

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

Juli 2013

ifo Institut Einzelhandel: Geschäftsklimaindikator gestiegen

Die Einzelhandelsunternehmen waren wieder deutlich zufriedener mit ihrer aktuellen Geschäftslage. Auch die Erwartungen sind auf den höchsten Wert seit April 2012 gestiegen. Die Personalplanungen sahen eine leichte Aufstockung der Mitarbeiterzahl vor.

GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im Juni 2013

GfK Schwerpunktthema Sorge um Arbeitslosigkeit auf historischem Tiefstand: Die Studie »Challenges of Europe 2013« des GfK Vereins

von Sandra Lades, GfK Verein, Presse



Anschaffungsneigung im Juni

Anschaffungsneigung



	Wert 06/2013	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	37,4	-0,9	+3,1
— Ungeglättet	36,5	-1,2	+3,8

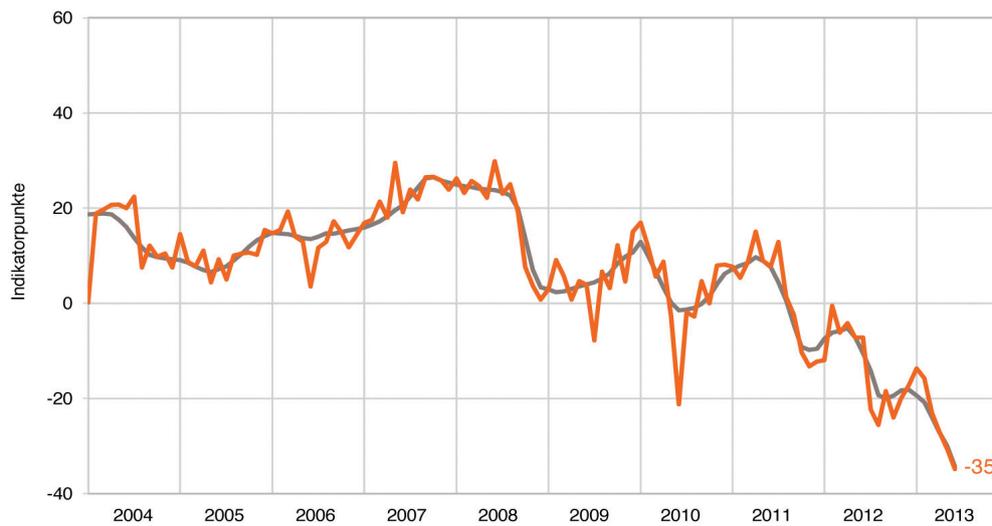
Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland



1

Sparneigung im Juni

Sparneigung



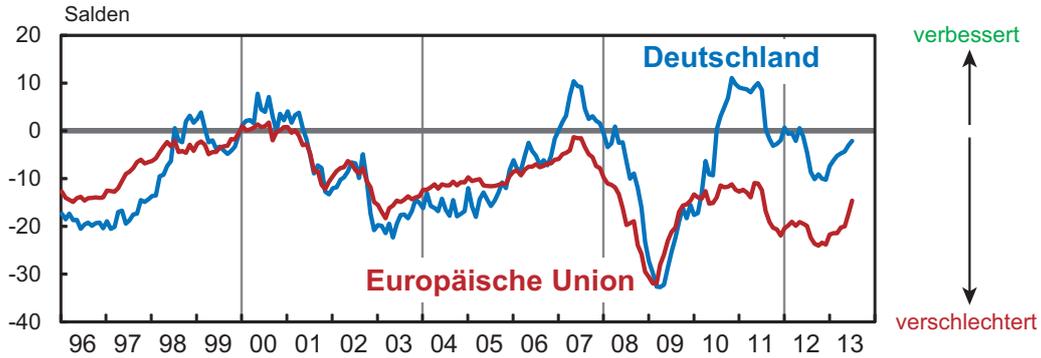
	Wert 06/2013	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	-34,3	-4,3	-23,8
— Ungeglättet	-34,8	-4,2	-27,6

