

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

Dezember 2013

ifo Institut

Einzelhandel: Geschäftsklimaindikator geringfügig gesunken

Die Bewertung der aktuellen Geschäftslage stieg auf den höchsten Wert seit dem Frühjahr des Vorjahres. Doch mit Blick auf den zukünftigen Geschäftsverlauf trübte sich der Optimismus etwas ein.

GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im November 2013

ifo Schwerpunktthema

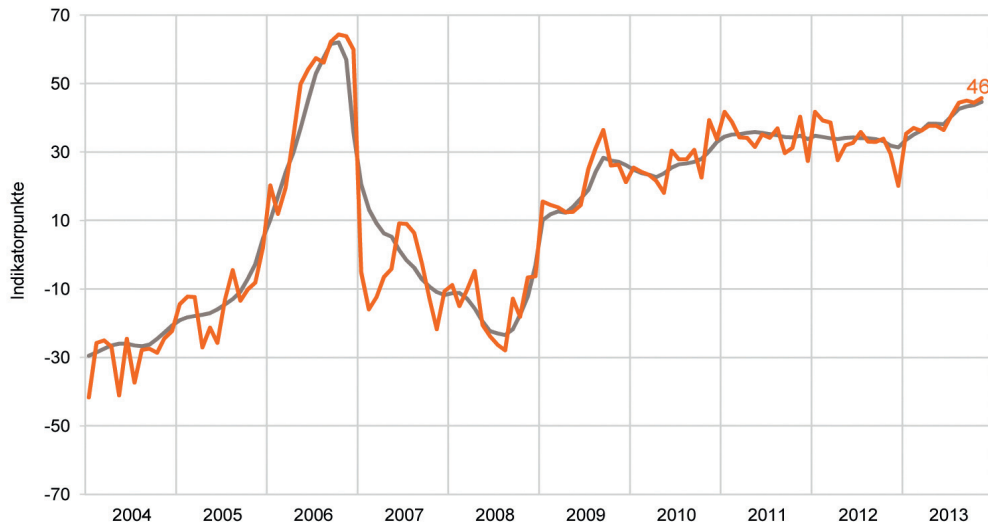
Konsumperspektive 2014: Kauflaune weiter hoch

von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut



Anschaffungsneigung im November

Anschaffungsneigung



| | Wert 11/2013 | Änderungen gegenüber | |
|---------------|--------------|----------------------|----------------|
| | | Vormonat | Vorjahresmonat |
| — Geglättet | 44,7 | +1,0 | +12,9 |
| — Ungeglättet | 45,7 | +1,3 | +16,3 |

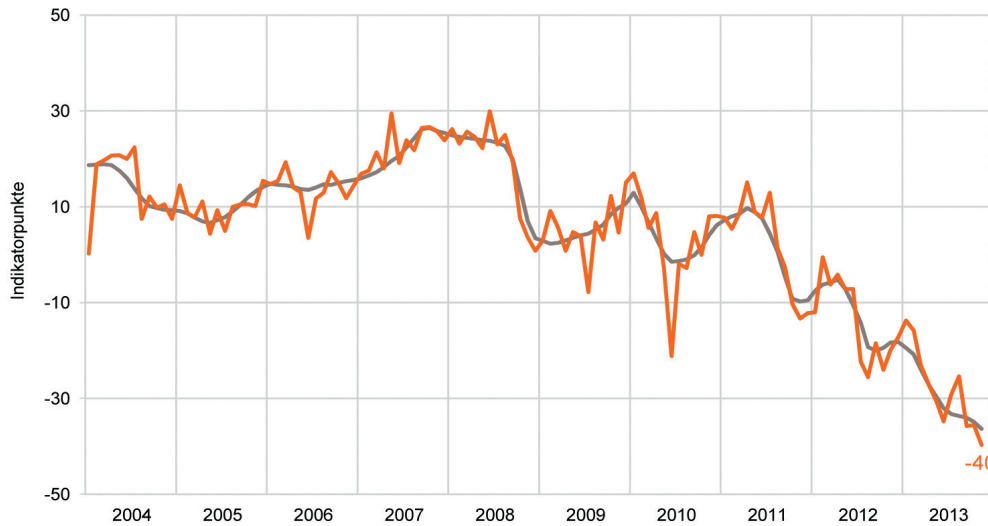
Quelle: GfK, EU-Kommission
© GfK 2013 | Konsumklima MAXX | Deutschland



1

Sparneigung im November

Sparneigung



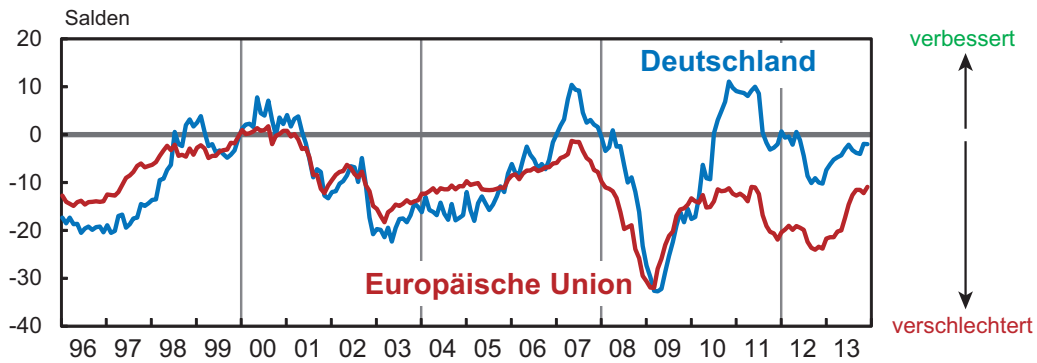
| | Wert 11/2013 | Änderungen gegenüber | |
|---------------|--------------|----------------------|----------------|
| | | Vormonat | Vorjahresmonat |
| — Geglättet | -36,3 | -1,4 | -18,0 |
| — Ungeglättet | -39,7 | -4,1 | -19,8 |

