

Pressemeldung

Konjunkturerwartung in Österreich trübt sich ein

GfK Konsumklima 3. Quartal: Konjunktur bekommt Dämpfer, alleine die Konsumfreude bleibt weiter hoch

16. Oktober 2014

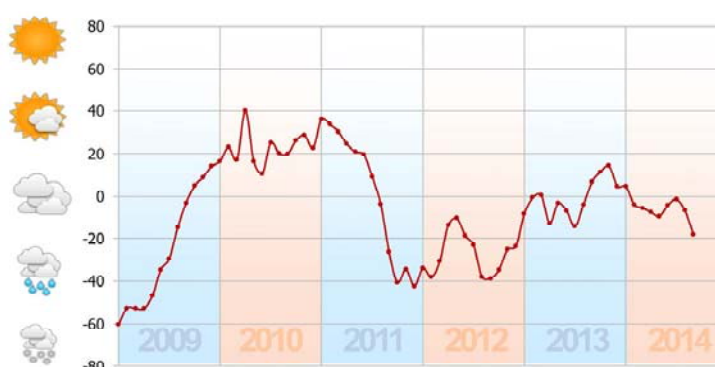
DI Paul Unterhuber
Sozial- und
Organisationsforschung
T +43 1 717-10 219
paul.unterhuber@gfk.com

Daniela Wimmer
Assistant to General
Management
T +43 1 717-10-118
F +43 1 717-10-176
daniela.wimmer@gfk.com

Wien, 16. Oktober 2014 – Im dritten Quartal 2014 zeigen die Ergebnisse des GfK Konsumklima Europa für Österreich ein sich eintrübendes Bild. Europaweit ist der Optimismus deutlich gedämpft, insbesondere die Konjunkturlokomotive Deutschland verlor durch die politischen Krisen der Sommermonate an Fahrt und bremst auch die Aussichten in Österreich.

Die Skepsis hat die Konsumentinnen und Konsumenten in Österreich erfasst: die Erwartungen an die Konjunktur haben sich merklich eingetrübt, die Entwicklung ist einheitlich hin zu einem Dämpfer in ganz Europa. „Die Kurve geht bergab. Die Krise in der Ukraine und die Exportorientierung Österreichs nach Mittel- und Osteuropa haben offenbar Anteil an dieser Entwicklung. Politisch dominierten die Wirtschaftssanktionen gegen Russland den Sommer“, so Paul Unterhuber von GfK Österreich.

GfK Konsumklima Europa
Konjunkturerwartung Österreich – September 2014



09/14
Quelle: GfK-Verbraucherbefragung im Auftrag der EU-Kommission

© by GfK SE 2

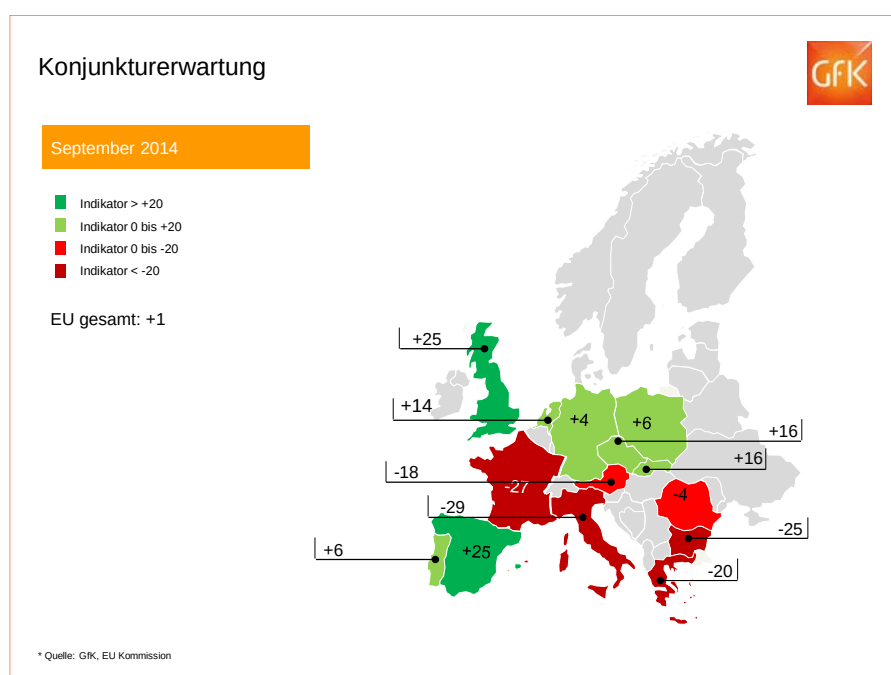
GfK Austria GmbH
Ungargasse 37
1030 Wien
Österreich
T +43 1 717 10 -0
F +43 1 717 10-194
www.gfk.com/at
at@gfk.com

