

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

Dezember 2014

## ifo Institut

### Einzelhandel: Geschäftsklimaindikator wieder gesungen

Während die aktuelle Geschäftslage im Einzelhandel positiver bewertet wurde als noch im November, gingen die Geschäftserwartungen deutlich zurück. Infolgedessen trübte sich das Geschäftsklima ein.

## GfK Marktforschung

GfK-Indikatoren Anschaffungs- und Sparneigung im November 2014

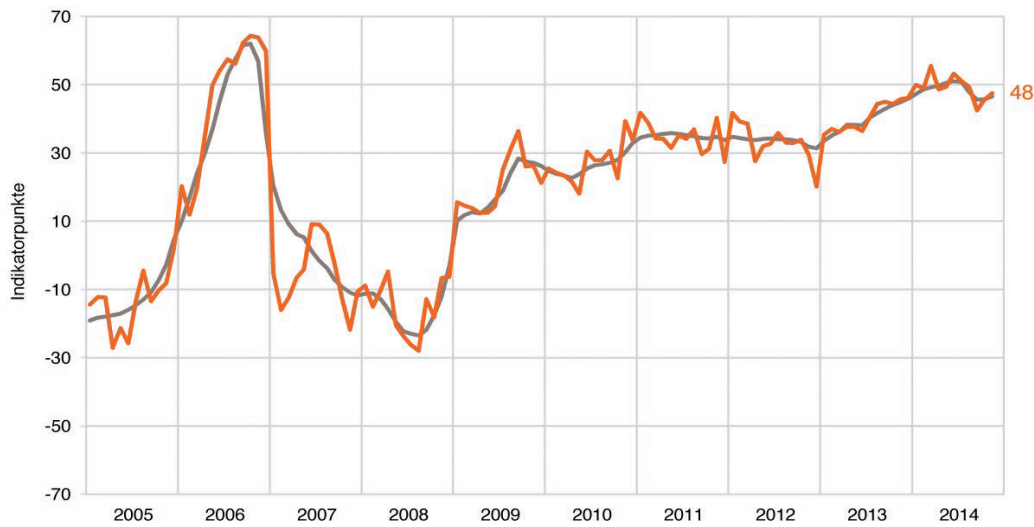
## ifo Schwerpunktthema

### Konsumperspektiven 2015: Privater Verbrauch steigt weiter

von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

## Anschaffungsneigung im November

### Anschaffungsneigung



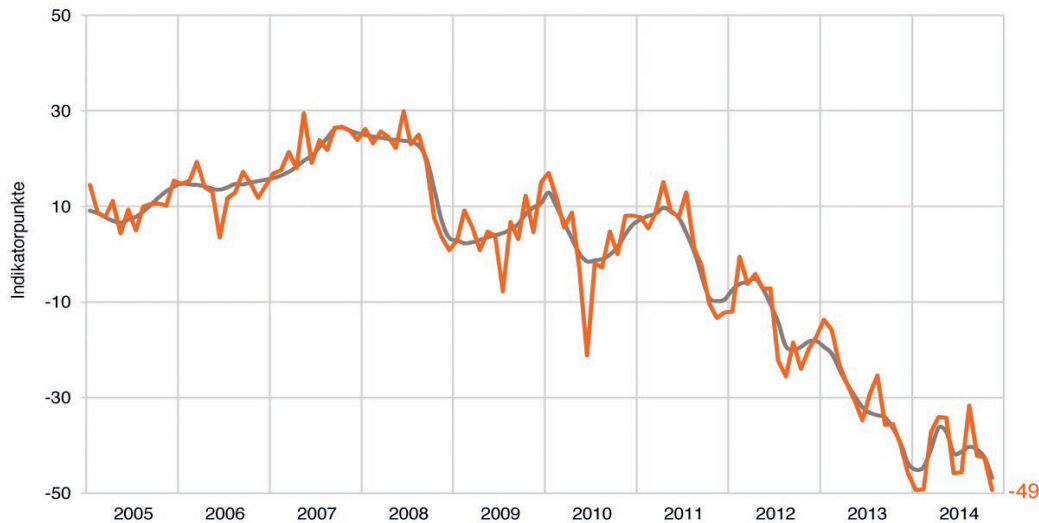
	Wert 11/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	46,6	+0,8	+1,7
— Ungeglättet	47,5	+1,9	+1,8

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



## Sparneigung im November

### Sparneigung

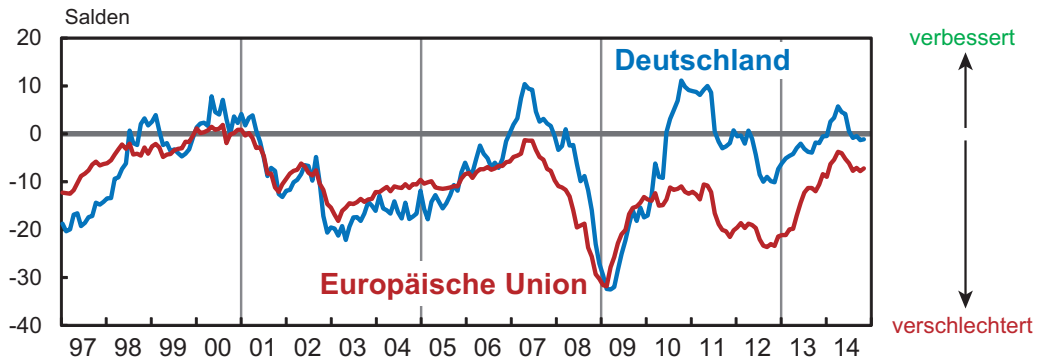


	Wert 11/2014	Änderungen gegenüber	
		Vormonat	Vorjahresmonat
— Geglättet	-46,8	-4,2	-7,3
— Ungeglättet	-49,4	-6,9	-9,7

