

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

April 2016

ifo Institut

Einzelhandel: Geschäftsklima kühlt sich wieder leicht ab

Die aktuelle Geschäftslage stellte sich weniger günstig dar als im Vormonat, obwohl die Umsätze über dem Vorjahresergebnis lagen. Auch bei den Erwartungen wurde die im März aufgekeimte Zuversicht wieder von Skepsis abgelöst.

GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im März 2016

ifo Schwerpunktthema

Konsumprognose 2016/17: Kräftige Expansion hält an

von Wolfgang Nierhaus, ifo Institut

Anschaffungsneigung im März

Anschaffungsneigung



Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2016 | Konsumklima MAXX | Deutschland

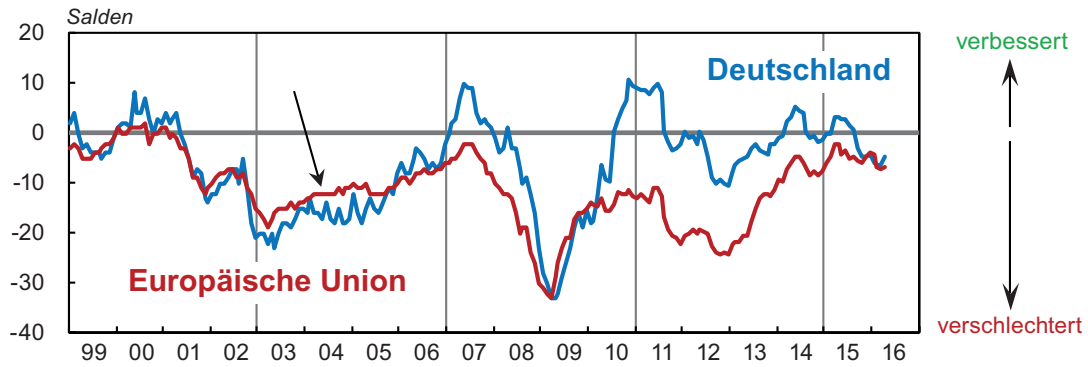
Sparneigung im März

Sparneigung

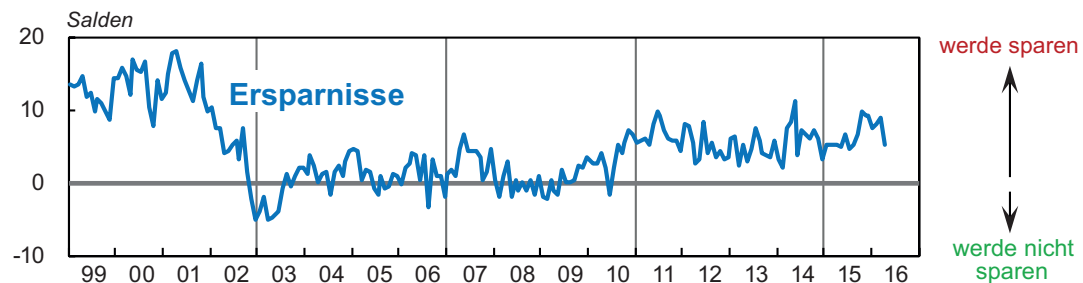
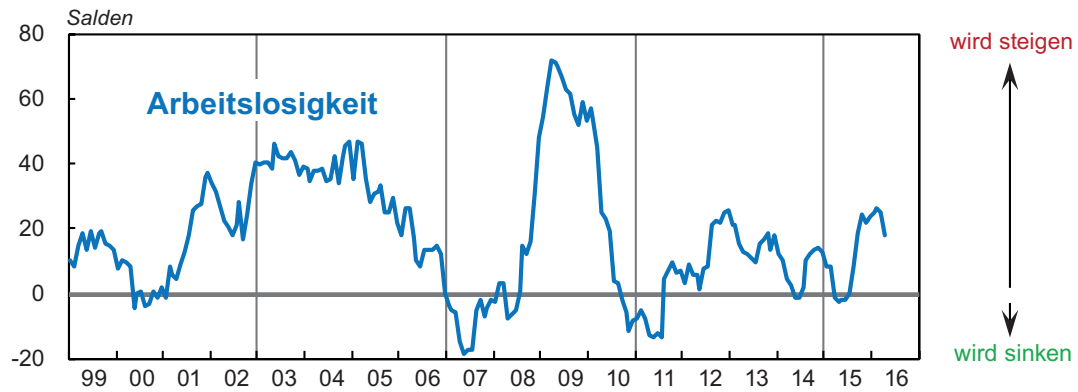
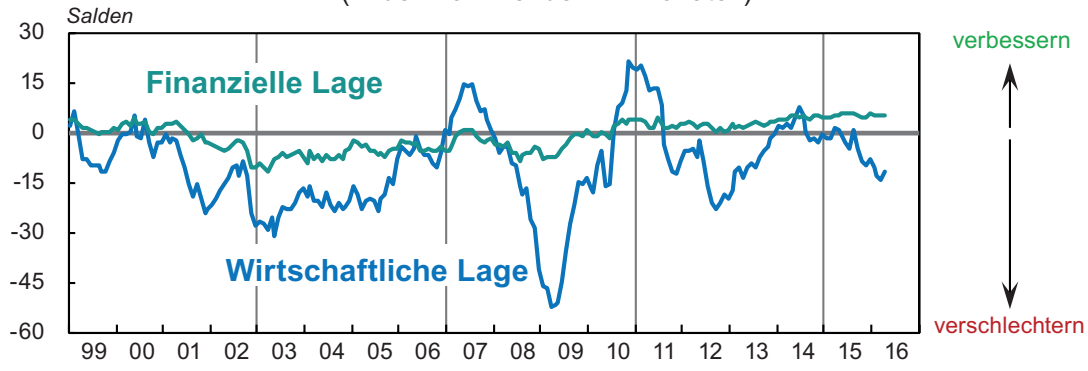


Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2016 | Konsumklima MAXX | Deutschland

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. Saisonbereinigte Werte.

Quelle: Europäische Kommission.

Einzelhandel: Restriktive Order- und Personalpolitik

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel ist im April merklich gesunken, blieb aber im positiven Bereich. Die befragten Firmen beurteilten ihre derzeitige Geschäftslage weniger günstig, zudem äußerten sie sich wieder skeptisch in Bezug auf den weiteren Geschäftsverlauf. Sowohl die Order- als auch die Personalpläne waren auf Kürzungen ausgerichtet.

Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima abgekühlt. Angesichts der schlechten Umsatzentwicklung waren die Testteilnehmer weniger zufrieden mit ihrer momentanen Lage. Die Skepsis bezüglich der Geschäftsaussichten hat sich ebenfalls verstärkt. Demzufolge planten die Firmen, ihre Ordertätigkeit weiter einzuschränken. Im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist der Klimaindikator nach dem Anstieg im Vormonat wieder gesunken. Die Händler berichteten von einem weniger günstigen Geschäftsverlauf. Die Aussichten erschienen ihnen dagegen positiv. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* wurde die aktuelle Lage ebenfalls bei Weitem nicht mehr so vorzüglich bewertet wie noch im Vormonat und auch bezüglich der Erwartungen waren die Firmen nur noch verhalten optimistisch. Dies spiegelt sich in den zum ersten Mal seit einem Jahr restriktiv gestalteten Orderplänen wider. Die Preise sollen tendenziell weiter erhöht werden. Im Elektroeinzelhandel für den Teilbereich *weiße Ware* wurde die Lage dagegen zum ersten Mal in diesem Jahr positiv beurteilt. Zugleich ließ die Skepsis bezüglich der Geschäftsaussichten spürbar nach. Auch im Bereich *Unterhaltungselektronik* hatten die Testteilnehmer deutlich weniger an ihrer aktuellen Lage auszusetzen, für die kommenden Monate rechneten sie mit einer Geschäftsbelebung. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* ist der Klimaindikator stark gesunken. Die derzeit gute Geschäftslage wurde weniger positiv bewertet. Bei den Erwartungen ist der Optimismus der vergangenen Monate in Pessimismus umgeschlagen. Die Händler sahen sich zu Preiszugeständnissen gezwungen. Im Einzelhandel mit *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* bewerteten die befragten Firmen angesichts des abnehmenden Lagerdrucks ihre aktuelle Lage deutlich weniger negativ. Auch der zukünftigen Geschäftsentwicklung blickten sie weniger pessimistisch entgegen. Die Verkaufspreise sollen vielerorts angehoben werden.

Im **Verbrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima nach der Aufhellung im Vormonat wieder eingetrübt. Angesichts der Umsatzverluste stuften die Händler ihre momentane Geschäftslage als nicht mehr so gut ein. Auch die Erwartungen fielen skeptischer aus. Die Personalplanungen sahen eine weitere Reduzierung der Mitarbeiterzahl vor. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* bewerteten die Händler in Anbetracht einer schwachen Umsatzentwicklung ihre aktuelle Geschäftslage negativer

als im März. Hinsichtlich des zukünftigen Geschäftsverlaufs gingen die Testteilnehmer von einer weiteren Verschlechterung der gesamten Situation aus. Auch im *Schuheinzelhandel* ist der Klimaindikator gesunken. Da die Umsätze deutlich hinter dem Vorjahresergebnis zurückblieben, bezeichneten die Händler ihre Geschäftslage als »schlecht«. Darüber hinaus rechneten sie mit einer noch kritischeren Entwicklung in den kommenden Monaten und sahen demzufolge keine Spielräume für Preiserhöhungen. Im Bereich *Sport- und Campingartikel* wurde die Geschäftslage günstiger beurteilt als im Vormonat. Die positiven Erwartungen wurden allerdings zurückgenommen. Jedoch beinhalteten die Planungen für die nächsten drei Monate größere Bestellvolumina, eine Anhebung der Verkaufspreise sowie die Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter. Im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* waren die Firmen deutlich weniger zufrieden mit ihrer momentanen Situation. Bei den Geschäftsaussichten ist dagegen ausgeprägter Optimismus zu erkennen. Die Auftriebskräfte bei den Verkaufspreisen werden den Firmenmeldungen zufolge auch in den kommenden Monaten stark sein.

