

Konsumkredit-Index: Nachfrage bleibt stabil

Von Peter Wacket

Für das laufende Jahr ist eine konstante Nachfrage für Konsumentenkredite zu erwarten. Zu diesem Ergebnis kommt der neue Konsumkredit-Index, den der Bankenfachverband gemeinsam mit der GfK veröffentlicht hat. Zunehmen dürfte demnach die Nachfrage nach Krediten für Haushaltsgroßgeräte, gefolgt von Gebrauchtwagen, bei denen die Anschaffungsneigung zwar konstant, das Interesse an Finanzierungen aber deutlich gestiegen ist. Die Finanzierungsbereitschaft für Unterhaltungselektronik ist dagegen rückläufig. Bei Neuwagenfinanzierungen ergibt sich die sinkende Absatzerwartung aus der geringen Anschaffungsneigung. Red.

Rund 38 Prozent der Verbraucherhaushalte nutzen heutzutage Finanzierungen jeder Art, um sich Konsumgüter anzuschaffen. Mehr als jeder Vierte verwendet dazu einen Ratenkredit. Dies sind Ergebnisse der Grundlagenstudie zur Konsum- und Kfz-Finanzierung, welche der Bankenfachverband bereits seit 2008 gemeinsam mit der GfK Finanzmarktforschung durchführt und jedes Jahr im Oktober veröffentlicht. Offenkundig ist, dass Kredite eine bedeutsame Rolle für den Absatz von Waren und für die konjunkturelle Entwicklung in Deutschland insgesamt haben.

Vor diesem Hintergrund war es dem Bankenfachverband ein Anliegen, ein Prognose-Tool zu schaffen, das die künftige Kreditaufnahme durch Verbraucher valide vorhersagen kann. Zu diesem Zweck hat der Verband gemeinsam mit der GfK den Konsumkredit-Index, kurz KKI, entwickelt, den er künftig zweimal pro Jahr veröffentlichen wird. Dies wird einmal in Form einer Frühjahrsprognose und auch als Herbstprognose passieren, sodass auch unterjährige Entwicklungen gut ablesbar sind. Grundlage des Indexes ist jeweils eine repräsentative Befragung der deutschen Gesamtbevölkerung.

Der Konsumkredit-Index hat seinen Startpunkt zum einen in der aktuellen Untersuchung – dazu hat die GfK Anfang 2011 rund 2 000 Verbraucherhaushalte befragt. Zum anderen gründet er sich auch auf die Erkenntnisse der Studien zur Konsum- und Kfz-Finanzierung aus den Jahren 2008 bis 2010.

Um zu erfahren, wie sich die Aufnahme von Konsumkrediten im Jahr 2011 entwickeln wird, hat die GfK zum einen die Verbraucher danach gefragt, welche Arten

von Konsumgütern sie im laufenden Jahr anschaffen wollen.

In einem zweiten Schritt hat sie danach gefragt, ob die Verbraucher planen, diese Konsumanschaffungen auch mit einem Kredit zu finanzieren.

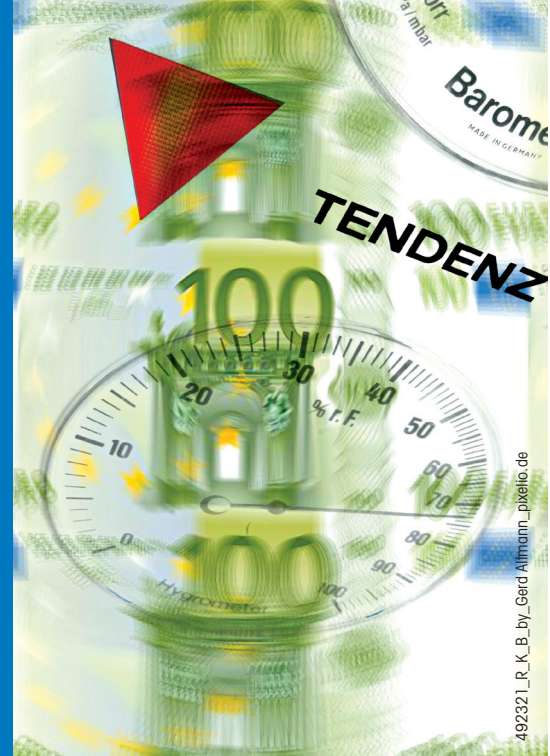
Beide Erkenntnisse, zum einen die Anschaffungsplanung bestimmter Konsumgüter und zum anderen die Finanzierungsplanung dieser Güter, wurden in einem Gesamtindex verdichtet. Denn beide Faktoren sind maßgeblich dafür, wie viele Kredite in Zukunft aufgenommen werden. Ein hoher Indexwert für eine bestimmte Produktgruppe wie zum Beispiel Autos bedeutet, dass es künftig mehr Autofinanzierungen geben wird. Dies kann entweder darin begründet sein, dass die Verbraucher planen, sich mehr Autos anzuschaffen, oder etwa darin, dass sie eher dazu bereit sind, ein bestimmtes Konsumgut per Kredit zu finanzieren. Gerade bei den Index-Werten für Neuwagen und Gebrauchtwagen sind die Haltungen der Verbraucher sehr unterschiedlich.