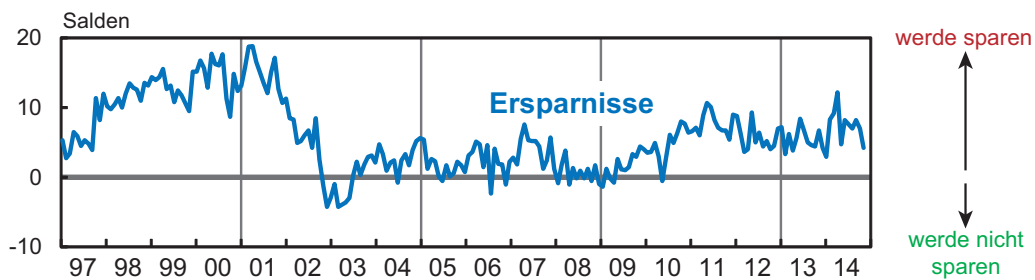
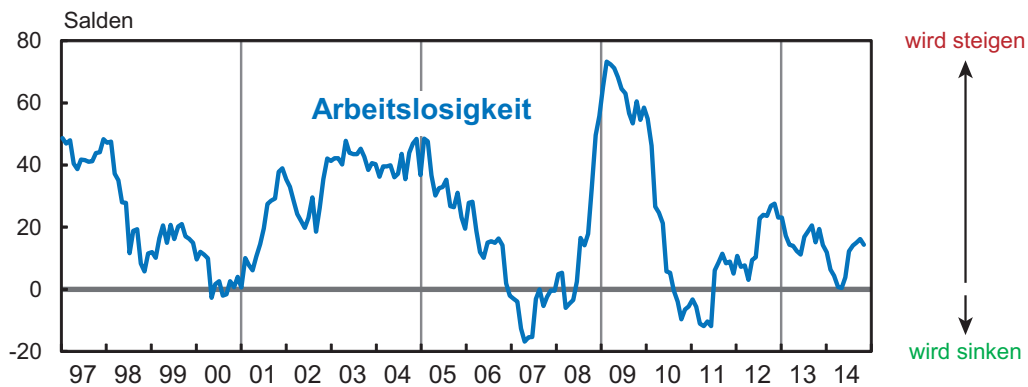
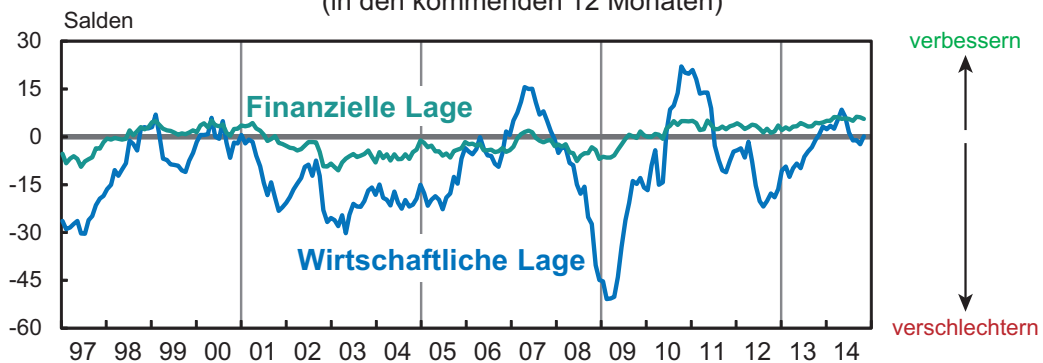
Quelle: GfK, EU-Kommission  
© GfK 2014 | Konsumklima MAXX | Deutschland



**Konsumentenstimmung<sup>1)</sup>**  
 Indikator der Europäischen Kommission



**Komponenten des Indikators für Deutschland<sup>2)</sup>**  
 (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: Eingetrübte Geschäftsperspektiven**

Der Geschäftsklimaindikator für den Einzelhandel ist im Dezember wieder gesunken. Grund dafür waren deutlich eingetrübte Geschäftserwartungen, die knapp unter dem langjährigen Durchschnitt lagen. Mit der aktuellen Geschäftslage waren die Einzelhändler dagegen zufriedener, trotz der ungünstigeren Umsatzentwicklung. Die Personalplanungen deuten auf eine Verringerung der Mitarbeiterzahl hin.

Im **Gebrauchsgüterbereich** hat sich das Geschäftsklima verschlechtert. Einer verbesserten Geschäftslage standen merklich pessimistischere Einschätzungen der Geschäftsperspektiven gegenüber. Die Personalpläne waren wie bisher auf Kürzungen ausgerichtet. Der Klimaindikator im Einzelhandel mit *Möbeln, Einrichtungsgegenständen und Hausrat* ist dagegen gestiegen. Die befragten Firmen bewerteten die momentane Lage weniger negativ. Bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs ist die Skepsis ebenfalls leicht zurückgegangen. Im Bereich *Metallwaren, Bau- und Heimwerkerbedarf* fielen die Urteile zur aktuellen Geschäftslage angesichts einer schleppenden Nachfrage weniger positiv aus, was zur Abkühlung des Geschäftsklimas führte. Die Einschätzungen des zukünftigen Geschäftsverlaufs waren aber etwas weniger pessimistisch. Mehr Testteilnehmer als in den Vormonaten planten, die Verkaufspreise anzuheben. Im Elektroeinzelhandel ist der Geschäftsklimaindikator für den Teilbereich *weiße Ware* gestiegen, da die momentane Situation deutlich weniger ungünstig bewertet wurde. Bei den Erwartungen zeigten sich die Befragungsteilnehmer dagegen deutlich pessimistischer. In der Sparte *Unterhaltungselektronik* ist der Geschäftsklimaindikator stark gesunken und befand sich damit im negativen Bereich. Die momentane Lage wurde zum ersten Mal seit August negativ eingestuft, und auch die Skepsis bei den Erwartungen nahm spürbar zu. Im Einzelhandel mit *Computern, Hard- und Software* hellte sich das Geschäftsklima auf. Trotz der ungünstigeren Umsatzentwicklung bewerteten die Testteilnehmer die aktuelle Lage weniger negativ. Obwohl der Druck auf die Verkaufspreise zunehmen dürfte, wurden auch die Aussichten zum ersten Mal seit August wieder optimistisch eingeschätzt. Der Geschäftsklimaindikator für den Bereich *Uhren, Schmuck und Edelmetallwaren* ist stark gesunken. Die Einzelhändler bezeichneten ihre aktuelle Lage überwiegend als schlecht. In den nächsten Monaten rechneten die Testteilnehmer mit einer Verschlechterung der Gesamtsituation.