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

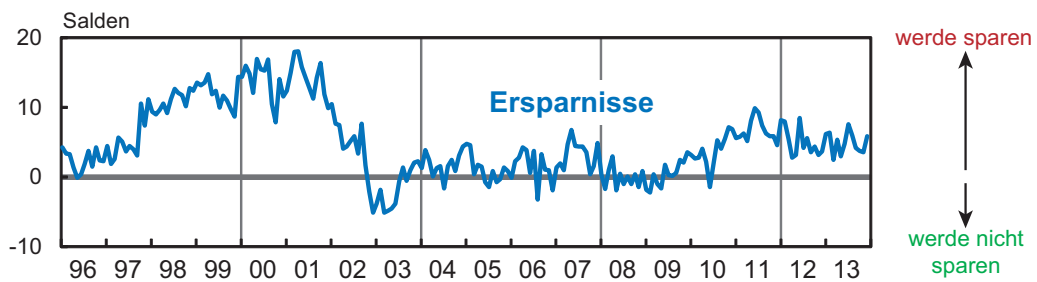
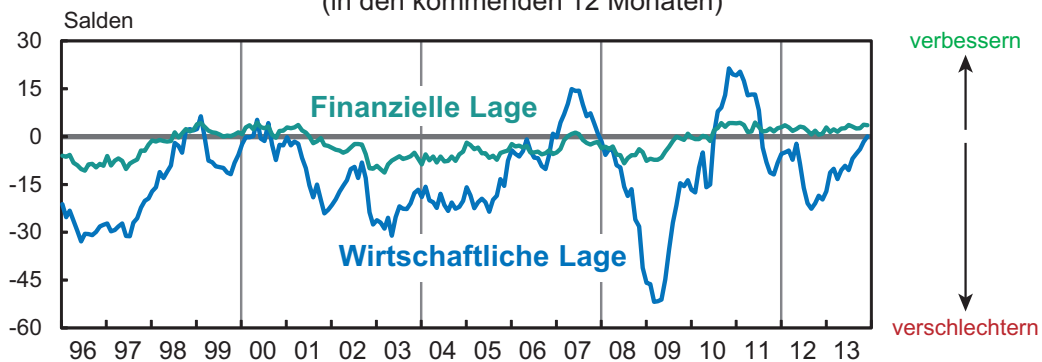


2

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: Verbesserte Geschäftslage

Das Geschäftsklima im Einzelhandel hat sich im Dezember minimal abgekühlt. Die Erwartungen für die kommenden sechs Monate waren deutlich weniger optimistisch. Aufgrund der guten Umsatzentwicklung und des etwas verringerten Lagerdrucks fielen die Urteile zur aktuellen Geschäftslage dagegen positiver aus. Die Firmen rechneten damit, die Preise erhöhen zu können.

Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima leicht verschlechtert. Bei der Bewertung der Geschäftslage gewannen die positiven Meldungen die Oberhand, hinsichtlich des zukünftigen Geschäftsverlaufs waren die Händler jedoch skeptischer. Der Geschäftsklimaindikator im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist hingegen gestiegen. Die derzeitige Lage wurde deutlich weniger negativ beurteilt. Bezüglich der Perspektiven hat sich das Blatt im Dezember zum Positiven gewendet. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* ist der Geschäftsklimaindikator erneut gestiegen. Sowohl der aktuelle als auch der zukünftige Geschäftsverlauf wurden deutlich positiver beurteilt. Die Umsätze übertrafen das Vorjahresergebnis spürbar. In beiden Sparten des Elektroeinzelhandels trübte sich das Geschäftsklima ein. Für den Teilbereich *weiße Ware* dominierten vermehrt die negativen Geschäftslageurteile, auch die Erwartungen ließen weniger Optimismus erkennen. Bei der *Unterhaltungselektronik* fielen die Urteile zur aktuellen Geschäftslage angesichts der schleppenden Nachfrage sehr negativ aus. Aus Sicht der Unternehmen zeichnete sich auch für die nächste Zeit keine Besserung ab. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* hat die Zahl der positiven Firmenmeldungen zur gegenwärtigen Situation zugenommen. Auch die Aussichten für das kommende halbe Jahr beurteilten die Firmen abermals optimistischer. Der Geschäftsklimaindikator im Bereich *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* ist merklich gestiegen und erreichte zum ersten Mal seit dreizehn Monaten die Null-Marke. Die Unternehmen hatten weniger an ihrer Geschäftslage auszusetzen; die Umsätze lagen deutlich über dem Vorjahresniveau. Auch die Aussichten schätzten sie nicht mehr ganz so pessimistisch ein.

Im **Verbrauchsgüterbereich** ist der Geschäftsklimaindikator gestiegen. Die Befragungsteilnehmer bewerteten sowohl die aktuelle Geschäftslage als auch die Perspektiven für die kommenden Monate positiver als im November. Im Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* liefen die Geschäfte nicht mehr ganz so schlecht wie im Vormonat, deshalb hellte sich das Geschäftsklima auf. Die Bestellpläne für die kommenden Monate waren seltener auf Kürzungen ausgerichtet. Im *Schuheinzelhandel* ist der Geschäftsklimaindikator deutlich gestiegen. Angesichts des

Absatzerfolgs gewannen die positiven Meldungen zur aktuellen Geschäftslage die Oberhand. Bezüglich der weiteren Geschäftsentwicklung ging die Zahl der skeptischen Stimmen ebenfalls zurück. Im Bereich *Sport- und Campingartikel* konnten sich die Händler über einen sehr guten Geschäftsverlauf freuen. Die Unternehmen gingen zahlreicher davon aus, die Verkaufspreise anheben zu können. Im Einzelhandel mit *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln* beurteilten die Firmen sowohl die derzeitige Situation als auch die Aussichten deutlich weniger ungünstig als im November, das Geschäftsklima hellte sich spürbar auf.