Im **Kfz-Einzelhandel** fiel die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage weniger positiv aus als zuletzt. Auch die Einschätzungen der Perspektiven für die nächsten Monate waren wesentlich pessimistischer. Im *Neu- und Gebrauchtwagenhandel* lief das Geschäft ganz unterschiedlich. Während im Neuwagenhandel sowohl die aktuelle Lage als auch die Aussichten besser beurteilt wurden, klagten die Gebrauchtwagenhändler über einen enttäuschenden Geschäftsverlauf und rechneten mit einer weiteren Geschäftsabschwächung. Die Preise sollen vielerorts gesenkt werden. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* standen der aufgehellten aktuellen Geschäftslage deutlich eingetrübte Erwartungen gegenüber. Bei den Verkaufspreisen rechneten die Händler allerdings mit einem weiteren Steigerungspotenzial.

Im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** wurde die aktuelle Geschäftslage nicht mehr ganz so vorzüglich bewertet wie im März. Die Erwartungen sind nahezu unverändert optimistisch geblieben. Trotzdem wollten die Einzelhändler weniger Bestellungen tätigen, auch wird mit einem Rückgang der Verkaufspreise gerechnet.

Konsumgüterindustrie: Spürbar gesunkene Nachfrage

Die Unternehmen der Konsumgüterindustrie beurteilten ihre aktuelle Geschäftslage weniger günstig. Auch in ihren Erwartungen waren sie skeptischer als zuletzt. Ausschlaggebend dafür waren vor allem die rückläufige Nachfrage und verschlechterte Auftragssituation. Die Reichweite der Auftragsbestände entsprach nur noch 2,9 Produktionsmonaten. Im Januar waren es noch 3,1 Monate. Die Kapazitätsauslastung lag mit 80,2% unter dem Vorjahreswert (81,4)

A.B.

ifo Geschäftsklima und seine Komponenten; saisonbereinigte Werte; Deutschland

	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.	+ 6,7	- 4,1	+ 4,1	+ 14,9	- 6,7	+ 4,2	- 1,1	- 1,7	+ 4,0
GH-Konsumgüter	+ 12,6	- 3,9	- 4,9	+ 17,7	- 2,8	+ 0,4	+ 7,5	- 5,0	- 10,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	+ 6,1	- 4,5	- 6,0	+ 16,6	- 7,3	- 7,2	- 4,0	- 1,9	- 4,9

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

ifo Institut; Monat April 2016.

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

	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
EH-Nahrungs/Genußmittel, Getränke	23,7	-4,5	11,6	34,8	-9,1	11,1	13,1	-0,4	12,0
EH-Drogerieartikel	-7,4	-13,7	-19,3	-1,0	-20,3	-20,3	-13,6	-7,7	-18,2
EH-Textilien / Bekleidung insgesamt	-22,0	-4,5	2,0	-21,9	-3,9	-3,5	-22,1	-5,0	7,4
EH-Schuhe	-24,5	-1,6	6,9	-32,8	-1,5	12,0	-15,8	-1,7	1,0
EH-Leder- und Täschnerwaren	-15,9	-14,8	-14,4	22,5	31,9	-0,7	-47,6	-55,2	-24,1
EH-Möbel/ Einrichtungsgegenstände/Hausrat	5,7	-2,1	-1,9	8,0	-9,0	-3,9	3,5	4,5	0,1
EH-Elektrotechn.Erzeugnisse, Haushaltsgeräte	4,4	16,2	8,6	11,2	15,9	20,3	-2,1	16,5	-3,0
EH-Unterhaltungselektronik und Zubehör	-0,5	7,3	3,2	-4,6	11,1	-0,3	3,8	3,2	6,9
EH-Bau- u.Heimwerkerbedarf, Metallwaren	7,9	-12,4	15,8	10,8	-15,3	19,6	5,1	-9,6	12,1
EH-Schreib- u.Papierwaren (Schule/Büro)	25,0	-8,6	24,4	8,4	-28,2	14,1	42,9	12,2	35,8
EH-Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren	-19,7	11,7	-41,2	-11,4	16,8	-31,7	-27,7	7,0	-50,3
EH-Spielwaren	27,0	-8,0	-2,1	8,2	-11,4	-20,0	47,6	-3,8	17,4
EH-Foto- und optische Erzeugnisse	5,8	14,3	-0,3	28,3	23,9	1,4	-14,4	6,1	-1,7
EH-Computer und Zubehör, Software	1,0	-16,0	1,4	13,0	-17,2	3,6	-10,4	-14,8	-0,6
EH-Sport- und Campingartikel	26,3	0,2	-21,7	46,1	6,6	-15,9	8,1	-5,4	-26,8
EH-Brennstoffe	14,0	-2,1	13,6	31,7	3,4	29,5	-2,4	-6,9	-0,9
Einzelhandel mit Kraftfahrzeugen	-6,8	-3,7	-4,5	3,3	-3,7	-2,5	-16,4	-3,6	-6,2
GH-Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren	21,3	0,8	0,1	27,8	1,2	3,1	15,0	0,5	-2,7
GH-Schuhe	2,3	7,4	20,1	-8,5	3,1	-0,9	13,7	12,0	41,2
GH-Bekleidung	-7,8	-23,4	-18,5	8,5	-10,3	-16,2	-22,9	-35,3	-20,4
GH-Elekt.Haushaltsgeräte/Lampen/Leuchten	20,7	-25,6	-5,8	28,2	-35,5	-9,9	13,5	-16,5	-2,1
GH-Unterhaltungselektronik und Zubehör	-4,8	8,5	-29,1	-16,3	15,1	-41,6	7,5	0,6	-15,9
GH-Haushaltswaren/Glas/Keramik	51,5	17,4	38,0	78,3	-5,3	43,5	27,4	34,1	33,1
GH-Kosmetik und Körperpflegemittel	34,5	-6,8	-1,6	35,6	-2,7	1,0	33,5	-10,8	-4,2
GH-Fahrräder, deren Teile und Zubehör	5,9	-10,9	-28,8	9,5	-14,5	-32,3	2,3	-7,6	-25,4
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	-8,6	-3,7	-8,6	-13,2	-6,3	-10,2	-3,7	-1,0	-6,9
GH-Feinmechanik , Foto und Optik	3,5	3,5	-5,2	9,4	-8,3	-10,2	-2,2	14,1	-0,6
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	-2,2	-1,7	-12,4	7,7	0,8	-11,0	-11,7	-4,0	-13,7