Der Geschäftsklimaindikator im **Verbrauchsgüterbereich** ist leicht gestiegen. Bei der Beurteilung der Geschäftslage waren die Befragungsteilnehmer weniger negativ gestimmt. Die Perspektiven für die nächsten Monate wurden dagegen schlechter bewertet. Sowohl die Personal- als auch die Orderpläne blieben unverändert restriktiv. Im

Einzelhandel mit *Textilien und Bekleidung* fielen die Urteile zum aktuellen Geschäftsverlauf wesentlich weniger negativ aus. Zudem war der Pessimismus bei den Einschätzungen der Geschäftsaussichten ebenfalls deutlich geringer. Beim *Schuheinzelhandel* stieg der Klimaindikator nach dem starken Rückgang der Vormonate wieder. Sowohl die derzeitige Lage als auch die Erwartungen wurden deutlich weniger negativ eingestuft. Da die aktuelle Geschäftslage im Bereich *Sport- und Campingartikel* sichtlich weniger positiv beurteilt wurde, sank der Geschäftsklimaindikator. Die weitere Geschäftsentwicklung wurde hingegen etwas optimistischer eingeschätzt. Im Bereich *Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel* verbesserte sich das Geschäftsklima merklich. Die Testteilnehmer waren weniger unzufrieden mit dem aktuellen Geschäftsverlauf und blickten mit Optimismus den kommenden Monaten entgegen.

Im **Kfz-Einzelhandel** hat sich das Geschäftsklima eingetrübt. Der zufriedenstellenden Geschäftslage standen spürbar eingetrübte Aussichten gegenüber. Die Bestellpläne signalisieren weitere Einschränkungen. Sowohl beim *Neu-* als auch beim *Gebrauchtwagenhandel* überwogen immer noch die positiven Meldungen zur aktuellen Geschäftslage. Bezüglich der weiteren Geschäftsentwicklung äußerten sich die Händler jedoch sehr pessimistisch. Den Testergebnissen zufolge mussten beim Neuwagenhandel weitere Preisabschläge vorgenommen werden. Das Geschäftsklima im Bereich *Kraftwagenteile und -zubehör* verschlechterte sich merklich, ausschlaggebend dafür waren, in Anbetracht der ungünstigen Umsatzentwicklung, deutlich negative Geschäftslageurteile. Die Perspektiven hellten sich hingegen auf.

Das Geschäftsklima im **Nahrungs- und Genussmitteleinzelhandel** hat sich abgekühlt. Während die Firmen mit der momentanen Situation immer noch nahezu unverändert zufrieden waren, zeigten sie sich in ihren Erwartungen für die kommenden sechs Monate pessimistisch. Der Anstieg der Verkaufspreise hat sich abgeschwächt und die Händler beabsichtigten zum ersten Mal seit April 2013, die Mitarbeiterzahl zu verringern.

**Konsumgüterindustrie: Gute Geschäftslage**

Im Konsumgüterbereich ist der Geschäftsklimaindikator leicht gestiegen. Trotz einer rückläufigen Nachfrage und sinkender Auftragsbestände wurde die aktuelle Geschäftslage positiver bewertet als im Vormonat. Bezüglich der weiteren Geschäftsentwicklung lässt die Skepsis ebenfalls nach, obwohl die Produktionspläne zum ersten Mal in diesem Jahr nach unten revidiert wurden. Die Exportaussichten blieben nahezu unverändert positiv. Weniger Firmen als im November planten die Mitarbeiterzahl zu verringern.

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.	- 3,3	- 1,6	- 8,1	+ 5,0	+ 5,0	- 4,0	- 11,2	- 7,9	- 12,0
GH-Konsumgüter	+ 7,0	- 1,0	+ 1,5	+ 4,6	- 8,5	- 2,0	+ 9,6	+ 6,4	+ 5,0
Konsumgüter (Gebr.- u. Verbr.güter)	+ 5,4	+ 2,8	- 6,2	+ 14,6	+ 1,0	+ 2,0	- 3,4	+ 4,5	- 14,0