Im **Kfz-Einzelhandel** ist der Geschäftsklimaindikator im Dezember gesunken. Die Testteilnehmer beurteilten die gegenwärtige Situation geringfügig ungünstiger als im Vormonat. Im Hinblick auf die nächsten sechs Monate rechneten sie mit einer weiteren Geschäftsabschwächung. Infolgedessen revidierten die Händler ihre Bestellpläne nach unten. Im *Neuwagengeschäft* hat sich das Geschäftsklima deutlich verschlechtert. Ausschlaggebend dafür waren die herabgestuften Geschäftserwartungen. Auch mit der momentanen Geschäftslage waren die Firmen unzufriedener als im November. Die Orderbereitschaft ließ spürbar nach. Die *Gebrauchtwagenhändler* beurteilten ihre aktuelle Geschäftslage ebenfalls ungünstig und die vorherige Zuversicht bei den Geschäftsperspektiven wurde von Skepsis abgelöst. Trotzdem war eine verstärkte Einstellung von zusätzlichen Mitarbeitern vorgesehen. Im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* hellte sich das Geschäftsklima merklich auf. Die Befragungsteilnehmer empfanden den derzeitigen Geschäftsverlauf als nicht mehr ganz so schlecht wie im Vormonat. Im Hinblick auf die zukünftige Geschäftsentwicklung keimte wieder Zuversicht auf.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** hat sich etwas abgekühlt. Die Einzelhändler zeigten sich nicht mehr ganz so zufrieden mit der aktuellen Lage und schätzten auch die Perspektiven für das kommende halbe Jahr weniger optimistisch ein. Dennoch dürften die Verkaufspreise vielerorts angehoben werden.

Konsumgüterindustrie: Weniger positive Lageurteile

Im Konsumgüterbereich ist der Geschäftsklimaindikator geringfügig gesunken. In Anbetracht einer leicht rückläufigen Nachfrage und etwas weniger expansiver Exporte fielen die Urteile zur momentanen Geschäftslage weniger positiv aus. Die Produktionspläne waren seltener auf Expansion ausgerichtet. Bezüglich der zukünftigen Geschäftsentwicklung waren die befragten Firmen aber spürbar zuversichtlicher.

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. | + 4,8 | - 0,3 | + 6,0 | + 9,3 | + 2,7 | + 6,0 | + 0,5 | - 3,2 | + 6,0 |
| GH-Konsumgüter | + 5,9 | - 3,4 | + 1,7 | + 6,7 | - 3,8 | - 7,0 | + 5,2 | - 3,0 | + 10,0 |
| Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter) | + 11,7 | - 0,8 | + 5,7 | + 13,0 | - 7,6 | - 2,0 | + 10,4 | + 5,8 | + 13,0 |

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

ifo Institut; Monat **November** 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 | 17.9 | -2.5 | -13.1 | 30.2 | -2.5 | -11.0 | 6.2 | -2.4 | -15.0 |
| EH-Drogerieartikel + | 6.8 | 6.4 | 20.0 | -0.0 | -5.4 | 6.0 | 13.8 | 18.2 | 34.0 |
| EH-Textilien,Bekleidung insg. | -7.3 | 8.3 | 27.0 | -6.7 | 9.1 | 28.0 | -7.8 | 7.6 | 26.0 |
| EH-Schuhe | 3.8 | 16.0 | 19.6 | 17.4 | 27.7 | 36.0 | -9.0 | 5.1 | 4.0 |
| EH-Leder- und Täschnerwaren | -23.8 | 1.1 | 11.9 | -16.5 | 6.0 | 19.0 | -30.7 | -3.5 | 5.0 |
| EH-Möbel,Eintr.,sonst. Hausrat | -4.3 | 14.9 | 5.3 | -13.0 | 14.0 | 1.0 | 4.7 | 15.9 | 10.0 |
| EH-Elektrot.Erz,Elek.Haushaltg. | -1.6 | -3.8 | 8.8 | -10.0 | -1.4 | 1.0 | 7.2 | -6.5 | 17.0 |
| EH-Unterh.elektronik, Zubehör | -26.2 | -15.8 | -14.1 | -27.9 | -14.6 | -29.0 | -24.5 | -17.0 | -0.0 |
| EH-Bau-, Heimwerkerbed.,Metallw. | 21.2 | 5.6 | 19.8 | 24.2 | 7.0 | 11.0 | 18.3 | 4.2 | 28.0 |
| EH-Schreib- und Papierwaren + | -13.4 | 16.6 | -0.1 | -19.4 | 22.4 | -9.0 | -7.3 | 10.2 | 9.0 |
| EH-Uhren,Schmuck,Edelmetallw. | 0.1 | 8.8 | 4.4 | 11.8 | 15.7 | -2.0 | -11.0 | 2.5 | 10.0 |
| EH-Spielwaren | -16.2 | -17.4 | 28.0 | -12.3 | -10.4 | 29.0 | -20.1 | -24.4 | 27.0 |
| EH-Foto- u.optische Erzeugnisse | 12.7 | 4.9 | 14.9 | 27.1 | 8.5 | 5.0 | -0.8 | 1.7 | 23.0 |
| EH-Computer u. Zubehör,Software | 23.0 | 1.1 | 30.2 | 39.5 | 1.3 | 37.0 | 7.7 | 1.0 | 24.0 |
| EH-Sport- und Campingartikel | 33.0 | 18.7 | 22.4 | 40.2 | 20.2 | 33.0 | 26.1 | 17.3 | 12.0 |
| EH-Brennstoffe | 6.0 | -1.0 | -0.9 | 11.3 | -8.3 | -3.0 | 0.7 | 5.7 | 1.0 |
| EH-Kfz | -8.3 | -5.6 | 21.0 | -5.3 | -0.7 | 22.0 | -11.3 | -10.4 | 20.0 |
| GH-Nahrungsm.,Getränke,Tabakw. | 8.7 | -4.6 | -2.9 | 12.8 | 2.5 | -7.0 | 4.7 | -11.6 | 1.0 |
| GH-Schuhe | 18.9 | -4.8 | 19.7 | 5.8 | -12.4 | 13.0 | 32.9 | 3.4 | 27.0 |
| GH-Bekleidung | 25.7 | 0.4 | 27.0 | 32.3 | -1.2 | 38.0 | 19.4 | 2.0 | 16.0 |
| GH-El.Haush.g.,Lampen,Leuchten | 32.1 | -1.3 | 14.2 | 20.3 | -2.2 | 7.0 | 44.4 | -0.3 | 22.0 |
| GH-Unterh.elektronik u. Zubehör | 8.7 | -19.2 | 6.3 | -1.4 | -26.0 | -19.0 | 19.3 | -11.8 | 31.0 |
| GH-Haush.-,Glaswaren,keram.Erz. | 32.0 | -5.3 | 8.1 | 47.9 | -2.2 | 31.0 | 17.1 | -8.0 | -14.0 |
| GH-Kosmet.Erzeugn.,Körperpf.m. | 27.5 | 4.1 | -1.0 | 33.7 | 1.2 | 9.0 | 21.5 | 6.8 | -11.0 |
| GH-Fahrräder, Teile und Zubehör | 5.6 | -3.9 | -22.1 | -25.1 | -23.6 | -46.0 | 41.8 | 20.5 | 7.0 |
| GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle | -37.1 | -5.2 | -19.7 | -64.8 | -12.8 | -41.0 | -3.9 | 5.3 | 7.0 |
| GH-Feinm.,Foto-u.opt.Erzeugn. | 11.4 | -11.4 | 10.7 | 13.9 | -17.7 | -4.0 | 8.9 | -5.4 | 24.0 |
| GH-Schreibwaren, Bürobedarf | 13.3 | 6.7 | 12.7 | 2.9 | -6.8 | 4.0 | 24.1 | 20.6 | 22.0 |