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

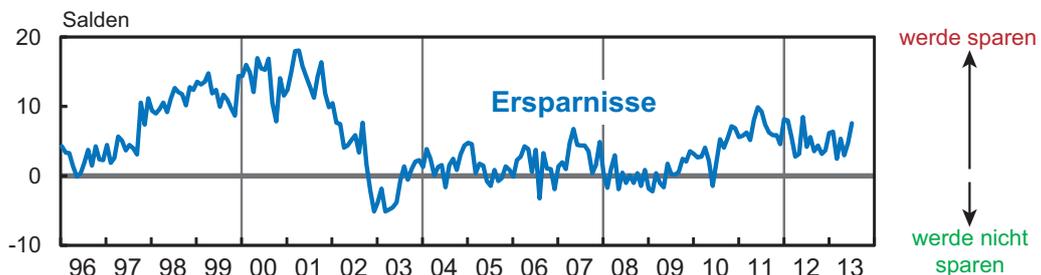
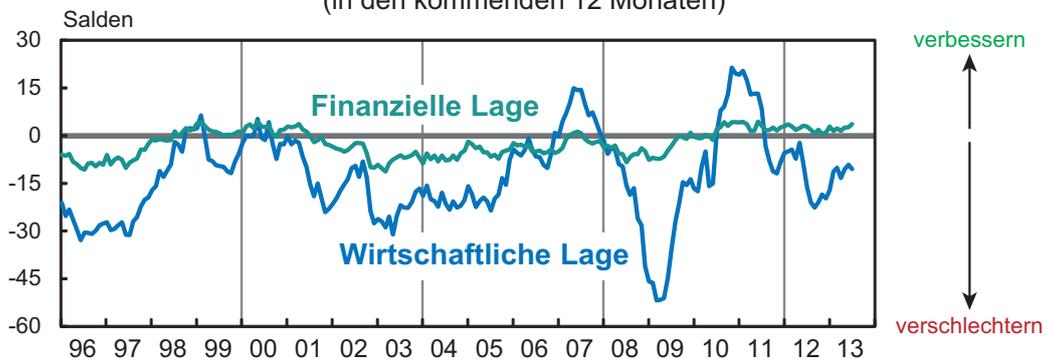


2

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: Aufgehellte Geschäftsaussichten

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel erholte sich im Juli nach der Eintrübung im Vormonat und stieg auf den höchsten Stand seit einem Jahr. Die Einzelhändler waren mit der aktuellen Geschäftslage zufrieden. Auch die Skepsis bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs hat nachgelassen. Es war vorgesehen, die Beschäftigtenzahl zu erhöhen. Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima aufgehellt, da die Perspektiven weniger ungünstig eingeschätzt wurden als zuletzt. Die Urteile zur derzeitigen Lage fielen aber etwas negativer aus als im Vormonat. Im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* bewerteten die Befragungsteilnehmer die aktuelle Geschäftssituation negativer als zuletzt. Bei der Beurteilung der Geschäftsaussichten war eine aufkeimende Skepsis zu erkennen. Die Händler wollten ihre Bestelltätigkeit einschränken. Das Geschäftsklima im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* verbesserte sich deutlich. Vor allem die aktuelle Lage beurteilten die Firmen positiv. Die Verkaufspreise dürften zahlreich angehoben werden. Im Elektroeinzelhandel ist das Geschäftsklima für den Teilbereich *weiße Ware* nahezu unverändert geblieben. Der nachlassenden Unzufriedenheit mit der momentanen Geschäftslage standen pessimistischere Erwartungen gegenüber. Trotz leicht verringerten Lagerdrucks, soll die restriktive Bestellpolitik fortgesetzt werden. In der Sparte *Unterhaltungselektronik* hat sich das Geschäftsklima deutlich verschlechtert. Angesichts schwacher Nachfrage wurden sowohl die gegenwärtige Situation als auch die Aussichten für das nächste Halbjahr sehr negativ bewertet. Die Einzelhändler sahen sich weiterhin zu Preisnachlässen gezwungen und wollten sich bei der Ordervergabe stärker zurückhalten. Auch im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* hat sich das Geschäftsklima eingetrübt. Dafür waren ausschließlich vermehrt negative Meldungen bezüglich der Geschäftslage verantwortlich. Die Einschätzungen des zukünftigen Geschäftsverlaufs fielen dagegen etwas weniger skeptisch aus. Der Geschäftsklimaindikator im Bereich *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* ist erneut gesunken. Die derzeitige Geschäftssituation wurde beträchtlich negativer beurteilt. Auch die Perspektiven wurden abermals pessimistisch eingeschätzt. Der Geschäftsklimaindikator im **Verbrauchsgüterbereich** ist nahezu unverändert geblieben. Die Geschäftslage wurde weniger negativ bewertet, die Skepsis im Hinblick auf den weiteren Geschäftsverlauf hat jedoch erneut zugenommen. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* hellte sich das Geschäftsklima auf. Die derzeitige Lage