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

ifo Institut; Monat **Dezember** 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	3,6	-7,0	-14,6	17,9	0,7	-13,0	-9,7	-14,0	-16,0
EH-Drogerieartikel +	-4,0	-11,1	-9,8	16,9	-9,6	19,0	-22,8	-12,1	-37,0
EH-Textilien, Bekleidung insg.	-28,1	14,0	-21,0	-31,5	20,0	-25,0	-24,5	7,5	-17,0
EH-Schuhe	-17,4	22,4	-21,3	-26,0	32,8	-43,0	-8,3	9,9	-0,0
EH-Leder- und Täschnerwaren	-15,9	29,2	9,7	-2,6	19,1	16,0	-28,3	37,1	4,0
EH-Möbel, Einr., sonst. Hausrat	-7,4	6,0	-3,3	-10,7	10,1	2,0	-4,0	1,5	-9,0
EH-Elektrot. Erz, Elek. Haushaltg.	-19,9	3,1	-18,4	-12,4	11,2	-2,0	-27,1	-4,7	-35,0
EH-Unterh. elektronik, Zubehör	-8,7	-14,0	17,0	-10,6	-23,2	17,0	-6,8	-5,0	17,0
EH-Bau-, Heimwerkerbed., Metallw.	2,2	-4,6	-19,2	12,2	-15,2	-12,0	-7,3	4,6	-26,0
EH-Schreib- und Papierwaren +	-3,9	22,0	9,8	-28,5	7,5	-9,0	24,1	39,3	32,0
EH-Uhren, Schmuck, Edelmetallw.	-24,8	-14,4	-24,3	-31,9	-11,8	-43,0	-17,4	-17,2	-6,0
EH-Spielwaren	14,7	28,5	32,4	23,1	47,5	38,0	6,7	9,2	27,0
EH-Foto- u. optische Erzeugnisse	12,5	17,0	0,5	12,9	8,6	-14,0	12,2	25,0	14,0
EH-Computer u. Zubehör, Software	4,5	13,9	-19,1	-3,7	8,0	-44,0	13,1	20,1	5,0
EH-Sport- und Campingartikel	13,7	-5,2	-19,9	11,1	-18,1	-30,0	16,2	7,3	-10,0
EH-Brennstoffe	-4,2	13,2	-8,1	11,7	26,3	3,0	-19,0	1,3	-18,0
EH-Kfz	-4,1	-4,2	4,2	7,0	1,1	13,0	-14,7	-9,1	-4,0
GH-Nahrungsm., Getränke, Tabakw.	5,9	-6,6	-3,0	3,5	-17,3	-10,0	8,3	3,9	4,0
GH-Schuhe	-7,0	-17,8	-28,3	-21,9	-34,1	-31,0	9,2	-0,2	-25,0
GH-Bekleidung	26,4	30,5	2,5	33,7	32,0	3,0	19,4	29,0	2,0
GH-El.Haush.g., Lampen, Leuchten	15,2	-3,7	-17,4	23,5	3,8	3,0	7,1	-10,9	-38,0
GH-Unterh. elektronik u. Zubehör	19,4	-15,1	11,6	29,9	4,0	33,0	9,5	-34,1	-10,0
GH-Haush., Glaswaren, keram. Erz.	23,5	-9,6	-9,4	37,8	-17,4	-11,0	10,1	-2,8	-8,0
GH-Kosmet. Erzeugn., Körperpf. m.	34,7	10,4	8,1	31,2	1,3	-2,0	38,4	19,3	18,0
GH-Fahrräder, Teile und Zubehör	31,3	-10,7	25,9	50,6	-12,5	76,0	13,4	-9,1	-28,0
GH-Uhren, Schmuck, Edelmetalle	-0,3	11,8	37,7	-15,5	13,8	50,0	16,2	9,3	21,0
GH-Feinm., Foto-u. opt. Erzeugn.	19,9	24,5	8,8	38,9	37,2	25,0	2,4	13,2	-6,0
GH-Schreibwaren, Bürobedarf	16,7	0,1	3,7	15,9	-9,7	13,0	17,4	9,7	-6,0

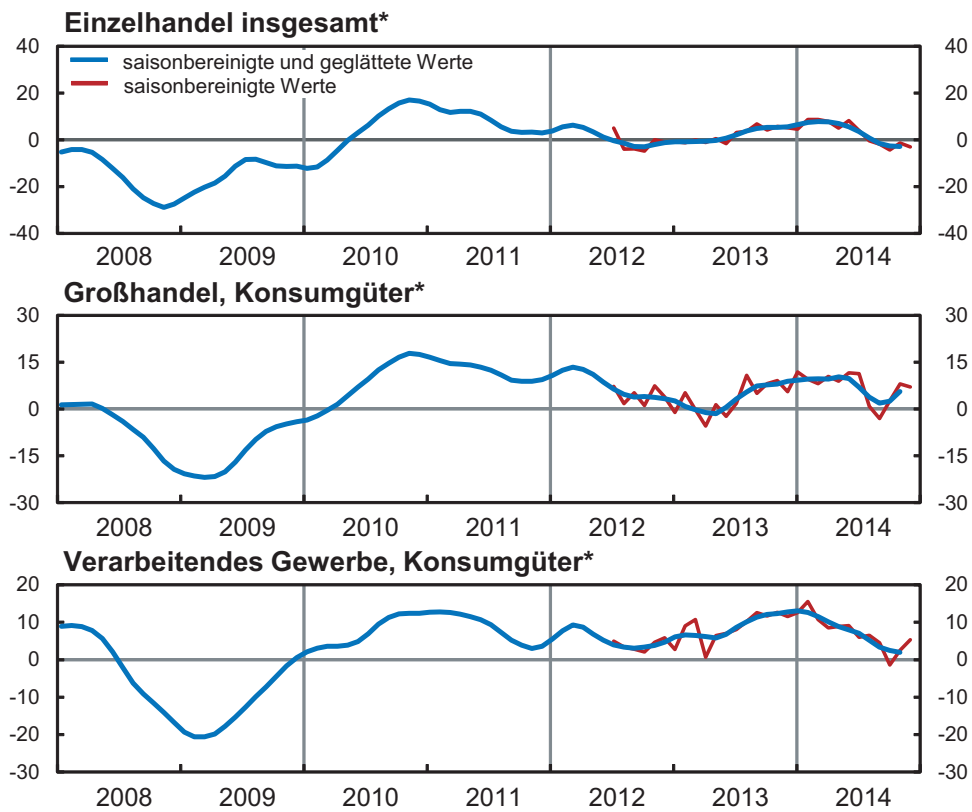
Geschäftsklima = Durchschnitt der Salden aus den Prozentsätzen der positiven und negativen Meldungen zu den Größen »Geschäftslage-Beurteilung« und »Geschäftserwartungen«. ifo Institut; Monat **Dezember** 2014.