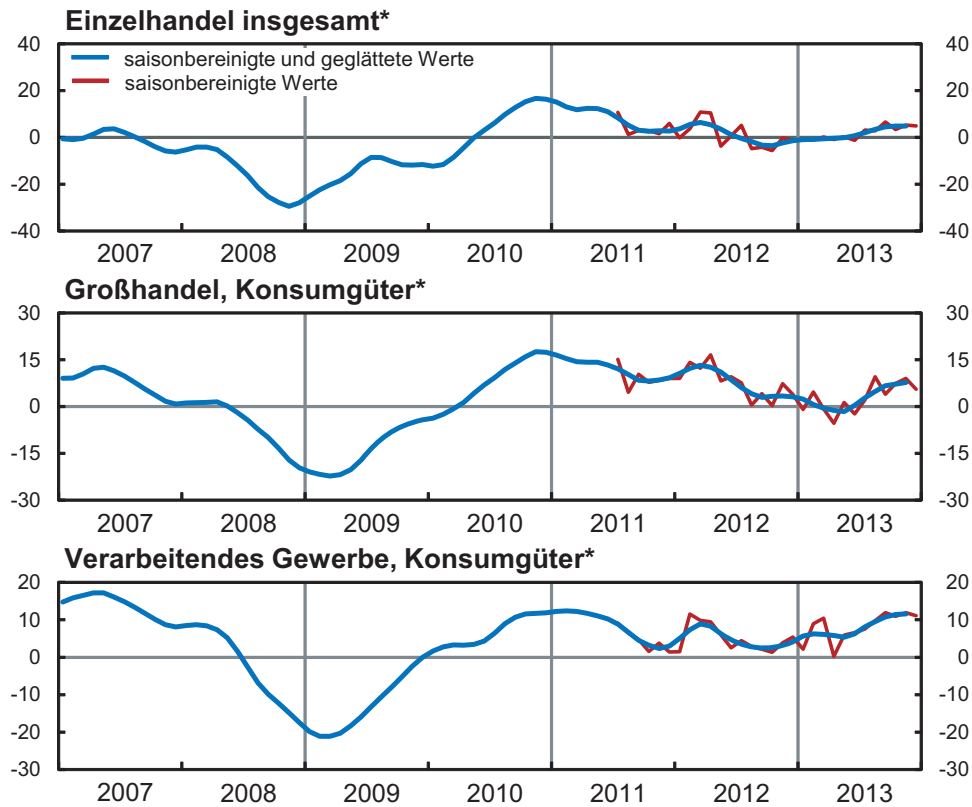
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«.
ifo Institut; Monat **Dezember** 2013.