wurde wesentlich weniger negativ bewertet und auch der Pessimismus bei den Geschäftserwartungen hat nachgelassen. Im *Schuheinzelhandel* ist der Geschäftsklimaindikator nach dem starken Absturz im Juni spürbar gestiegen. Die Unzufriedenheit mit der momentanen Situation hat sich merklich verringert, auch die Einschätzung der zukünftigen Entwicklung war deutlich weniger ungünstig als zuletzt. Im Bereich *Sport- und Campingartikel* stieg der Geschäftsklimaindex. Die Händler waren mit ihrer momentanen Lage spürbar zufriedener und auch optimistischer bezüglich des weiteren Geschäftsverlaufs. Im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* resultierte der Rückgang des Geschäftsklimaindiktors aus einer verschlechterten Geschäftslage. Der Zukunft blickten die Testteilnehmer dagegen mit einer leichten Zuversicht entgegen. Im **Kfz-Einzelhandel** hat sich das Geschäftsklima etwas aufgehellt. Während die aktuelle Lage von den Unternehmen ungünstiger eingestuft wurde, wurden die Aussichten für die nahe Zukunft nicht mehr ganz so pessimistisch eingeschätzt. Die Order- und Personalpläne deuten aber auf weitere Kürzungen hin. Im *Neuwagengeschäft* hat sich das Geschäftsklima leicht verbessert. Vermehrt negativen Lageurteilen standen weniger zurückhaltende Geschäftserwartungen gegenüber. Die *Gebrauchtwagenhändler* beurteilten die momentane Geschäftslage ebenfalls ungünstiger. Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung keimte dagegen Zuversicht auf. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* hat sich das Geschäftsklima leicht aufgeklärt. Dafür waren nicht mehr so skeptische Einschätzungen der Geschäftsaussichten verantwortlich. Die aktuelle Lage blieb hingegen unverändert schlecht.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** hat sich deutlich verbessert. Dies war ausschließlich auf die hervorragenden Geschäftslageurteile zurückzuführen. Auch der zukünftigen Entwicklung blickten die Händler optimistisch entgegen. Die Betriebe planten, die Orderpolitik expansiver zu gestalten.

Konsumgüterindustrie: Verbesserte Geschäftsklima

In Konsumgüterindustrie hat die Zufriedenheit mit der aktuellen Lage leicht nachgelassen. Angesichts der gestiegenen Exporterwartungen waren die Unternehmer jedoch zuversichtlicher bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs. Mit 2,5 Produktionsmonaten waren die Auftragsbestände etwas größer als im Vorquartal (2,4). Die Kapazitätsauslastung lag bei 80,5% und damit über dem Wert des Vorquartals (79,7).

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

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

ifo Institut; Monat **Juli** 2013.

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

	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
EH-N+G,Getränke insgesamt	28.1	11.0	-11.5	47.4	23.6	-2.0	10.2	-0.2	-20.0
EH-Drogerieartikel +	-3.0	-14.4	-24.1	9.3	-15.6	-22.0	-14.6	-13.3	-26.0
EH-Textilien,Bekleidung insg.	-22.4	15.3	-6.5	-23.6	24.7	-22.0	-21.1	5.1	8.0
EH-Schuhe	-17.1	31.6	-12.4	-15.2	44.2	-15.9	-19.0	18.3	-9.0
EH-Leder- und Täschnerwaren	-4.4	-6.8	4.6	-5.0	-25.0	-1.0	-3.8	10.1	10.0
EH-Möbel,Eimr.,sonst. Hausrat	-2.8	-6.8	3.0	-5.1	-12.6	0.1	-0.5	-1.1	6.0
EH-Elektrot.Erz,Elek.Haushaltg.	-15.1	0.5	0.5	-18.7	9.6	2.0	-11.4	-9.6	-1.0
EH-Unterh.elektronik, Zubehör	-47.7	-15.0	-67.2	-45.9	-15.0	-76.0	-49.5	-15.0	-59.0
EH-Bau-, Heimwerkerbed.,Metallw.	4.3	12.1	-7.0	8.9	18.1	-16.9	-0.2	6.3	2.1
EH-Schreib- und Papierwaren +	-9.5	-3.1	-10.8	-21.3	-5.5	-16.0	3.0	-0.5	-5.0
EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw.	-41.7	-1.4	-44.5	-47.3	-19.1	-72.0	-35.8	15.6	-19.0
EH-Spielwaren	6.2	13.9	23.4	-21.5	-29.1	9.0	38.3	60.1	41.0
EH-Foto- u.optische Erzeugnisse	1.0	-11.8	-0.9	19.4	-14.7	-2.0	-15.8	-9.3	0.0
EH-Computer u. Zubehör,Software	-17.0	-5.7	-25.5	-28.9	-17.7	-51.0	-4.3	7.2	0.0
EH-Sport- und Campingartikel	34.1	16.3	5.6	34.2	14.3	0.0	34.0	18.3	11.1
EH-Brennstoffe	15.3	-27.4	-5.3	34.2	-40.7	-11.9	-2.0	-16.4	0.1
EH-Kfz	-16.1	3.8	13.5	-21.1	-4.9	9.0	-11.0	12.6	18.1
GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw.	0.6	13.0	-4.0	2.8	17.3	-5.0	-1.5	8.8	-3.0
GH-Schuhe	14.0	14.1	15.0	8.1	25.1	24.0	20.1	1.8	5.0
GH-Bekleidung	13.7	-5.0	13.8	14.8	-16.7	5.0	12.6	6.0	22.0
GH-El.Haush.g.,Lampen,Leuchten	-13.2	-2.0	-58.8	-14.5	12.4	-70.0	-11.9	-17.7	-48.0
GH-Unterh.elektronik u. Zubehör	-7.4	16.5	-18.9	-24.8	26.9	-23.0	11.6	2.6	-14.0
GH-Haush.-,Glaswaren,keram.Erz.	10.8	-13.2	4.7	41.9	3.3	19.1	-16.4	-26.6	-7.0
GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m.	42.7	1.9	14.7	38.4	-8.4	21.0	47.1	12.1	8.0
GH-Fahrräder, Teile und Zubehör	16.8	21.7	6.6	22.2	46.4	17.1	11.6	-5.0	-3.8
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	-41.4	6.0	-30.1	-54.9	8.1	-40.9	-26.7	3.5	-18.0
GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn.	4.9	7.7	12.0	6.2	1.5	-7.0	3.6	13.5	29.0
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	-14.3	-7.3	-19.6	-21.5	-11.7	-25.0	-6.9	-2.7	-14.0