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

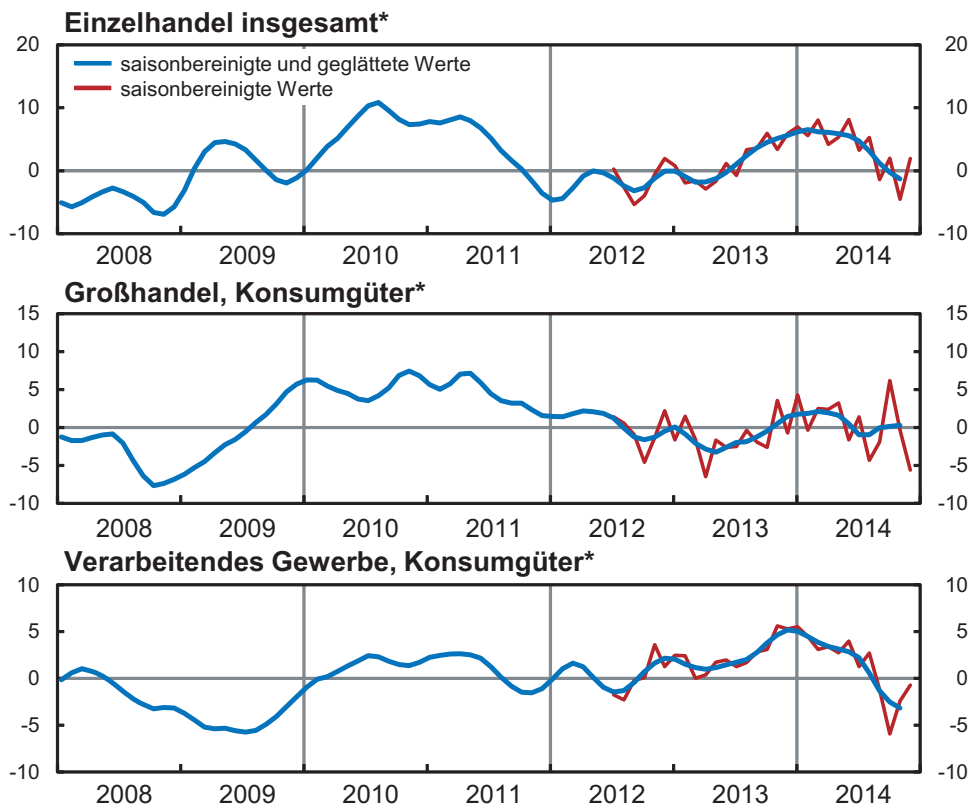
	Geschäftsklima			Geschäftslage Beurteilung			Geschäftslage Erwartungen		
	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr	akt.Monat	Diff.Vormonat	Diff.Vorjahr
Verarbeitendes Gewerbe	6,4	2,5	-9,1	12,7	-0,3	-3,0	0,3	5,1	-15,0
Vorleistungsgüter	8,7	3,8	-7,0	12,6	-1,6	-1,0	4,9	8,9	-13,0
Investitionsgüter	3,8	0,7	-14,6	11,2	0,9	-9,0	-3,4	0,5	-20,0
Konsumgüter (Gebr.-u. Verbr.güt.)	5,4	2,8	-6,2	14,6	1,0	2,0	-3,4	4,5	-14,0
Gebrauchsgüter	5,9	-1,6	2,0	5,9	-9,2	4,0	5,9	5,7	-0,0
Verbrauchsgüter	5,3	3,6	-7,8	16,4	2,8	1,0	-5,3	4,2	-16,0
Ernährungsgew.u. Tabakverarb.	5,4	7,3	-1,6	12,6	5,5	6,0	-1,5	8,9	-9,0
H. v. Textilien	-23,6	-3,2	-28,6	-18,4	-5,5	-20,0	-28,7	-1,0	-37,0
Herst. von Bekleidung	-12,3	6,6	-17,6	-8,1	-1,2	-13,0	-16,4	13,7	-22,0
H.v. Leder, Lederwaren, Schuhen	5,9	-20,4	-17,5	20,8	-25,5	-18,0	-7,9	-15,9	-17,0
H.v. Holz-, Flecht-, Korbwaren (oh.	7,9	7,6	-5,5	10,6	0,7	-0,0	5,3	14,2	-11,0
H.v. Papier, Pappe u. Waren daraus	0,5	-2,7	-11,5	17,3	1,5	13,0	-14,9	-6,4	-35,0
Druckerz., Vervielf.v.Ton-,Bild-,	-3,5	13,6	-0,1	5,5	-0,3	-7,0	-12,2	25,3	6,0
Mineralölverarbeitung	26,1	19,7	30,8	21,4	24,3	54,0	30,8	14,8	3,0
H.v. chem.Erzeugnissen	16,0	8,1	-7,0	18,5	-0,3	-6,0	13,5	16,0	-8,0
H.v.pharmazeut.Erzeugnissen	14,8	-6,4	-16,4	41,6	9,7	5,0	-9,0	-20,0	-35,0
H.v.Gummi- u.Kunststoffwaren	17,6	1,4	-5,0	20,5	-8,6	-5,0	14,7	10,7	-5,0
Glasgew.,Keramik,V.v.Stein.u.Erd	3,9	4,3	-14,5	7,3	-2,5	-17,0	0,6	10,7	-12,0
Metallerzeugung u. -bearbeitung	-9,6	6,2	-11,4	-24,4	-0,8	-5,0	6,5	14,0	-19,0
Herst. von Metallerzeugnissen	5,4	-2,2	-10,0	19,6	-3,8	3,0	-7,9	-0,9	-22,0
Maschinenbau	2,4	3,0	-11,5	6,2	-2,1	-9,0	-1,3	7,8	-14,0
H.v.DV-Gerät., elektron. u. opt. Erzeug	23,9	6,7	5,0	24,9	4,4	4,0	22,9	9,0	6,0
H.v. elektr. Ausrüstungen	15,6	4,0	-4,5	17,4	-7,6	2,0	13,8	14,8	-11,0
Herst.v.Kraftwagen und -teilen	-2,3	-4,0	-21,8	10,0	4,0	-14,0	-13,9	-11,4	-29,0
Sonstiger Fahrzeugbau	-8,9	2,0	-30,7	9,4	-2,7	-21,0	-25,7	5,9	-39,0
Herst. von Möbeln	-10,6	2,4	0,6	-9,6	3,3	8,0	-11,6	1,4	-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** 2014.