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

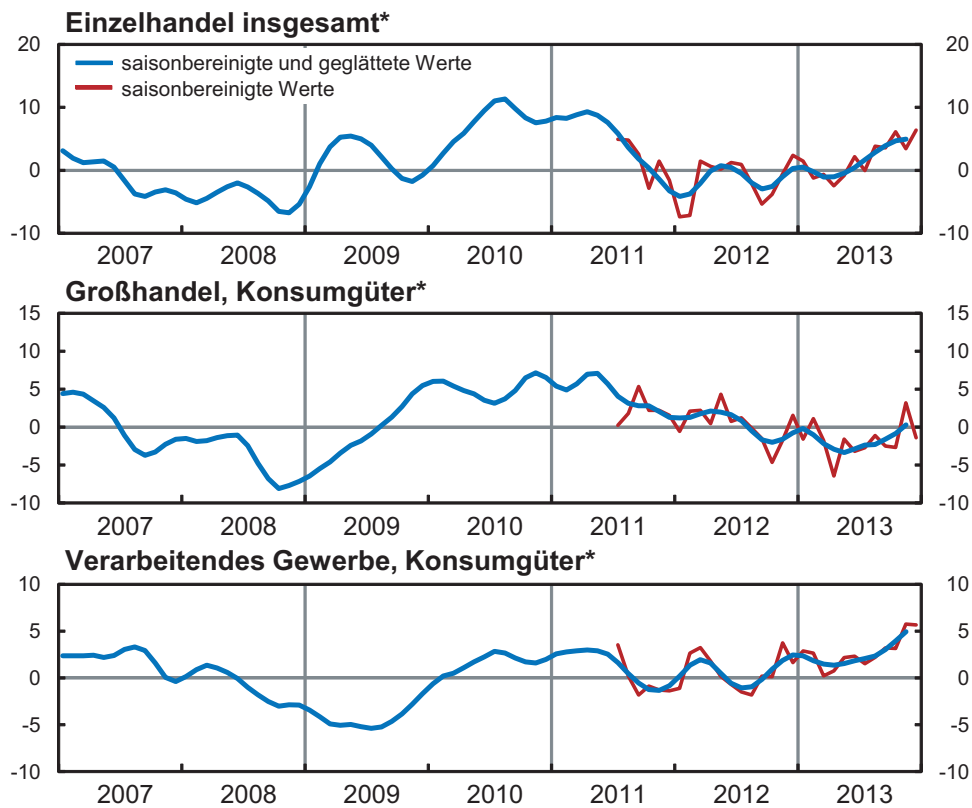
| | Geschäftsklima | | | Geschäftslage Beurteilung | | | Geschäftslage Erwartungen | | |
|--|------------------------|---------------|--------------|---------------------------|---------------|--------------|---------------------------|---------------|--------------|
| | akt.Monat | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr | akt.Monat | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr | akt.Monat | Diff.Vormonat | Diff.Vorjahr |
| | Verarbeitendes Gewerbe | 15.3 | 0.3 | 18.1 | 15.5 | -1.2 | 12.0 | 15.2 | 1.8 |
| Vorleistungsgüter | 15.6 | 0.1 | 17.5 | 13.1 | -1.7 | 11.0 | 18.1 | 1.9 | 24.0 |
| Investitionsgüter | 18.0 | 1.5 | 24.6 | 19.9 | 2.1 | 19.0 | 16.1 | 0.9 | 30.0 |
| Konsumgüter (Gebr.-u.Verbr.güt.) | 11.7 | -0.8 | 5.7 | 13.0 | -7.6 | -2.0 | 10.4 | 5.8 | 13.0 |
| Gebrauchsgüter | 3.2 | 4.0 | -1.5 | 1.3 | 11.6 | -0.0 | 5.2 | -4.0 | -3.0 |
| Verbrauchsgüter | 13.3 | -1.8 | 7.3 | 15.9 | -10.8 | -1.0 | 10.7 | 6.6 | 15.0 |
| Ernährungsgew.u.Tabakverarb. | 7.6 | 0.6 | 2.7 | 7.3 | -7.0 | -6.0 | 7.9 | 7.9 | 11.0 |
| H. v. Textilien | 4.6 | -6.2 | 10.0 | 1.6 | -10.2 | 6.0 | 7.7 | -2.0 | 14.0 |
| Herst. von Bekleidung | 4.5 | 5.4 | 8.0 | 3.7 | 0.3 | 10.0 | 5.3 | 10.5 | 6.0 |
| H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen | 22.8 | -6.0 | 7.7 | 38.4 | 9.5 | 14.0 | 8.1 | -20.6 | 2.0 |
| H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.Möbel) | 13.7 | 3.7 | 14.5 | 10.1 | -1.2 | 10.0 | 17.4 | 8.7 | 19.0 |
| H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus | 11.8 | 0.0 | 3.6 | 4.1 | -0.4 | -15.0 | 19.8 | 0.5 | 22.0 |
| Druckerz.,Vervielf.v.Ton-,Bild-,Datenträg. | -3.4 | 1.2 | 4.3 | 13.2 | 0.1 | 8.0 | -18.7 | 2.0 | 1.0 |
| Mineralölverarbeitung | -3.8 | -9.1 | 6.7 | -32.5 | -14.1 | -39.0 | 29.8 | -2.4 | 56.0 |
| H.v. chem.Erzeugnissen | 23.0 | -0.4 | 20.4 | 24.2 | 1.0 | 9.0 | 21.7 | -1.9 | 31.0 |
| H.v.pharmazeut.Erzeugnissen | 31.7 | -14.4 | 10.4 | 37.9 | -31.9 | -5.0 | 25.7 | 1.2 | 24.0 |
| H.v.Gummi- u.Kunststoffwaren | 22.1 | -2.7 | 17.4 | 24.3 | -2.6 | 6.0 | 20.0 | -2.9 | 28.0 |
| Glasgew.,Keramik,V.v.Stein.u.Erd | 18.2 | 10.5 | 20.0 | 23.7 | 11.5 | 20.0 | 12.8 | 9.6 | 20.0 |
| Metallerzeugung u. -bearbeitung | 1.8 | 2.5 | 17.3 | -19.8 | 0.5 | 10.0 | 26.0 | 5.0 | 26.0 |
| Herst. von Metallerzeugnissen | 14.9 | -0.1 | 20.3 | 15.9 | -5.0 | 10.0 | 13.9 | 4.7 | 30.0 |
| Maschinenbau | 13.9 | -1.2 | 13.5 | 15.0 | -3.0 | -0.0 | 12.8 | 0.7 | 26.0 |
| H.v.DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug | 18.8 | -4.8 | 12.6 | 21.0 | -3.1 | 20.0 | 16.7 | -6.6 | 5.0 |
| H.v. elektr. Ausrüstungen | 19.8 | 5.7 | 18.9 | 14.9 | 2.3 | 16.0 | 24.9 | 9.1 | 22.0 |
| Herst.v.Kraftwagen und -teilen | 18.5 | 4.2 | 41.0 | 23.5 | 7.2 | 43.0 | 13.7 | 1.3 | 39.0 |
| Sonstiger Fahrzeugbau | 21.0 | -0.4 | 36.0 | 30.4 | 1.5 | 54.0 | 12.0 | -2.3 | 18.0 |
| Herst. von Möbeln | -12.3 | -0.4 | -12.1 | -18.4 | 5.2 | -17.0 | -5.9 | -6.6 | -7.0 |