Anschaffungs- und Finanzierungsplanung

Der Konsumkredit-Index umfasst die wichtigsten Konsumgütergruppen wie Neu- und Gebrauchtwagen, Möbel und Haushaltsgeräte sowie Unterhaltungselektronik, Renovierungsmaßnahmen und Urlaubsreisen.

Zum Autor

Peter Wacket ist Geschäftsführer des Bankenfachverbands e.V., Berlin.



Für jede Produktgruppe gibt es jeweils einen Index-Teilwert für die Anschaffungsplanung und für die Finanzierungsplanung. Um den Gesamt-Index zu bilden, wurden beide Teilwerte auf Grundlage der einzelnen Produktkategorien gewichtet. Dabei wurden sowohl das Kreditvolumen bei der Finanzierungsplanung als auch die Anteile der Finanzierungsobjekte bei der Anschaffungsplanung berücksichtigt.

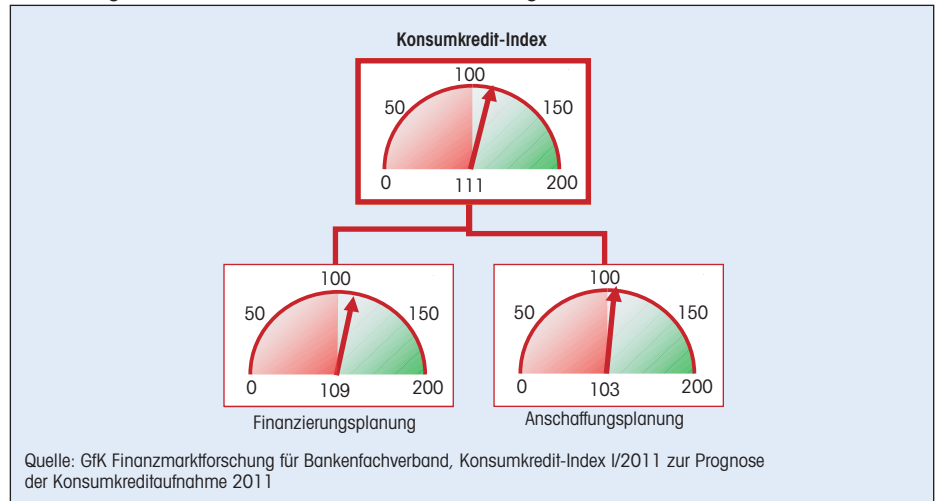
Die gewichteten Index-Teilwerte bilden zusammen den Konsumkredit-Index, wie Abbildung 1 verdeutlicht. Wenn beide Teilwerte positiv beziehungsweise negativ ausfallen, so potenziert sich dadurch der Gesamtindex. Fällt ein Teilwert positiv und der andere negativ aus, so kompensieren sich beide Werte tendenziell und ergeben einen relativ stabilen Gesamtindex. Dabei kann ein konstanter Wert einerseits bedeuten, dass weniger Verbraucher ein bestimmtes Konsumgut anschaffen wollen, sie aber eher geneigt sind, dafür einen Kredit zu nutzen. Andererseits kann es auch heißen, dass zwar mehr Verbraucher ein bestimmtes Konsumgut kaufen, aber weniger dabei eine entsprechende Finanzierung planen.