### ifo Geschäftsklima<sup>1)</sup>



### ifo Lagerbeurteilung<sup>2)</sup>



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 2014/1

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
<b>Konsumsektor</b>														
Privater Verbrauch *)	AS Mrd. EUR	2013	374,6	392,5	402,3	402,3	402,3	402,3	402,3	402,3	402,3	402,3	402,3	402,3
		2014	382,1	400,1	411,5	411,5	411,5	411,5	411,5	411,5	411,5	411,5	411,5	411,5
Veränderung gegenüber Vorjahr	AS %	2013	0,8	2,4	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	3,3	1,8
		2014	2,0	1,9	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	1,8
Konsumentenkredite 4) *)	BBK Mrd. EUR	2013	222,3	222,9	223,6	223,6	223,6	223,6	223,6	223,6	223,6	223,6	223,6	222,8
		2014	222,6	223,2	223,5	223,5	223,5	223,5	223,5	223,5	223,5	223,5	223,5	222,8
Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	BBK %	2013	9,2	9,1	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	9,2	8,9
		2014	9,2	9,2	9,3	9,3	9,3	9,3	9,3	9,3	9,3	9,3	9,3	8,9
<b>Verbraucherpreisindex Deutschland **)</b>														
	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	1,0	0,8	0,8	0,8	0,8	0,6	0,6
<b>Index der Einzelhandelspreise **)</b>														
	AS %	2013	1,2	1,0	1,1	1,1	1,3	1,4	1,5	1,0	0,9	0,9	0,8	0,9
		2014	1,1	0,9	0,7	0,6	0,4	0,4	0,6	0,7	0,8	0,3	0,3	0,3
<b>Preiserwartung der Einzelhandelsunternehmen***)</b>														
	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	10,0	6,0	5,0	-8,0	1,0	-2,0
<b>Verarbeitendes Gewerbe ***)</b>														
<b>Geschäftsklima 1) 2)</b>														
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2013	-1,3	7,6	5,0	-7,0	-1,1	2,2	6,7	1,2	9,3	10,1	-0,1	3,9
		2014	19,0	18,4	17,1	9,2	11,9	14,7	11,8	7,6	7,3	-3,6	7,5	5,9
Hersteller von Verbrauchsgütern	KT Salden 3)	2013	3,3	9,6	12,0	2,7	7,8	7,8	7,6	12,6	13,1	12,3	15,3	13,0
		2014	11,6	14,8	9,7	8,9	8,2	7,8	5,1	5,9	4,1	-1,7	1,7	5,3
<b>Großhandel ****)</b>														
<b>Konsumgüter 2)</b>														
Geschäftsklima 1)	KT Salden 3)	2013	-1,1	5,2	-0,2	-5,5	1,4	-2,3	1,8	10,7	5,0	8,1	9,1	5,6
		2014	11,9	9,6	8,1	10,5	9,0	11,6	11,4	0,9	-3,0	2,6	8,1	7,0
Geschäftslage	KT Salden 3)	2013	2,2	13,7	6,4	-3,1	5,9	-1,5	5,4	18,7	5,8	12,5	10,1	6,6
		2014	10,0	11,2	8,8	12,8	7,9	16,5	13,3	4,7	-1,2	5,5	13,1	4,6
Geschäftserwartung	KT Salden 3)	2013	-4,2	-3,0	-6,5	-7,8	-2,9	-3,2	-1,6	3,1	4,2	3,9	8,2	4,6
		2014	13,7	8,0	7,4	8,2	10,1	6,8	9,4	-2,9	-4,8	-0,1	3,2	9,6
<b>Einzelhandel****)</b>														
<b>Geschäftsklima 1) 2)</b>														
EH insgesamt	KT Salden 3)	2013	-1,1	-1,6	-0,4	-1,4	0,3	-1,9	2,8	3,3	6,5	3,9	5,4	4,8
		2014	4,3	8,4	8,4	7,6	4,7	7,9	3,6	-0,8	-2,1	-4,6	-1,7	-3,3
Gebrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-10,9	-18,5	-16,2	-16,6	-11,7	-12,6	-9,8	-9,8	-3,0	-5,4	0,2	-0,9
		2014	3,5	7,7	6,2	-0,9	4,7	2,2	-0,4	-2,7	-4,5	-7,9	-0,8	-2,0
Verbrauchsgüter	KT Salden 3)	2013	-11,2	-8,8	-9,1	-16,3	-4,2	-9,5	-9,0	-4,5	-1,2	2,9	-2,4	1,1
		2014	-4,8	-0,6	-0,2	5,1	2,7	-3,6	-1,7	-10,0	-7,8	-14,0	-13,4	-10,4
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke	KT Salden 3)	2013	22,2	30,6	30,9	29,9	20,4	16,9	27,4	27,4	25,5	14,4	20,3	18,2
		2014	14,5	20,2	18,3	18,0	6,5	27,4	10,4	11,2	6,3	6,1	10,6	3,6
Geschäftslage 2)	KT Salden 3)	2013	25,3	38,6	41,6	50,2	32,1	23,1	45,8	37,0	31,1	20,4	33,1	30,9
		2014	25,3	27,9	35,1	33,1	15,1	49,0	27,8	24,1	18,2	19,4	17,1	17,9
Geschäftserwartungen 2)	KT Salden 3)	2013	18,9	22,9	20,6	11,2	9,3	10,9	10,4	18,1	20,0	8,6	8,3	6,3
		2014	4,2	12,8	2,1	3,8	-1,7	7,7	-5,6	-0,9	-5,0	-6,4	4,2	-9,7