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

Dezember 2013/1

| Indikator | Quelle/Einh. | Jahr | Jan | Feb | Mrz | 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 | 371,9 | 392,8 | 406,3 | | | | | | | | | |
| Veränderung gegenüber Vorjahr | AS % | 2012 | 3,5 | 2,1 | 1,7 | 2,2 | | | | | | | | |
| | | 2013 | 1,2 | 3,0 | 3,3 | | | | | | | | | |
| Konsumentenkredite 4) *) | BBK Mrd. EUR | 2012 | 227,7 | 226,8 | 227,5 | 224,6 | | | | | | | | |
| | | 2013 | 222,3 | 222,9 | 223,9 | | | | | | | | | |
| Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens | BBK % | 2012 | 10,4 | 10,5 | 10,3 | 10,1 | | | | | | | | |
| | | 2013 | 10,0 | 10,0 | 10,0 | | | | | | | | | |
| Verarbeitendes Gewerbe ***) | | | | | | | | | | | | | | |
| 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 | 1,9 | 1,5 | 1,4 | 1,2 | 1,3 | |
| 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 | 1,5 | 1,0 | 1,0 | 0,9 | 0,8 | |
| Preisenwartung der Einzelhandelsunternehmen***) | KT Salden 3) | 2012 | 30,0 | 32,0 | 31,0 | 24,0 | 19,0 | 10,0 | 10,0 | 13,0 | 22,0 | 13,0 | 14,0 | 18,0 |
| | | 2013 | 21,0 | 19,0 | 17,0 | 4,0 | 13,0 | 11,0 | 13,0 | 20,0 | 16,0 | 8,0 | 7,0 | 11,0 |
| Verarbeitendes Gewerbe ***) | | | | | | | | | | | | | | |
| Geschäftsklima 1) 2) | KT Salden 3) | 2012 | 11,8 | 15,4 | 11,7 | 14,0 | 14,2 | 8,1 | 8,0 | -6,7 | 0,9 | -13,5 | -4,6 | 4,7 |
| Hersteller von Verbrauchsgütern | | 2013 | -0,7 | 8,5 | 5,5 | -6,7 | -0,9 | 2,4 | 7,5 | 1,0 | 9,0 | 9,3 | -0,8 | 3,2 |
| Hersteller von Verbrauchsgütern | KT Salden 3) | 2012 | 0,0 | 11,9 | 10,6 | 9,5 | 5,4 | 1,9 | 5,1 | 4,9 | 3,4 | 5,1 | 6,3 | 6,1 |
| | | 2013 | 3,2 | 9,8 | 12,1 | 2,8 | 7,8 | 7,9 | 7,6 | 12,6 | 13,0 | 12,1 | 15,1 | 13,3 |
| Großhandel ***) | | | | | | | | | | | | | | |
| Konsumgüter 2) | KT Salden 3) | 2012 | 9,3 | 14,4 | 12,6 | 16,8 | 8,5 | 9,8 | 7,9 | 0,8 | 4,5 | 0,7 | 7,6 | 4,2 |
| Geschäftsklima 1) | | 2013 | -0,6 | 5,0 | -0,3 | -5,0 | 1,6 | -2,0 | 2,5 | 9,8 | 4,3 | 7,7 | 9,3 | 5,9 |
| Geschäftslage | KT Salden 3) | 2012 | 13,4 | 23,2 | 17,7 | 25,4 | 15,9 | 18,0 | 14,9 | 8,0 | 15,2 | 6,2 | 16,4 | 13,7 |
| | | 2013 | 2,5 | 13,3 | 5,8 | -2,5 | 6,0 | -1,0 | 6,0 | 18,0 | 5,2 | 12,2 | 10,4 | 6,7 |
| Geschäftserwartung | KT Salden 3) | 2012 | 5,4 | 6,0 | 7,7 | 8,5 | 1,4 | 2,0 | 1,0 | -6,1 | -5,6 | -4,8 | -0,9 | -4,8 |
| | | 2013 | -3,6 | -3,0 | -6,3 | -7,4 | -2,6 | -3,0 | -1,0 | 1,9 | 3,4 | 3,2 | 8,1 | 5,2 |
| Einzelhandel***) | | | | | | | | | | | | | | |
| Geschäftsklima 1) 2) | KT Salden 3) | 2012 | -0,3 | 3,6 | 10,7 | 10,3 | -3,8 | 0,6 | 5,0 | -4,9 | -4,2 | -5,6 | -0,4 | -1,2 |
| EH insgesamt | | 2013 | -1,1 | -1,2 | 0,0 | -1,0 | 0,2 | -1,3 | 3,1 | 2,7 | 6,4 | 3,3 | 5,1 | 4,8 |
| Gebrauchsgüter | KT Salden 3) | 2012 | 3,3 | 0,6 | 2,3 | -0,8 | -8,0 | -9,1 | -12,8 | -16,8 | -12,7 | -13,4 | -14,4 | -16,4 |
| | | 2013 | -10,7 | -18,2 | -15,9 | -16,4 | -11,4 | -12,4 | -9,8 | -10,4 | -3,1 | -5,7 | 0,0 | -0,9 |
| Verbrauchsgüter | KT Salden 3) | 2012 | -15,6 | -8,2 | 0,2 | -1,5 | -19,0 | -11,5 | -8,5 | -18,3 | -19,5 | -16,0 | -15,8 | -11,7 |
| | | 2013 | -11,6 | -8,6 | -8,5 | -15,7 | -3,9 | -8,8 | -8,7 | -5,3 | -0,9 | 2,1 | -2,8 | 1,4 |
| Nahrungs- und Genussmittel, Getränke | KT Salden 3) | 2012 | 9,5 | 25,1 | 32,2 | 36,2 | 14,3 | 23,1 | 39,6 | 27,0 | 23,5 | 13,9 | 35,1 | 31,0 |
| | | 2013 | 22,5 | 32,0 | 30,7 | 30,1 | 20,4 | 17,0 | 28,0 | 26,9 | 25,2 | 14,2 | 20,3 | 17,9 |
| Geschäftslage 2) | KT Salden 3) | 2012 | 16,0 | 37,4 | 43,8 | 49,3 | 24,9 | 36,6 | 49,2 | 44,6 | 42,3 | 39,5 | 51,7 | 41,2 |
| | | 2013 | 26,1 | 39,4 | 40,9 | 50,4 | 31,9 | 23,7 | 47,2 | 36,6 | 30,3 | 20,5 | 32,7 | 30,2 |
| Geschäftserwartungen 2) | KT Salden 3) | 2012 | 3,2 | 13,5 | 21,2 | 23,8 | 4,3 | 10,3 | 30,3 | 10,7 | 6,2 | -9,0 | 19,6 | 21,2 |
| | | 2013 | 18,9 | 24,7 | 21,0 | 11,4 | 9,4 | 10,5 | 10,3 | 17,7 | 20,2 | 8,0 | 8,6 | 6,2 |