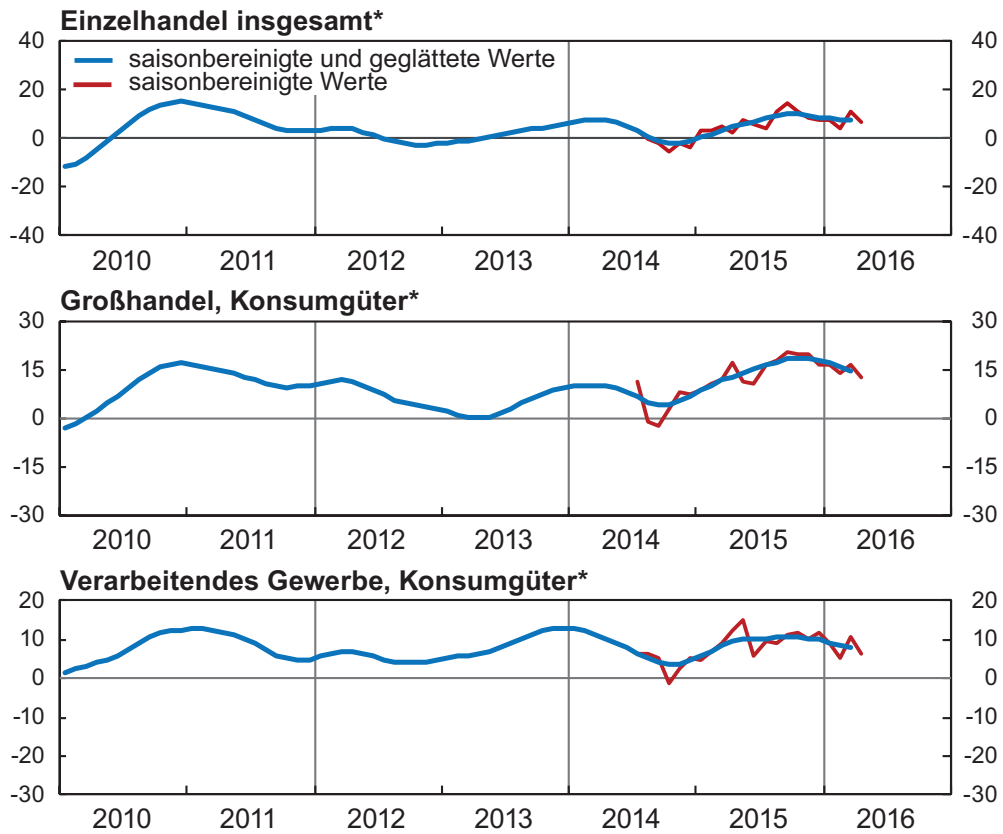
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslagebeurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
ifo Institut; Monat April 2016.