Dezember 2014/2

Indikator	Quelle/Einh.	Jahr	Jan	Feb	März	Apr	Mai	Jun	Jul	Aug	Sep	Okt	Nov	Dez
<b>Einzelhandel<sup>***)</sup></b>														
Umsatz 5)														
Einzelhandel (einschl. Kfz-Handel)	AS %	2013	1,4	-4,4	-6,1	4,6	0,3	-1,4	4,1	0,1	1,6	1,2	1,4	2,3
		2014	3,5	4,7	2,2	2,5	2,8	0,0	1,9	-0,5	3,9	1,8		
Einzelhandel im engeren Sinne 6)	AS %	2013	3,2	-1,8	-1,9	2,8	1,5	-1,3	5,5	1,5	0,7	1,0	3,1	0,9
		2014	2,3	3,6	-0,2	5,3	2,9	0,4	1,3	-0,6	3,1	2,4		
<b>Umsatzentwicklung nach Branchen 5)</b>														
<b>Verbrauchsgüter</b>														
Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	3,3	-2,9	-0,9	-0,1	0,0	-2,4	6,8	1,1	-0,2	0,1	0,2	1,4
		2014	2,1	3,0	-2,7	6,8	1,7	-0,3	-0,5	-4,1	1,8	0,9		
Einzelhandel mit Textilien, Bekleidung und Schuhen	AS %	2013	0,2	-2,9	-10,1	4,7	0,8	5,2	2,9	4,2	1,7	-0,3	7,0	-1,7
		2014	3,4	6,7	5,8	-0,2	6,5	-3,6	-0,3	6,1	-5,8	-3,7		
Apotheken	AS %	2013	2,2	-1,0	-4,9	5,7	-0,9	-2,5	7,4	2,8	5,9	4,1	2,9	7,5
		2014	5,3	6,6	5,7	5,7	8,7	7,0	7,1	3,5	10,0	6,0		
Einzelhandel mit Büchern	AS %	2013	-0,9	-4,3	0,9	-12,4	1,4	-4,9	0,6	-2,4	-1,7	-1,0	2,9	1,3
		2014	0,8	-2,2	-12,4	5,3	2,0	-5,6	-6,4	-1,4	5,3	-0,3		
Einzelhandel mit Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf	AS %	2013	1,9	-3,1	-1,4	0,9	-2,8	-2,8	0,9	-7,5	-1,8	-1,1	-3,2	-1,3
		2014	-1,0	3,3	-3,8	0,5	4,7	-2,3	-1,6	0,2	5,0	2,1		
<b>Gebrauchsgüter</b>														
Einzelhandel mit Möbeln, Einrichtungsgegenständen und sonstigem Hausrat	AS %	2013	1,1	-1,0	-2,8	4,7	2,8	-3,7	-0,2	-8,7	-2,3	-2,8	-2,4	-0,8
		2014	-0,8	2,5	0,4	-0,9	4,0	-1,7	1,4	2,8	5,6	3,2		
Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten	AS %	2013	-2,5	-7,4	1,2	6,8	-6,3	-3,5	-0,5	0,2	3,5	-1,6	3,4	0,2
		2014	-0,6	3,0	-7,2	-4,8	5,8	-1,7	6,9	-0,2	-0,2	4,2		
Einzelhandel mit Geräten der Informations- u. Kommunikationstechnik (in Verkaufsräumen)	AS %	2013	-1,4	-4,4	-3,1	-3,2	-4,5	-12,1	-6,2	-3,2	0,3	-2,4	-2,0	-4,5
		2014	-2,2	-3,0	-10,0	-2,2	3,9	-3,8	5,2	-5,2	-0,5	2,3		
Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf	AS %	2013	-3,1	-6,4	-24,6	3,0	-2,0	-1,4	4,6	-3,9	-2,5	-3,6	-2,0	-7,3
		2014	-2,6	1,6	16,8	-2,4	-5,2	-9,8	-10,2	-7,7	-3,4	-6,0		
Einzelhandel mit Spielwaren	AS %	2013	6,7	-2,0	11,6	-20,6	1,6	-7,4	0,6	-2,4	-1,5	0,5	2,3	-2,1
		2014	-11,7	2,4	-21,5	29,1	2,1	-1,3	2,8	4,1	6,2	0,5		
Einzelhandel mit Uhren und Schmuck	AS %	2013	7,8	-12,2	-0,2	-4,4	-10,3	-14,0	-14,6	-17,9	-21,6	-20,7	-13,5	-0,8
		2014	-14,3	-2,4	-14,2	-9,6	-2,3	-9,9	-2,7	0,2	7,2	4,9		