Dezember 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 | 5,6 | 4,9 | 6,7 | -0,8 | -0,6 | 7,3 | 2,2 | 2,2 | -2,6 | 4,4 | 1,3 | -3,3 |
| | | 2013 | 2,2 | -3,9 | -5,9 | 5,0 | 0,7 | -0,9 | 4,4 | 0,4 | 1,9 | | | |
| Einzelhandel im engeren Sinne 6) | AS % | 2012 | 3,4 | 3,8 | 6,7 | -4,0 | 1,5 | 6,0 | 0,2 | 2,5 | -1,0 | 3,0 | 2,0 | -1,4 |
| | | 2013 | 3,6 | -1,8 | -1,9 | 3,0 | 1,7 | -1,1 | 5,3 | 1,5 | 0,9 | 1,0 | | |
| Umsatzentwicklung nach Branchen 5) | | | | | | | | | | | | | | |
| Verbrauchsgüter | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen) | AS % | 2012 | 2,9 | 4,1 | 5,7 | -4,6 | 0,6 | 4,1 | -1,2 | 4,6 | -2,3 | 3,5 | 2,5 | -2,3 |
| | | 2013 | 5,2 | -1,9 | -1,0 | -0,1 | 0,3 | -1,7 | 7,2 | 0,7 | 0,3 | -0,4 | | |
| Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen | AS % | 2012 | 5,7 | 0,6 | 11,8 | -9,6 | 0,0 | 4,3 | -0,4 | 0,1 | 5,8 | -2,8 | -2,1 | -2,7 |
| | | 2013 | 1,7 | -1,4 | -9,8 | 5,2 | 0,9 | 4,9 | 3,1 | 4,8 | 2,0 | -0,1 | | |
| Apotheken | AS % | 2012 | 5,0 | 4,7 | 4,3 | -0,2 | -1,8 | 5,1 | 0,2 | -1,9 | -7,6 | 3,1 | -0,3 | -6,3 |
| | | 2013 | 3,7 | -0,3 | -4,0 | 6,8 | 0,4 | -1,9 | 7,8 | 3,8 | 6,5 | 4,2 | | |
| Einzelhandel mit Büchern | AS % | 2012 | -2,5 | -5,4 | 0,1 | 1,6 | -9,8 | -4,9 | -3,1 | -1,6 | -8,2 | 1,0 | -6,8 | -5,8 |
| | | 2013 | -1,0 | -5,0 | 2,0 | -6,1 | 0,6 | -4,2 | 0,5 | -3,2 | -3,0 | -2,5 | | |
| Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf | AS % | 2012 | -2,1 | -4,8 | -3,4 | -3,0 | -4,4 | 2,5 | 1,7 | 5,1 | -5,4 | -0,8 | -0,6 | -4,7 |
| | | 2013 | 3,0 | -2,6 | -0,4 | 1,5 | -2,7 | -2,6 | 0,4 | -3,3 | 0,2 | -0,1 | | |
| Gebrauchsgüter | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat | AS % | 2012 | 4,6 | 0,9 | 3,2 | 1,3 | -2,7 | 8,2 | 1,3 | 5,9 | 0,0 | 4,4 | 3,1 | -5,6 |
| | | 2013 | 1,3 | -0,4 | -2,7 | 5,2 | 2,9 | -3,0 | -0,5 | -8,6 | -2,3 | -2,4 | | |
| Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten | AS % | 2012 | 1,2 | 6,6 | 5,5 | 8,4 | 1,1 | 8,1 | 0,0 | -1,0 | -9,5 | 3,5 | -3,8 | -11,7 |
| | | 2013 | -3,2 | -7,8 | -1,8 | 5,6 | -6,5 | -2,3 | 0,5 | 0,9 | 4,2 | -1,9 | | |
| Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen) | AS % | 2012 | -5,5 | -0,1 | 6,1 | 4,6 | -2,8 | 10,7 | -1,1 | -2,8 | -2,0 | 0,5 | 0,2 | -4,4 |
| | | 2013 | -2,0 | -4,7 | -2,8 | -3,1 | -4,5 | -12,3 | -5,8 | -2,4 | 1,2 | -5,0 | | |
| Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf | AS % | 2012 | -5,5 | -0,1 | 6,1 | 4,6 | -2,8 | 10,7 | -1,1 | -2,8 | -2,0 | 0,5 | 0,2 | -4,4 |
| | | 2013 | -2,0 | -4,7 | -2,8 | -3,1 | -4,5 | -12,3 | -5,8 | -2,4 | 1,2 | -5,0 | | |
| Einzelhandel mit Spielwaren | AS % | 2012 | 2,8 | 0,0 | 10,0 | -4,6 | -2,6 | 2,6 | -0,6 | 1,8 | -5,5 | 2,1 | -4,0 | -2,1 |
| | | 2013 | 6,2 | -3,3 | 11,5 | -19,0 | 1,4 | -5,8 | 0,4 | -1,2 | -0,3 | 1,1 | | |
| Einzelhandel mit Uhren und Schmuck | AS % | 2012 | 1,5 | 9,6 | 10,1 | 5,7 | 1,6 | 15,3 | 8,6 | -7,9 | -5,9 | 14,5 | 6,7 | -9,8 |
| | | 2013 | 8,6 | -11,0 | -0,6 | -5,2 | -11,6 | -13,1 | -13,7 | -18,3 | -20,7 | -20,2 | | |