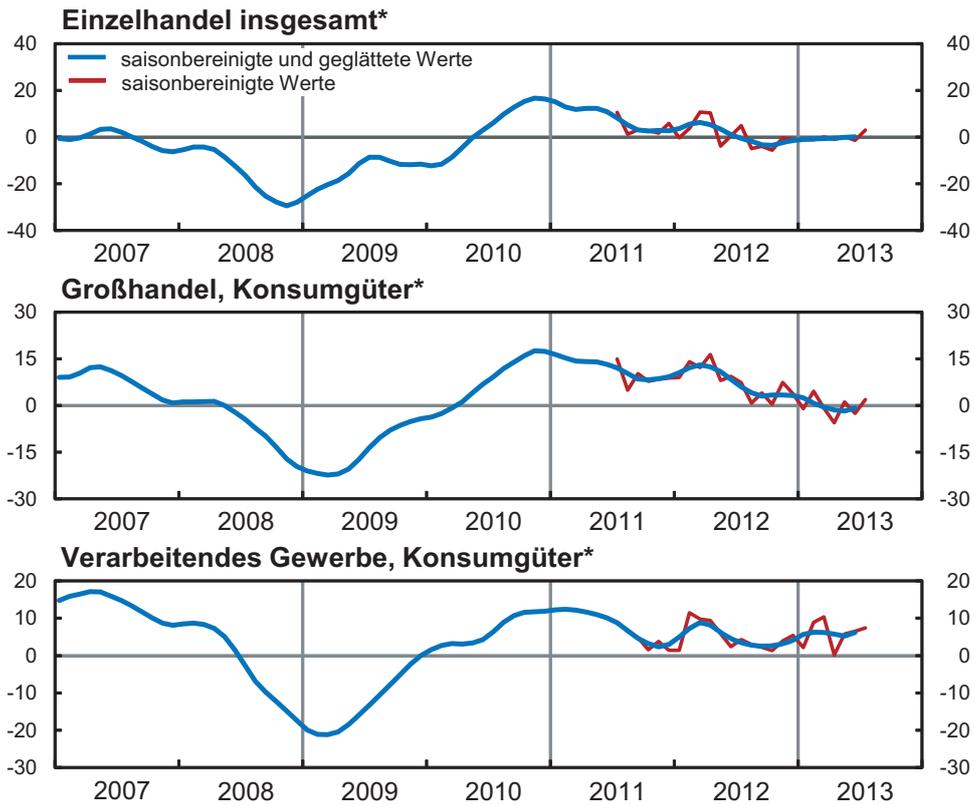
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
ifo Institut; Monat Juli 2013.