Geschäftsführer
Peter Damisch
Mag. Alexander Zeh

Registriert beim Handelsgericht
Wien unter FN 119110m
Gesellschaftssitz: Wien

In ganz Europa hat sich die Wirtschaft schlechter entwickelt als von Wirtschaftsinstituten und Regierungen angenommen. Die schwächere Entwicklung in Deutschland (insbesondere durch zurückgehende Nachfrage aus dem Ausland), die strukturellen Probleme Frankreichs und Italiens sowie die Konflikte in der Ukraine und mit der IS in Syrien und dem

Irak tragen zu dieser unerwarteten Verschlechterung bei. Die Verbraucherstimmung in Deutschland hat sich im letzten Quartal deutlich verschlechtert. Erreichte die Konjunkturerwartung im Juni mit 46,2 Punkten den höchsten Stand seit drei Jahren, ist sie seither mit einem Minus von knapp 42 Punkten regelrecht eingebrochen. Aktuell liegt der Indikator bei 4,4 Punkten. „Die Stimmung nach der gewonnenen Fußball-Weltmeisterschaft wurde rasch durch die politischen Ereignisse verdrängt und wich einer generellen Vorsicht und Zurückhaltung“, so Unterhuber.



In Österreich ist der entsprechende Indikator im dritten Quartal um rund 12 Zähler auf -18 Punkte im September gefallen (im Vergleich zu Juni 2014). Das ist der niedrigste Wert seit Dezember 2012.

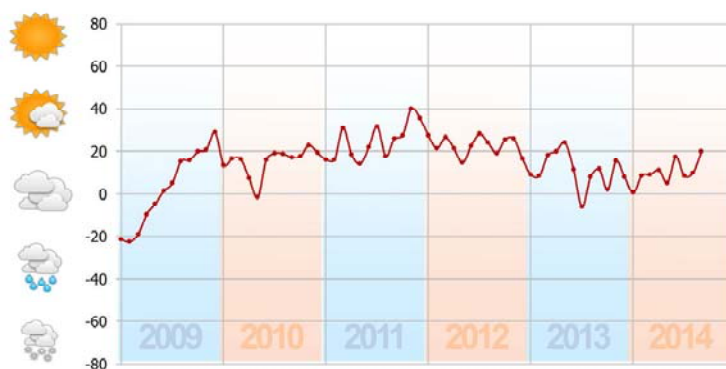
Österreich: Steuerreform weckt Erwartungen

Die Einkommenserwartung in Österreich ist zwar leicht gesunken, dennoch liegt der Indikator mit 1,5 Punkten nur noch wenig über seinem langjährigen Durchschnittswert von 0 Zählern. Zuletzt stand er im Juni 2012 niedriger.

Einzig die Anschaffungsneigung passt sich diesem Trend nicht an. Sie ist im Sommer um 2,6 Punkte auf 19,8 Zähler gestiegen. Im Juli war sie jedoch auf 8,4 Punkte gefallen. „Die anhaltende Diskussion über die Steuerreform in Österreich und die damit einhergehende Erwartung, dass die Konsumentinnen und Konsumenten mehr Geld zur Verfügung haben, dürfte die Konsumlaune weiter gesteigert haben. Spannend wird die Frage, ob sich diese positive Stimmung im Weihnachtsgeschäft niederschlägt“, so

Paul Unterhuber.

GfK Konsumklima Europa Anschaffungsneigung Österreich – September 2014



09/14
Quelle: GfK-Verbraucherbefragung im Auftrag der EU-Kommission

© by GfK SE 10

Nach Deutschland (plus 43) ist die Konsumlaune in Österreich (plus 20) im Vergleich zu den anderen Ländern am zweithöchsten.