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

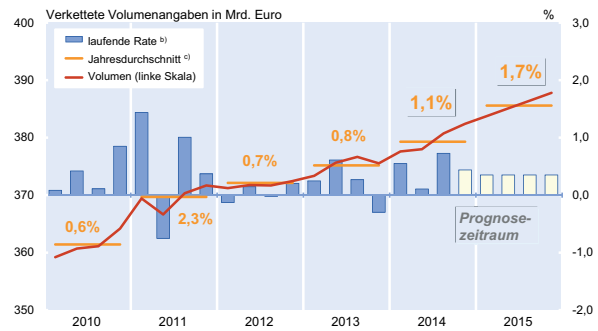
**Konsumperspektiven 2015:  
Privater Verbrauch steigt weiter**  
von Dr. W. Nierhaus, ifo Institut

Der private Konsum ist im Jahresverlauf 2014 merklich gestiegen, im dritten Quartal 2014 hat er mit einer laufenden Rate von 0,7% expandiert. Maßgeblich für die vergleichsweise hohe Rate war einmal, dass die Masseneinkommen beschleunigt gestiegen sind. So haben die monetären Sozialleistungen der privaten Haushalte zur Jahresmitte kräftig zugelegt: Dazu trug bei, dass die Altersbezüge der Bestandsrentner merklich angehoben wurden. Zudem können seither langjährig Versicherte erstmals mit 63 Jahren abschlagsfrei in Rente gehen. Zugleich wurde die bisherige Mütterrentenregelung erweitert. Außerdem wurden Personen mit verminderter Erwerbsfähigkeit besser abgesichert. Aber auch die Betriebsüberschüsse und Selbständigeneinkommen stiegen im dritten Quartal stark beschleunigt an. Insgesamt expandierten die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte zuletzt um 1,3%, real um 0,8%. Mehr nachgefragt wurden Pkw, zudem haben wohl viele private Haushalte angesichts der sinkenden Heizölpreise ihre Tankvorräte aufgefüllt.

Im vierten Quartal dürfte sich der Anstieg des realen privaten Konsums fortgesetzt haben. So haben die realen Einzelhandelsumsätze, ersten Schätzungen des Statistischen Bundesamts zufolge, im Oktober saisonbereinigt weiter expandiert, das Niveau des dritten Quartals wurde um 0,4% überschritten. Zugleich nahmen die Pkw-Neuzulassungen zu. Das Konsumentenvertrauen und die Bereitschaft zu größeren Anschaffungen sind weiterhin auf vergleichsweise hohem Niveau. Die Realeinkommensentwicklung wird zudem durch die deutlich nachgebenden Energiepreise gestützt; jeder Zehntelprozentpunkt weniger Inflation bedeutet für die privaten Haushalte auf das volle Jahr gerechnet einen Kaufkraftgewinn von 1 ¼ Mrd. Euro. Im Jahresdurchschnitt 2014 dürfte der reale private Konsum um 1,1% zunehmen (vgl. Abbildung).

Im kommenden Jahr dürfte der reale private Konsum weiter expandieren. Die Bruttolöhne und -gehälter werden mit 3,3% recht kräftig steigen. Netto fällt der Zuwachs mit 3,0 % jedoch geringer aus. Der Grundfreibetrag wird nicht weiter erhöht, zudem wirkt voll die Progression des Einkommensteuertarifs. Bei der gesetzlichen Rentenver-

**Reale Konsumausgaben der privaten Haushalte<sup>a)</sup>**  
Saison- und kalenderbereinigter Verlauf



<sup>a)</sup> Einschließlich privater Organisationen ohne Erwerbszweck.  
<sup>b)</sup> Veränderung gegenüber dem Vorquartal in % (rechte Skala).  
<sup>c)</sup> Zahlenangaben: Veränderung der Ursprungswerte gegenüber dem Vorjahr.  
Quellen: Statistisches Bundesamt; Berechnungen des ifo Instituts; ab 4. Quartal 2014: Prognose des ifo Instituts.

sicherung sinkt zwar der Beitragssatz von 18,9% auf 18,7%, zudem wird der Beitragssatz zur gesetzlichen Krankenversicherung von 15,5% auf 14,6% gesenkt. Allerdings können die Kassen zur Verbesserung der Finanzlage einkommensabhängige Zusatzbeiträge erheben. Zudem wird der Beitragssatz zur sozialen Pflegeversicherung um 0,3 Prozentpunkte erhöht. In der Summe werden die Beitragssätze in etwa konstant bleiben. Die monetären Sozialleistungen dürften im kommenden Jahr sehr kräftig zunehmen. So werden teilzeitarbeitende Eltern finanziell bessergestellt (Elterngeld plus), und die erste Stufe der Pflegereform tritt in Kraft. Zur Jahresmitte werden die Altersrenten erneut merklich angehoben (1,57% im Westen, 1,71% im Osten), zudem wirken die diesjährigen Leistungsausweitungen in der ersten Jahreshälfte nach. Alles in allem dürften die verfügbaren Einkommen der privaten Haushalte im kommenden Jahr um 2,5% expandieren. Die Sparquote wird annahmegemäß unverändert bleiben. Damit werden die nominalen Verbrauchsausgaben 2015 ebenfalls um 2,5% zulegen. Nach Abzug der Preissteigerung verbleibt ein realer Konsumzuwachs von 1,7% (vgl. Tabelle).

**Einkommen und Einkommensverwendung der privaten Haushalte**

Veränderung in % gegenüber dem Vorjahr

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

s) Schätzungen des ifo Instituts.

Quelle: Statistisches Bundesamt; Rechenstand 3. 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](http://www.cesifo-group.de).

und

GfK Marktforschung,

Nordwestring 101, 90319 Nürnberg,

Telefon (0911) 395-0, Telefax (0911) 39 52 09, [www.gfk.de](http://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.