Kreditaufnahme konstant

Der Konsumkredit-Index für das laufende Jahr weist mit 111 Punkten einen stabilen Wert aus, mit einer leicht positiven Tendenz. Demnach wird die Kreditaufnahme der Verbraucher 2011 konstant bleiben. Eine steigende Tendenz in der geplanten Kreditaufnahme ist ab einem Index-Wert von 125 Punkten gegeben. Ein Wert von 150 Punkten spricht sogar für ein starkes Wachstum der Finanzierungen. Die einzelnen Teilwerte des Gesamt-Indexes sind für die verschiedenen Konsumgütergruppen dabei sehr unterschiedlich ausgeprägt, wie Abbildung 2 veranschaulicht.

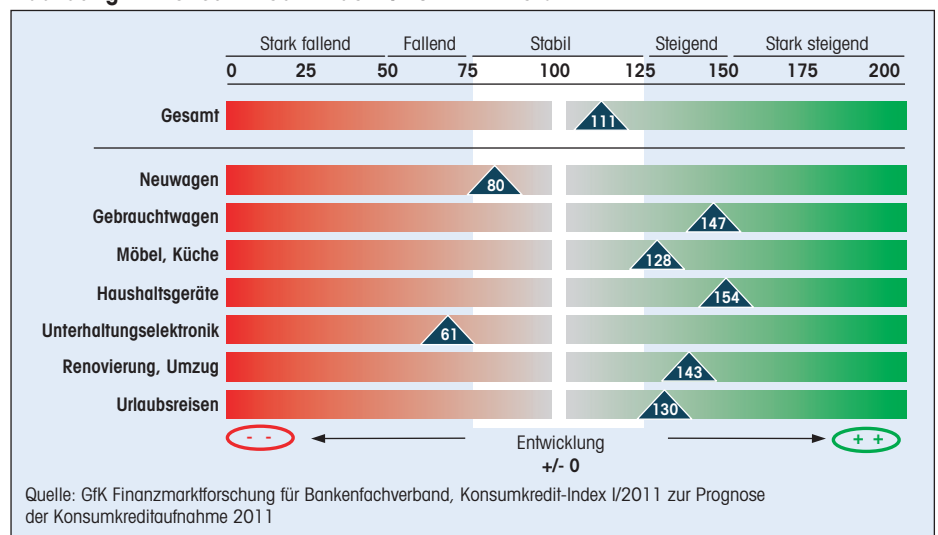
Bei den Krediten für Haushaltsgroßgeräte ist 2011 die mit Abstand deutlichste Zunahme zu erwarten. Mit einem Index-Wert von 154 Punkten kann man in die

Abbildung 1: Konsumkredit-Index – Berechnung



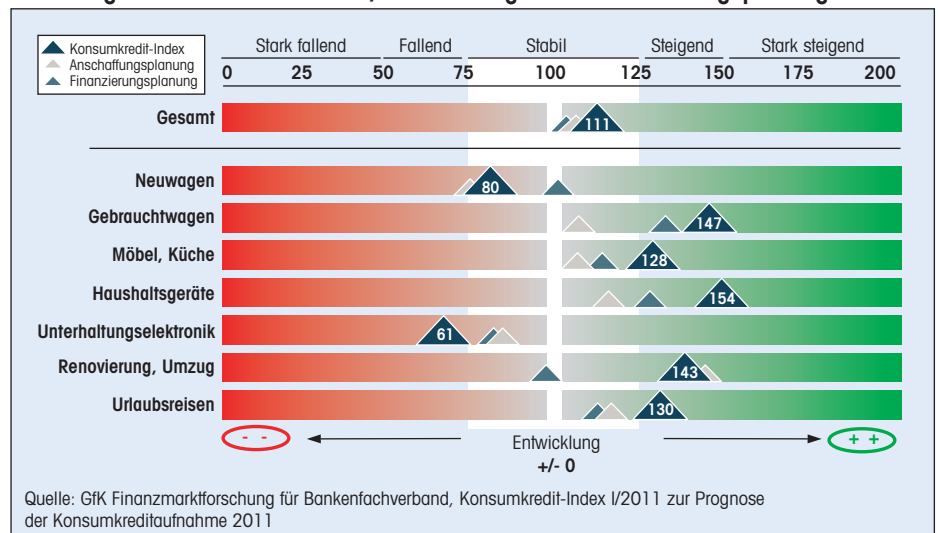
Quelle: GfK Finanzmarktforschung für Bankenfachverband, Konsumkredit-Index I/2011 zur Prognose der Konsumkreditaufnahme 2011