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

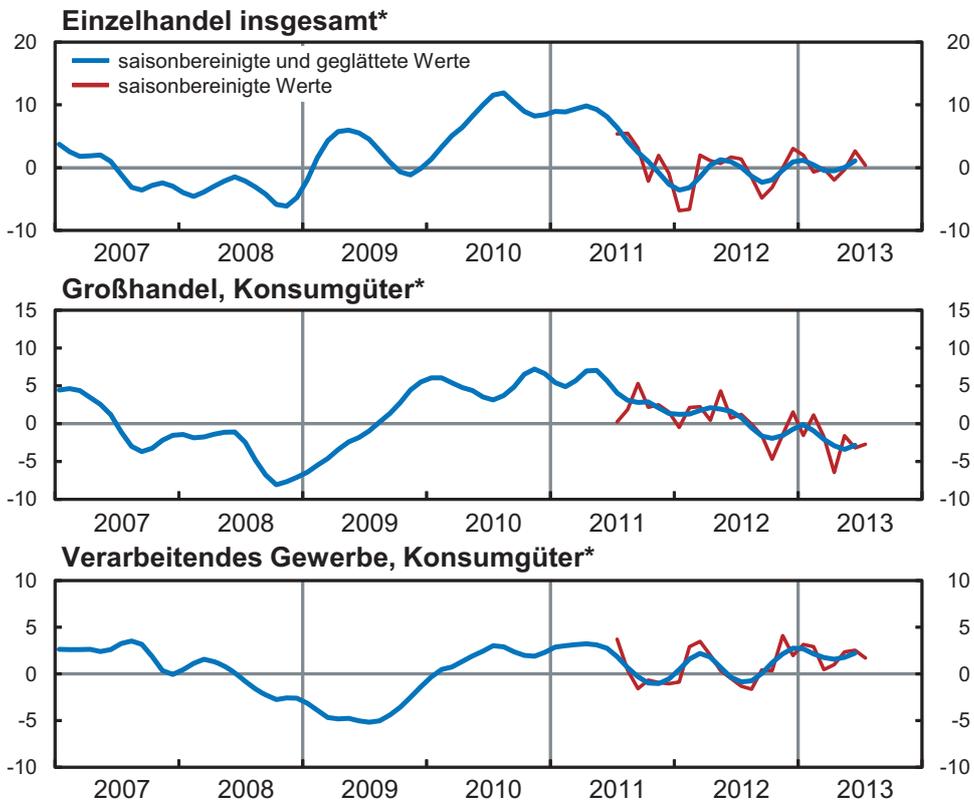
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	7.9	0.1	10.1	11.6	0.3	-2.0	4.2	-0.1	21.0
Vorleistungsgüter	6.7	1.4	9.6	7.1	2.2	-6.0	6.2	0.6	24.1
Investitionsgüter	10.3	0.1	15.4	15.0	0.5	0.0	5.7	-0.2	29.0
Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.güt.)	8.0	0.9	3.1	14.9	-1.5	1.0	1.3	3.2	5.0
Gebrauchsgüter	7.3	5.1	-0.5	0.9	-7.2	-23.0	13.9	17.3	21.0
Verbrauchsgüter	7.4	-0.3	2.5	16.6	-1.8	4.0	-1.4	1.0	1.0
Ernährungsgew.u.Tabakverarb.	6.2	4.3	6.8	16.2	6.0	15.0	-3.2	2.8	-1.0
H. v. Textilien	-4.1	-3.1	-1.5	-1.4	-2.5	-1.0	-6.9	-3.7	-2.0
Herst. von Bekleidung	-17.5	-1.3	10.7	-4.0	3.4	8.0	-30.1	-5.4	13.0
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	3.6	-16.1	6.2	0.2	-26.5	-25.0	7.2	-5.8	34.0
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.Möbel)	13.0	7.3	19.8	4.0	-7.1	-2.9	22.4	21.8	42.0
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	8.3	-0.9	3.8	16.7	9.4	-2.0	0.2	-10.9	9.0
H.v. Druckerz., Vervielf.v. Ton-, Bild-, Datenträgern	-7.0	-3.8	-5.5	-15.6	-5.5	-7.0	1.9	-2.0	-4.0
Mineralölverarbeitung	-1.4	-17.2	-11.2	-12.8	-17.1	-2.0	10.8	-17.3	-22.0
H.v. chem. Erzeugnissen	13.0	2.3	3.2	22.7	4.2	-6.9	3.8	0.5	12.0
H.v. pharmazeut. Erzeugnissen	23.9	-9.1	-1.8	45.1	-14.4	-9.0	4.6	-4.7	4.0
H.v. Gummi- u. Kunststoffwaren	12.6	2.4	9.8	14.0	1.1	-12.9	11.1	3.7	30.1
Glasgew., Keramik, V. v. Stein u. Erd	14.7	8.9	15.3	16.8	5.4	8.1	12.6	12.3	22.1
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-20.7	1.1	2.0	-39.1	1.8	-13.0	-0.3	0.2	19.1
Herst. von Metallerzeugnissen	6.5	2.5	12.0	14.2	1.1	-2.0	-0.9	3.8	24.1
Maschinenbau	9.0	1.8	9.0	16.6	1.2	-6.0	1.7	2.4	22.0
H.v. DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug	18.8	-7.6	15.6	12.5	-9.2	-8.0	25.3	-6.0	38.0
H.v. elektr. Ausrüstungen	8.9	0.8	10.2	8.3	3.0	-8.0	9.6	-1.4	27.0
Herst.v. Kraftwagen und -teilen	9.5	0.5	25.5	13.4	2.1	9.0	5.7	-1.2	40.0
Sonstiger Fahrzeugbau	-13.7	-9.6	-7.8	-8.1	-14.7	-13.0	-19.0	-4.8	-2.9
Herst. von Möbeln	-3.6	4.3	-4.8	-3.3	-1.4	-22.0	-3.9	9.8	11.0