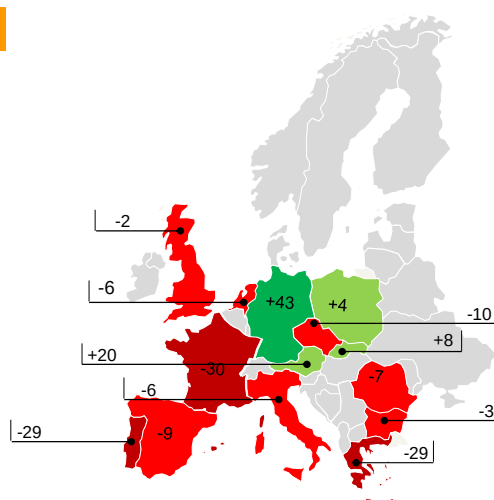
Anschaffungsneigung



September 2014

- Indikator > +20
- Indikator 0 bis +20
- Indikator 0 bis -20
- Indikator < -20

EU gesamt: +2



* Quelle: GfK, EU Kommission

Zur Studie

Die Ergebnisse zum GfK Konsumklima Europa stammen aus einer Konsumentenbefragung, die im Auftrag der EU-Kommission in allen Ländern der Europäischen Union durchgeführt wird. In den 28 Ländern werden monatlich etwa 40.000 Personen befragt, in Österreich sind es 1500 telefonisch durchgeführte Interviews. Diese sind repräsentativ für die erwachsene Bevölkerung ab 15 Jahren.

Grundlage der GfK-Indikatoren zum Konsumklima Europa sind monatlich vorgenommene Befragungen zur Stimmung der Konsumenten. Dabei geht es zum einen um die gesamtwirtschaftliche Situation der einzelnen Länder und zum anderen um die Lage der Haushalte selbst.

Die Fragen zum Konsumklima Europa werden monatlich überwiegend im so genannten Omnibus durchgeführt. Dabei handelt es sich um eine Mehrthemenbefragung, die entweder per Telefon oder face-to-face, das heißt im Rahmen einer persönlichen Befragung, durchgeführt wird.

Aus dem monatlichen Frageprogramm von insgesamt 12 Fragen werden für das GfK Konsumklima Europa jeweils 5 Fragen ausgewählt, da sie für das Konsumklima eine entscheidende Rolle spielen.

Berechnung der ausgewählten fünf Indikatoren Konjunktur-, Preis- und Einkommenserwartung sowie Anschaffungs- und Sparneigung:

Grundlage der Ermittlung der Indikatoren sind so genannte Salden. Hier wird vom Anteil der Konsumenten, die positiv geantwortet haben (zum Beispiel: finanzielle Lage des Haushalts wird sich (viel) besser entwickeln), der Anteil derjenigen abgezogen, die negativ geantwortet haben (zum Beispiel: die finanzielle Lage des Haushalts wird sich (viel) schlechter entwickeln).

In einem weiteren Schritt wird dieser Saldo mit gängigen statistischen Verfahren standardisiert und transformiert, so dass der langfristige Durchschnitt des Indikators bei 0 Punkten liegt und einen theoretischen Wertebereich von +100 bis -100 Punkten aufweist. Empirisch waren allerdings bislang seit dem Jahr 1980 meist Werte zwischen +60 und -60 Punkten realistisch.

Zeigt ein Indikator einen positiven Wert, so ist die Bewertung dieser Größe durch den Konsumenten im langfristigen Vergleich überdurchschnittlich. Entsprechend umgekehrt ist es für negative Werte. Durch die Standardisierung können die Indikatoren unterschiedlicher Länder besser verglichen werden, da mentalitätsbedingte Niveauunterschiede im Antwortverhalten ausgeglichen werden, am grundsätzlichen Verlauf des Indikators dagegen nichts verändert wird.

Über GfK

GfK steht für zuverlässige und relevante Markt- und Verbraucherinformationen. Durch sie hilft das Marktforschungsunternehmen seinen Kunden, die richtigen Entscheidungen zu treffen. GfK verfügt über 80 Jahre Erfahrung im Erheben und Auswerten von Daten. Rund 13.000 Experten vereinen globales Wissen mit Analysen lokaler Märkte in mehr als 100 Ländern. Mithilfe innovativer Technologien und wissenschaftlicher Verfahren macht GfK aus großen Datenmengen intelligente Informationen. Dadurch gelingt es den Kunden von GfK, ihre Wettbewerbsfähigkeit zu steigern und das Leben der Verbraucher zu bereichern.

Weitere Informationen erhalten Sie unter www.gfk.com/de. Folgen Sie uns auf Twitter: www.twitter.com/gfk_de