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

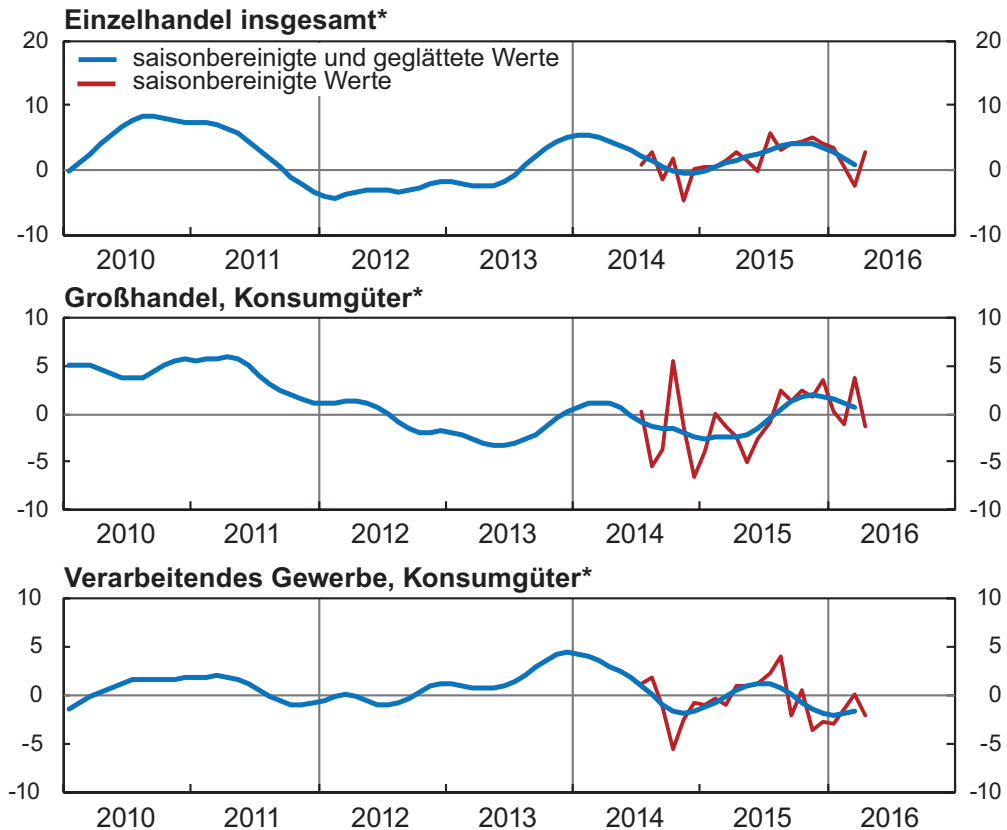
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr	akt. Monat	Diff. Vormonat	Diff. Vorjahr
	Verarbeitendes Gewerbe	6,5	1,1	-7,2	16,8	-0,3	-6,1	-3,3	2,4
Vorleistungsgüter	6,1	1,1	-7,1	16,3	0,4	-1,6	-3,6	1,8	-12,2
Investitionsgüter	6,6	2,7	-5,8	17,3	1,6	-7,5	-3,7	3,7	-4,2
Konsumgüter (Gebrauch/Verbrauch)	6,1	-4,5	-6,0	16,6	-7,3	-7,2	-4,0	-1,9	-4,9
Gebrauchsgüter	15,4	-10,7	-1,7	31,4	-5,7	9,7	0,6	-15,1	-12,1
Verbrauchsgüter	3,9	-3,1	-7,0	13,5	-7,0	-10,4	-5,2	0,5	-4,0
Ernährungsgewerbe u. Tabakverarbeitung	-1,4	-2,0	-12,7	0,4	-6,3	-21,9	-3,1	2,1	-3,9
Textilien	5,3	9,1	12,6	22,0	-1,1	32,8	-10,1	17,3	-6,3
Bekleidung	6,0	9,3	10,7	21,5	5,6	17,3	-8,4	12,4	4,9
Leder, Lederwaren und Schuhe	-8,4	-17,6	-9,6	13,5	-11,6	-5,6	-28,1	-22,5	-12,9
Holz/Flecht/ Korb/ Korkwaren (o. Möbel)	19,5	-6,0	5,7	41,6	2,2	11,3	-0,6	-12,9	0,9
Papier, Pappe und Waren daraus	3,7	-0,5	-2,1	16,0	3,2	2,3	-7,9	-3,9	-6,1
Druckerzeugn., Vervielf.v. Ton-, Bild-, Datenträg.	4,5	1,3	6,9	11,6	-6,7	8,3	-2,3	8,4	5,6
Mineralölverarbeitung	36,7	-17,0	-10,5	23,8	-27,9	-37,3	50,3	-5,4	16,3
Chemische Erzeugnisse	9,8	3,7	-4,8	19,9	-2,7	-3,5	0,1	9,3	-6,1
Pharmazeutische Erzeugnisse	3,7	-14,0	-7,5	28,1	-8,4	-7,0	-18,2	-18,5	-7,8
Gummi- und Kunststoffwaren	16,1	-3,3	-0,4	29,2	-2,0	3,6	3,9	-4,5	-4,1
Glas, Keramik, Verarb. v. Steinen u. Erden	3,1	-4,2	-8,1	15,8	-8,3	-1,4	-8,8	-0,5	-14,2
Metallerzeugung und - bearbeitung	-18,7	6,4	-10,1	-29,2	10,2	-3,9	-7,6	2,1	-17,2
Metallerzeugnisse	6,8	4,5	-6,6	21,2	2,1	-4,8	-6,7	6,5	-8,1
Maschinenbau	-6,6	-3,0	-10,6	-0,6	-4,7	-8,1	-12,3	-1,3	-13,1
DV-Geräte, elektron.u. optische Erzeugnisse	9,2	-0,7	-14,4	16,2	-6,7	-20,0	2,4	4,8	-9,3
Elektrische Ausrüstungen	12,6	2,7	-7,2	26,6	7,0	9,7	-0,4	-1,1	-23,3
Kraftwagen und Kraftwagenteile	17,0	7,4	0,2	30,6	5,4	-11,1	4,2	9,1	9,7
Sonstiger Fahrzeugbau	-20,7	9,8	-26,1	-0,8	19,6	-5,0	-38,6	1,3	-45,2
Möbeln	7,8	-7,2	-1,8	24,6	2,1	13,7	-7,7	-15,5	-16,1

Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslagebeurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
ifo Institut; Monat April 2016.

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 2016/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	Mrz	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Konsumsektor														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2014	380,4	395,8	405,3	410,8	420,2	416,5	405,3	410,8	420,2	416,5	405,3	410,8
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2014	2,1	1,7	1,5	2,3	2,7	2,8	2,7	2,8	2,3	2,8	2,7	2,3
		2015	2,6	2,7	2,8	2,3	2,7	2,8	2,7	2,8	2,3	2,8	2,7	2,3
Konsumentenkredite 4 *)	BBK Mrd. EUR	2014	222,6	223,2	223,5	222,0	222,8	224,6	223,5	222,0	222,8	224,6	223,5	222,0
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2014	9,4	9,5	9,4	9,8	9,5	9,4	9,4	9,8	9,4	9,5	9,4	9,8
		2015	9,5	9,7	9,5	9,8	9,5	9,4	9,4	9,8	9,4	9,5	9,4	10,0
Verbraucherpreisindex Deutschland **)	AS %	2015	-0,3	0,1	0,3	0,5	0,7	0,3	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,3
		2016	0,5	0,0	0,3	0,5	0,7	0,3	0,2	0,2	0,0	0,3	0,4	0,3
Index der Einzelhandelspreise **)	AS %	2015	-0,5	-0,1	0,2	0,6	0,6	0,5	0,1	0,2	0,1	0,6	0,6	0,4
		2016	0,6	0,2	0,2	0,6	0,6	0,5	0,1	0,2	0,1	0,6	0,6	0,4
Preiserwartung der Einzelhandelsunternehmen***)	KT Salden 3)	2015	7,0	16,0	12,0	14,0	7,0	9,0	3,0	5,0	0,0	-1,0	2,0	3,0
		2016	8,0	10,0	9,0	7,0	7,0	9,0	3,0	5,0	0,0	-1,0	2,0	3,0
Verarbeitendes Gewerbe ***)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2015	10,6	1,7	8,4	17,1	12,8	11,8	14,7	17,1	7,0	21,7	15,5	22,3
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2015	8,6	13,0	26,1	15,4	15,3	4,3	8,7	7,3	11,4	9,8	9,1	8,8
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2015	3,0	7,9	9,0	10,9	15,3	4,3	8,7	7,3	11,4	9,8	9,1	8,8
		2016	9,1	3,3	7,0	3,9	15,3	4,3	8,7	7,3	11,4	9,8	9,1	8,8
Großhandel ***)														
Konsumgüter 2)	KT Salden 3)	2015	8,4	10,5	12,1	17,4	11,3	10,5	16,6	17,5	20,3	20,0	19,9	16,7
Geschäftsklima 1)	KT Salden 3)	2015	16,7	13,6	16,5	12,6	11,3	10,5	16,6	17,5	20,3	20,0	19,9	16,7
Geschäftslage	KT Salden 3)	2015	13,8	11,8	17,9	17,4	14,5	16,4	25,1	23,7	29,8	26,2	22,9	20,5
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2015	23,5	18,2	20,6	17,7	14,5	16,4	25,1	23,7	29,8	26,2	22,9	20,5
		2015	3,1	9,2	6,5	17,5	8,2	4,7	8,4	11,4	11,2	14,0	16,9	12,9
		2016	10,1	9,2	12,5	7,5	8,2	4,7	8,4	11,4	11,2	14,0	16,9	12,9
Einzelhandel****)														
Geschäftsklima 1) 2)	KT Salden 3)	2015	3,3	3,4	5,1	2,6	7,2	6,0	4,4	10,9	14,7	10,9	8,3	7,4
EH insgesamt	KT Salden 3)	2015	7,3	4,5	10,8	6,7	7,2	6,0	4,4	10,9	14,7	10,9	8,3	7,4
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2015	1,9	-1,3	3,7	1,0	5,6	5,4	0,7	13,7	14,2	3,0	2,8	3,2
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2015	0,3	0,8	2,9	1,2	5,6	5,4	0,7	13,7	14,2	3,0	2,8	3,2
		2015	-5,4	-8,0	-7,8	-6,9	-5,0	-0,4	1,5	4,6	-0,3	8,4	4,3	-6,9
		2016	-3,0	-2,9	2,5	-3,8	-5,0	-0,4	1,5	4,6	-0,3	8,4	4,3	-6,9
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2015	15,0	24,3	17,3	12,1	20,0	11,4	10,3	14,7	31,0	20,9	21,6	29,6
		2016	30,6	19,2	28,2	23,7	20,0	11,4	10,3	14,7	31,0	20,9	21,6	29,6
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2015	24,9	34,6	31,9	23,7	33,9	17,1	22,9	31,5	46,6	26,7	36,0	39,0
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2015	36,8	31,7	43,9	34,8	33,9	17,1	22,9	31,5	46,6	26,7	36,0	39,0
		2015	5,5	14,3	3,5	1,1	6,9	5,8	-1,5	-1,0	16,4	15,3	8,1	20,5
		2016	24,5	7,3	13,5	13,1	6,9	5,8	-1,5	-1,0	16,4	15,3	8,1	20,5