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

Juli 2013/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Konsumsektor														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2012		365,7	379,2						390,8			387,9
		2013		369,8										
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2012		3,8	2,2						1,7			2,1
		2013		1,1										
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2012		227,7	226,8						227,5			224,6
		2013		222,3										
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2012		10,4	10,5						10,3			10,1
		2013		10,0										
Verbraucherpreisindex Deutschland **)	AS %	2012	2,1	2,2	2,2	2,0	2,0	1,7	1,9	2,2	2,0	2,0	1,9	2,0
		2013	1,7	1,5	1,4	1,2	1,5	1,8						
Index der Einzelhandelspreise **)	AS %	2012	1,8	1,9	1,9	1,8	1,7	1,7	1,6	1,8	1,6	1,8	1,7	1,7
		2013	1,2	1,0	1,1	1,1	1,3	1,4						
Preiserwartung der Einzelhandelsunternehmen***)	KT Salden 3)	2012	30,0	32,0	31,0	24,0	19,0	10,0	10,0	13,0	22,0	13,0	14,0	18,0
		2013	21,0	19,0	17,0	4,0	13,0	11,0	13,0					
Verarbeitendes Gewerbe ***)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2012	11,7	15,3	11,5	13,8	14,0	7,9	7,8	-7,0	1,0	-13,3	-5,0	4,5
Hersteller von Gebrauchsgütern		2013	-0,9	8,3	5,4	-6,9	-1,1	2,2	7,3					
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2012	0,0	11,9	10,6	9,4	5,3	1,7	5,0	5,0	3,4	5,1	6,4	6,1
		2013	3,2	9,7	12,1	2,7	7,7	7,8	7,4					
Großhandel ***)														
Konsumgüter 2)														
Geschäftsklima 1)	KT Salden 3)	2012	9,3	14,4	12,5	16,7	8,4	9,6	7,7	1,2	4,4	0,7	7,8	4,1
		2013	-0,6	4,9	-0,5	-5,1	1,4	-2,2	2,2					
Geschäftslage	KT Salden 3)	2012	13,3	23,1	17,6	25,3	15,8	17,8	14,7	8,6	15,0	6,4	16,5	13,5
		2013	2,4	13,2	5,7	-2,6	5,8	-1,2	5,7					
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2012	5,3	5,9	7,5	8,4	1,2	1,8	0,8	-6,1	-5,6	-4,8	-0,6	-4,8
		2013	-3,7	-3,1	-6,5	-7,6	-2,8	-3,2	-1,2					
Einzelhandel****)														
Geschäftsklima 1) 2)														
EH insgesamt	KT Salden 3)	2012	-0,4	3,6	10,6	10,2	-3,9	0,4	4,8	-5,0	-4,1	-5,7	-0,4	-1,2
		2013	-1,2	-1,2	0,0	-1,1	0,1	-1,4	2,9					
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	3,3	0,6	2,2	-0,9	-8,2	-9,3	-13,0	-17,0	-12,5	-13,5	-14,2	-16,3
		2013	-10,7	-18,2	-16,0	-16,5	-11,6	-12,6	-10,0					
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2012	-15,7	-8,2	0,2	-1,6	-19,1	-11,7	-8,7	-18,4	-19,3	-15,7	-15,9	-11,6
		2013	-11,6	-8,6	-8,6	-15,8	-4,1	-9,0	-8,9					
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2012	9,5	25,1	32,2	36,2	14,3	23,1	39,6	27,2	23,7	13,4	35,1	30,8
		2013	22,4	31,9	30,7	30,1	20,4	17,0	28,1					
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2012	16,0	37,4	43,8	49,4	25,0	36,8	49,4	44,8	42,2	38,8	51,8	41,2
		2013	26,1	39,4	40,9	50,5	32,0	23,8	47,4					
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2012	3,2	13,5	21,2	23,8	4,2	10,2	30,2	11,0	6,6	-9,2	19,4	20,9
		2013	18,8	24,7	21,0	11,3	9,3	10,4	10,2					

