken zudem die rege private Wohnbautätigkeit und die Notwendigkeit zur privaten Altersvorsorge entgegen. Damit dürften die Verbrauchsausgaben 2015 voraussichtlich ebenfalls um 3,4% zulegen. Nach Abzug der Preissteigerungsrate verbleibt ein reales Plus von 1,8%.

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

s) Schätzungen des ifo Instituts.

Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 1. Vierteljahr 2014; Prognose des ifo Instituts.

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.