April 2016/2

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
Einzelhandel ^(***)														
Umsatz ⁵⁾														
Einzelhandel (einschl. Kfz-Handel)	AS %	2015	2,1	3,1	7,5	3,5	0,4	9,8	5,8	3,6	4,5	4,7	6,5	4,2
		2016	1,3											
Einzelhandel im engeren Sinne ⁶⁾	AS %	2015	2,7	2,1	4,6	0,8	-0,3	6,4	4,9	2,5	4,3	4,2	3,3	3,7
		2016	-0,5	6,3										
Umsatzentwicklung nach Branchen ⁵⁾														
Verbrauchsgüter														
Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2015	2,0	1,6	3,3	0,0	0,9	5,1	5,4	4,4	3,7	2,7	3,4	5,3
		2016	-0,5	5,3										
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2015	-1,6	-1,0	-0,7	1,4	-3,5	8,1	5,1	-9,9	4,9	6,3	-2,7	-0,2
		2016	1,1	1,6										
Apotheken	AS %	2015	6,7	6,4	10,5	5,7	0,8	9,6	5,0	5,6	4,9	4,4	6,6	5,2
		2016	0,2	5,4										
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2015	-1,6	-1,9	5,5	-5,7	-9,9	2,6	1,5	-4,6	-2,9	-3,2	0,2	1,6
		2016	-6,8	3,0										
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2015	0,3	-2,1	5,5	1,3	-3,2	5,2	1,8	1,3	0,0	0,6	1,9	0,3
		2016	-0,6	3,9										
Gebrauchsgüter														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2015	6,3	4,6	7,3	2,6	-1,0	11,2	3,7	0,4	5,4	3,2	4,3	5,5
		2016	-0,2	7,4										
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2015	1,9	-3,1	2,3	-4,2	-3,1	6,9	4,0	-1,9	6,5	-1,9	3,0	-4,1
		2016	-3,1	2,1										
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2015	2,1	6,1	6,9	-1,3	-6,7	3,5	-0,2	2,9	2,6	-0,4	2,1	1,3
		2016	-3,8	2,7										
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2015	0,1	-3,2	-3,8	0,3	1,1	8,6	5,1	1,2	0,4	1,6	3,0	2,8
		2016	-0,7	9,2										
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2015	5,7	-2,9	12,4	-9,7	0,1	10,7	4,7	-4,3	2,2	5,2	1,9	0,4
		2016	6,2	3,8										
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2015	24,6	5,9	13,4	3,8	-9,1	1,8	-0,5	-2,3	-14,0	-2,0	7,0	0,9
		2016	-23,4	-8,0										

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; vorläufige Zahlen.

6) Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken.

*) Werte jeweils für das zu Ende gehende Vierteljahr. **) Veränderungsdaten zum Vorjahresmonat. ***) Klassifizierung WZ 2008

Konsumprognose 2016/17: Kräftige Expansion hält an¹ von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

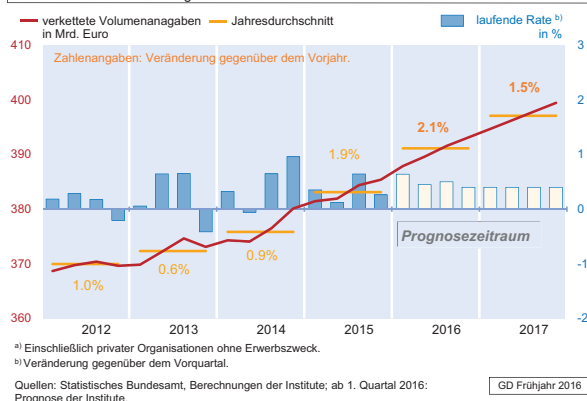
Die Konsumausgaben der privaten Haushalte wurden im vergangenen Jahr um fast 2% ausgeweitet; dies war die höchste Rate seit 15 Jahren. Stimulierend wirkte der spürbare Anstieg der Nominaleinkommen aufgrund des anhaltenden Beschäftigungsaufbaus und der merklichen Lohnzuwächse, zudem wirkte das Rentenpaket erstmals ganzjährig. Hinzu kamen in der zweiten Jahreshälfte die Anhebung der Renten und die steigenden Transfers im Zusammenhang mit der Flüchtlingsmigration. Darüber hinaus sorgten die gesunkenen Energiepreise für einen Kaufkraftschub.