Juli 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	4,2	3,9	5,8	-1,7	-1,6	6,3	1,3	0,8	-3,6	3,3	0,2	-4,7
		2013	2,2	-3,8	-5,5	4,9								
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2012	3,5	3,9	6,9	-3,8	1,5	6,2	0,1	2,3	-1,2	2,9	1,9	-1,6
		2013	3,6	-1,6	-1,4	3,4	2,0							
Umsatzentwicklung nach Branchen 5)														
Verbrauchsgüter														
Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	2,9	3,4	5,1	-4,1	0,4	3,7	-1,0	3,6	-2,6	3,6	2,8	-0,7
		2013	4,4	-0,7	0,9	1,6	0,7							
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2012	4,7	1,4	12,7	-9,8	-0,1	4,4	-1,4	-0,8	6,0	-2,0	-2,6	-2,5
		2013	-0,5	-4,1	-11,4	4,1	-0,2							
Apotheken	AS %	2012	4,4	4,2	3,6	-0,5	-1,8	4,7	0,3	-1,6	-7,7	3,9	0,0	-5,8
		2013	4,7	1,2	-3,0	7,5	1,2							
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2012	-2,9	-4,6	0,9	1,2	-9,1	-4,1	-3,3	-3,5	-8,0	1,6	-6,5	-6,1
		2013	-1,0	-5,4	0,7	-6,4	0,3							
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2012	-1,6	-4,6	-3,4	-2,4	-3,9	2,1	-1,4	4,8	-3,4	0,3	0,6	-4,4
		2013	1,7	-3,0	0,0	2,2	-2,8							
Gebrauchsgüter														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2012	5,1	1,3	3,0	1,3	-2,5	8,1	0,6	5,5	0,1	3,6	3,2	-5,4
		2013	1,5	-1,7	-2,9	4,1	1,8							
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2012	1,9	3,4	3,8	5,8	-3,4	7,3	-1,7	-2,8	-6,1	4,7	-2,6	-5,9
		2013	-0,7	-4,4	0,5	8,6	-1,2							
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2012	-6,2	-0,8	4,6	3,6	-3,4	11,5	-0,6	-1,8	-1,7	0,1	0,6	-3,9
		2013	-0,4	-4,3	0,6	0,1	-0,9							
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2012	5,3	3,2	10,0	-9,2	-1,4	5,0	1,8	0,1	-3,7	0,7	-2,3	-3,9
		2013	1,5	-4,5	-22,9	2,6	-3,5							
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2012	3,8	0,5	11,4	-5,6	-2,6	1,8	-0,9	0,9	-4,8	2,0	-3,8	-3,3
		2013	7,7	-2,5	11,4	-17,2	2,4							
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2012	7,1	9,9	9,8	10,3	0,4	20,2	4,6	-10,3	-10,8	13,8	1,9	-6,3
		2013	5,8	-9,3	4,4	-4,2	-4,7							

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

Sorge um Arbeitslosigkeit auf historischem Tiefstand: Die Studie „Challenges of Europe 2013“ des GfK Vereins

Sandra Lades, GfK Verein, Presse

Nürnberg, 9. Juli 2013 – Für die Deutschen bleibt das Thema Arbeitslosigkeit zwar auch in diesem Jahr die Sorge Nummer eins, aber die Tendenz ist weiter rückläufig. So lautet ein Ergebnis der aktuellen Studie „Challenges of Europe“ des GfK Vereins, der die Bürger Europas jährlich nach den dringend zu lösenden Aufgaben in ihrem Land befragt. Auch in Europa insgesamt dominieren Arbeitslosigkeit und Preisentwicklung die Sorgenliste. Vor dem Hintergrund der anhaltenden Eurokrise wurden in diesem Jahr auch die Iren zu ihren Problemen befragt.

Die Arbeitslosigkeit bleibt das Top-Sorgenthema, jedoch ist aktuell nur noch knapp ein Drittel der Bundesbürger wegen der Lage auf dem Arbeitsmarkt besorgt. Damit wird das Ergebnis aus dem Vorjahr um zwei Prozentpunkte unterboten. Das ist der geringste Wert seit Beginn der gesamtdeutschen Erhebungen im Jahr 1990. „Diese Zahlen spiegeln die gute Lage auf dem Arbeitsmarkt wider. Zuletzt war der niedrigste Arbeitslosenstand seit der Wiedervereinigung zu vermelden“, sagt Ronald Frank, Studienleiter des GfK Vereins. Deutschland sei zudem das einzige Land in Europa, in dem sich trotz Wirtschaftskrise die Zahl der Erwerbslosen spürbar verringert hat.