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: Kauflaune weiter hoch

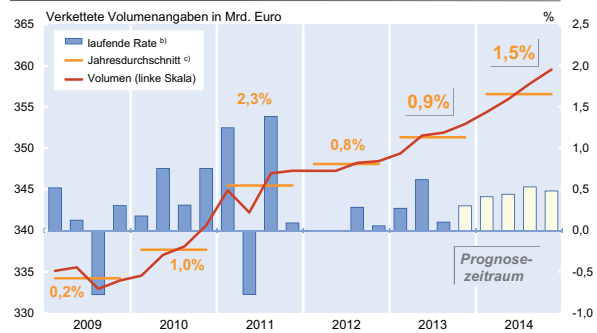
von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

Der private Konsum hat im bisherigen Jahresverlauf unter Schwankungen weiter zugenommen. Maßgeblich für die Expansion war der Anstieg der real verfügbaren Einkommen. Spürbare Tariflohnerhöhungen und zunehmende Beschäftigtenzahlen ließen die Masseneinkommen deutlich steigen. Hinzu kam, dass die Abzüge vom Bruttolohn am Jahresanfang verringert worden sind. So ist der Beitragssatz zur gesetzlichen Rentenversicherung gesenkt und der Grundfreibetrag im Einkommensteuertarif erhöht worden. Zur Konsumexpansion trug auch bei, dass die Sparneigung leicht gesunken ist. Besonders gefragt waren im laufenden Jahr Nahrungsmittel sowie Bekleidung und Schuhe; auf der Schattenseite der Verbrauchergunst standen neue Pkw sowie Einrichtungsgegenstände.

Im vierten Quartal dürfte sich der Anstieg des realen privaten Konsums fortgesetzt haben. Zwar fiel die Entwicklung der realen Einzelhandelsumsätze im Oktober recht enttäuschend aus, das Konsumentenvertrauen und die Bereitschaft zu größeren Anschaffungen befinden sich aber auf hohem Niveau. Zudem signalisiert die zunehmende Zahl der Pkw-Neuzulassungen der privaten Halter, dass die Verbraucher angesichts der außerordentlich günstigen Finanzierungsbedingungen nun auch bei diesem Gütersegment ihre Zurückhaltung allmählich aufgeben. Im Jahresdurchschnitt 2013 dürfte der reale private Konsum um 0,9 % zunehmen (vgl. Abbildung).

Im nächsten Jahr wird sich die Zunahme des privaten Konsums fortsetzen. Zwar dürften die tariflichen Monatsverdienste mit 2 ½% wohl nicht schneller als im laufenden Jahr zulegen, die derzeit noch negative Lohndrift dürfte aber angesichts der weiterhin guten Arbeitsmarktlage ins Plus drehen, so dass die Bruttolöhne und -gehälter je Beschäftigten beschleunigt steigen. Da auch die Beschäftigung zunimmt, werden die Bruttolöhne und -gehälter in der Summe um 3,5% zunehmen. Netto fällt der Anstieg um 0,3 Prozentpunkte geringer aus. Zwar wird zu Jahresanfang erneut der Grundfreibetrag angehoben, und die steuerliche Absetzbarkeit von Rentenbeiträgen bessert sich weiter, dagegen unterbleibt die bei guter Finanzlage der gesetzlichen Rentenversicherung gesetzlich vorgesehene Senkung des Beitragssatzes. Zusätzlich dämpfen die kalte Progression und die Heraufsetzung der Beitragsbemessungsgrenzen.

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 4. Quartal 2013: Prognose des ifo Instituts.

Die monetären Sozialleistungen der privaten Haushalte dürften im Jahr 2013 aufgrund des sozialpolitischen Kurswechsels der neuen Bundesregierung hin zu umfangreichen Leistungsausweitungen für ausgewählte Bevölkerungsgruppen sehr dynamisch steigen (2,9 %). So soll dem Koalitionsvertrag zufolge ab Jahresmitte 2014 die bisherige Mütterrentenregelung erweitert werden. Langjährig Versicherte können zudem ab diesem Zeitpunkt bereits mit 63 Jahren ohne Abschläge in Rente gehen. Schließlich fällt die turnusmäßige Anpassung der Bestandsrenten merklich höher als im laufenden Jahr aus; hierzu trägt bei, dass die in den vergangenen Jahren aufgrund von Sicherungsklauseln unterbliebenen Rentenkürzungen inzwischen nahezu nachgeholt worden sind.

Die Selbständigen- und Vermögenseinkommen dürften im kommenden Jahr im Gefolge der besseren Konjunktur ebenfalls kräftiger steigen. Alles in allem werden die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte voraussichtlich um 3,1 % expandieren, real um 1,5%. Die Sparquote dürfte unverändert niedrig bleiben. Zwar verbilligt das im Vergleich zu früher niedrigere Zinsniveau den Gegenwartskonsum zu Lasten des Zukunftskonsums, was Sparen weniger vorteilhaft erscheinen lässt. Gleichzeitig verringert sich aber auch das Zinseinkommen der privaten Haushalte, was den Gegenwartskonsum schmälern und die Ersparnis erhöhen kann. Einem Rückgang der Sparquote wirken auch die weiter rege Wohnbautätigkeit der privaten Haushalte und die Notwendigkeit zur ergänzenden privaten Altersvorsorge entgegen. Insgesamt dürfte der reale private Konsum im Jahresdurchschnitt 2014 um 1,5% zunehmen (vgl. Tabelle).

Einkommen und Einkommensverwendung der privaten Haushalte

Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr

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

(s) Schätzungen des ifo Instituts.
Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 3. Vierteljahr 2013; 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.