Im laufenden Jahr dürften sich die kräftigen Zuwächse bei den privaten Konsumausgaben fortsetzen. Die Einkommen steigen weiter spürbar: Die Lohnsumme legt voraussichtlich brutto um 4,3% zu, wovon auch netto ein Plus in etwa dieser Größenordnung verbleibt, da sich die Einkommensteuerbelastung infolge der Anhebung des Grund- und des Kinderfreibetrages und der Senkung des Einkommensteuertarifs verringert. Die außergewöhnlich kräftige Rentenanhebung zur Jahresmitte steigert die Einkommen merklich. Hinzu kommen die Erhöhungen des Kindergeldes, der Hartz-IV-Leistungen und des Wohngeldes zum Jahresbeginn. Überdies fallen vermehrt monetäre Sozialleistungen für Flüchtlinge an. Die übrigen Primäreinkommen der privaten Haushalte dürften allerdings kaum zunehmen. Zwar werden die Selbständigeneinkommen angesichts der guten Konjunktur recht kräftig steigen; die Vermögenseinkommen werden bei niedrigem Zinsniveau jedoch weiter deutlich sinken. Alles in allem steigen die verfügbaren Einkommen in diesem Jahr wohl um 3%, real um reichlich 2%.

Die privaten Konsumausgaben dürften zum Jahresauftakt beschleunigt gestiegen sein; hierzu haben die Kaufkraftgewinne durch die erneut gesunkenen Mineralöl- und Kraftstoffpreise beigetragen. Auf einen kräftigen Konsum

¹ Vgl. Projektgruppe Gemeinschaftsdiagnose Frühjahr 2016, in: ifo Schnelldienst, 8/2016, S. 3ff.

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



deuten die im Durchschnitt von Januar und Februar im Vergleich zum Schlussquartal 2015 höheren Umsätze der Einzelhändler und deren optimistische Lageeinschätzungen hin. Allerdings hat sich die Verbraucherstimmung seit Mitte des vergangenen Jahres zunehmend eingetrübt, und die privaten Haushalte verwenden einen etwas größeren Teil ihres Einkommens, um Ersparnisse zu bilden. Im Verlauf dürften sich die Zuwächse beim privaten Konsum daher etwas abschwächen. Bei einer etwas höheren Sparquote als im Vorjahr dürfte der private Verbrauch im Jahr 2016 um 2,1% zulegen (vgl. Abbildung).

Im kommenden Jahr werden die privaten Konsumausgaben etwas langsamer expandieren. Der Beschäftigungsaufbau setzt sich fort, wenngleich er etwas an Tempo verliert. Dämpfend wirkt sich zudem aus, dass der von den privaten Haushalten allein zu tragende Zusatzbeitrag zur gesetzlichen Krankenversicherung sowie der Beitragssatz zur Pflegeversicherung steigen werden. Auch im Jahr 2017 werden die Altersrenten zur Jahresmitte merklich angehoben, wenngleich nicht so kräftig wie in diesem Jahr. Angesichts steigender Arbeitslosenzahlen im kommenden Jahr erhöhen sich die Zahlungen von Arbeitslosengeld II. In der Summe dürften die verfügbaren Einkommen erneut um 3% zunehmen, real um 1,6% – dies entspricht in etwa dem Anstieg des privaten Konsums (vgl. Tabelle).

Einkommen und Einkommensverwendung der privaten Haushalte

Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr

	2015	2016 (s)	2017 (s)	2016 (s)		2017 (s)	
				1.Hj.	2.Hj.	1.Hj.	2.Hj.
Masseneinkommen	3,7	4,2	3,5	4,1	4,4	3,8	3,2
Nettolöhne und -gehälter	3,7	4,2	2,9	4,3	4,1	3,0	2,7
Monetäre Sozialleistungen abz. Abgaben auf soziale Leistungen, verbrauchsnahe Steuern	3,6	4,3	4,4	3,6	5,0	4,9	4,0
Übrige Primäreinkommen	0,7	0,1	2,1	0,5	-0,3	2,1	2,0
Verfügbares Einkommen	2,8	3,0	3,0	2,9	3,1	3,2	2,8
Konsumausgaben	2,6	2,8	2,9	2,7	2,8	3,0	2,9
Sparen	4,3	4,9	3,4	4,8	5,0	4,5	2,1
nachrichtlich:							
Private Konsumausgaben, preisbereinigt	1,9	2,1	1,5	2,3	1,9	1,5	1,5
Sparquote (Sparen in % des verf. Einkommens)	9,7	9,9	9,9	11,3	8,4	11,5	8,3

(s) Schätzungen der Institute.

Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 4.Vierteljahr 2015; 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.