Sorge um Bildungspolitik wächst

Den größten Sprung im Sorgenranking der Deutschen vollzieht in diesem Jahr die Bildungspolitik mit einem Plus von vier Prozentpunkten. Sie rückt damit von Rang sieben auf drei vor. Unter anderem dürfte die Veröffentlichung des Bildungsberichtes 2012 dafür sorgen, dass die Brisanz der Diskussion weiter zunimmt. Einen Zuwachs verzeichnen auch die Themen Staatsfinanzen und Kriminalität mit 10 respektive 8 Prozent. Sie steigen damit in diesem Jahr in die Top 10 auf.

Auch in Europa bleibt Beschäftigung die Sorge Nr. 1

Die Arbeitslosigkeit belegt auch europaweit klar die Spitzenposition – mit einem minimalen Rückgang von einem Prozentpunkt im Vergleich zum Vorjahr. In zehn der zwölf untersuchten Länder steht dieses Thema auf Rang eins. Nur in Russland und den Niederlanden dominieren mit Inflation bzw. wirtschaftlicher Stabilität andere Themen das Sorgenranking. In sieben Ländern ist die Sorge über Arbeitslosigkeit im Jahresvergleich gestiegen. Höchste Dringlichkeit weist die Arbeitslosigkeit mit 72 Prozent in Spanien auf, dicht gefolgt von Frankreich mit 69 Prozent.

Neu in den europäischen Top 10 ist in diesem Jahr das Thema Korruption, das mit 7 Prozent auf

Rang 9 zu finden ist. Verantwortlich ist vor allem Spanien: Der Anteil der wegen Korruption Beunruhigten ist hier binnen Jahresfrist explosionsartig von 4 auf 27 Prozent gestiegen. Die Korruptionsaffäre, in die die spanische Regierungspartei um Premier Rajoy verwickelt ist, scheint große Teile der Bevölkerung zu erschüttern.

Keltischer Tiger in der Krise

Kaum ein Land des Euroraumes wurde so schwer von der Banken- und Staatsschuldenkrise getroffen wie Irland. So sehen rund zwei Drittel der Iren Handlungsbedarf bei Themen, die direkt mit der Wirtschaftskrise zusammenhängen. Die Hauptsorgen drehen sich um Arbeitsmarktthemen: Jeder Vierte gibt an, dass mehr für Sicherung und Aufbau der Beschäftigung getan werden müsse, weitere 20 Prozent der irischen Bevölkerung zeigen sich beunruhigt wegen der Arbeitslosigkeit. Dies ist nicht verwunderlich, denn die Arbeitslosigkeit hat sich nach Angaben der OECD auf der Insel von 2005 bis 2012 mehr als verdreifacht und liegt nun bei 14,2 Prozent.

Auf Platz drei des Rankings liegt in Irland die Sorge um die wirtschaftliche Entwicklung, die von 18 Prozent der Iren geäußert wird. Im Zuge der Wirtschafts- und Finanzkrise rutschte der einstige keltische Tiger 2008 in eine Rezession, die bis 2010 anhielt. Für dieses und kommendes Jahr prognostiziert Eurostat jedoch wieder positive Wachstumsraten.

Zur Studie

Diese Ergebnisse sind ein Auszug aus der GfK-Studie „Challenges of Europe 2013“ und basieren auf rund 13.300 Verbraucherinterviews, die im Auftrag des GfK Vereins im Februar 2013 in Deutschland, Italien, Frankreich, Polen, Österreich, Großbritannien, Belgien, Russland, Spanien, den Niederlanden, Schweden und zusätzlich in Irland durchgeführt wurden.

Zum GfK Verein

Der GfK Verein ist eine 1934 gegründete Non-Profit-Organisation zur Förderung der Marktforschung. Zweck des Vereins ist es, innovative Forschungsmethoden in enger Zusammenarbeit mit wissenschaftlichen Institutionen zu entwickeln, die Aus- und Weiterbildung von Marktforschern zu fördern und die für den privaten Konsum grundlegenden Strukturen und Entwicklungen in Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zu verfolgen sowie deren Auswirkungen auf die Verbraucher zu erforschen. Die Studienergebnisse werden den Mitgliedern des Vereins kostenlos zur Verfügung gestellt.

Weitere Informationen unter www.gfk-verein.org.

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.