Abbildung 2: Konsumkredit-Index I/2011 im Detail



Quelle: GfK Finanzmarktforschung für Bankenfachverband, Konsumkredit-Index I/2011 zur Prognose der Konsumkreditaufnahme 2011

Abbildung 3: Konsumkredit-Index, Anschaffungs- und Finanzierungsplanung im Detail



Quelle: GfK Finanzmarktforschung für Bankenfachverband, Konsumkredit-Index I/2011 zur Prognose der Konsumkreditaufnahme 2011



bank und markt
Zeitschrift für Retailbanking

Verlag und Redaktion:

Verlag Fritz Knapp GmbH
Aschaffenburger Straße 19, 60599 Frankfurt am Main,
Postfach 111151, 60046 Frankfurt am Main,
Telefon 069/97 0833-0, Telefax 069/7 07 84 00,
www.kreditwesen.de,
E-Mail: red.bum@kreditwesen.de

Herausgeber: Klaus-Friedrich Otto

Chefredaktion: Dr. Berthold Morschhäuser, Swantje Benkelberg,
Philipp Otto

Redaktion: Lars Haugwitz, Alexander Hofmann, Barbara Hummel

Redaktionssekretariat: Elke Hildmann

Die mit Namen versehenen Beiträge geben nicht immer die Meinung der Redaktion wieder. Bei unverlangt eingesandten Manuskripten ist anzugeben, ob dieser oder ein ähnlicher Beitrag bereits einer anderen Zeitschrift angeboten worden ist. Beiträge werden nur zur Alleinveröffentlichung angenommen.

Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.

Manuskripte: Mit der Annahme eines Manuskripts zur Veröffentlichung erwirbt der Verlag vom Autor das ausschließliche Verlagsrecht sowie das Recht zur Einspeicherung in eine Datenbank und zur weiteren Vervielfältigung zu gewerblichen Zwecken in jedem technisch möglichen Verfahren. Die vollständige Fassung der Redaktionsrichtlinien finden Sie unter www.kreditwesen.de.

Verlagsleitung: Uwe Cappel

Anzeigenleitung: Ralf Werner, Tel. 069/97 0833-43.

Anzeigenposition: Anne Guckes, Tel. 069/9 708 33-26, sämtl. Frankfurt am Main, Aschaffenburger Straße 19.

Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 40 vom 1.1.2011.

Erscheinungsweise: Am 1. jeden Monats.

Bezugsbedingungen: Abonnementspreise incl. MwSt. und Versandkosten: jährlich € 386,56, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 198,56. Ausland: jährlich € 396,48. Preis des Einzelheftes € 20,00 (zuzügl. Versandkosten).

Verbundabonnement mit der „Zeitschrift für das gesamte Kreditwesen“: jährlich € 725,28, bei Abonnements-Teilzahlung: 1/2jährlich € 381,00. Ausland: jährlich € 752,64.

Studentenabonnement: 50% Ermäßigung (auf Grundpreis).

Der Bezugszeitraum gilt jeweils für ein Jahr. Er verlängert sich automatisch um ein weiteres Jahr, wenn nicht einen Monat vor Ablauf dieses Zeitraumes eine schriftliche Abbestellung vorliegt. Bestellungen aus dem In- und Ausland direkt an den Verlag oder an den Buchhandel.

Probeheftanforderungen bitte unter
Tel.-Nr. 069/97 0833-32 oder -25

Als Supplement liegt „cards Karten cartes“ jeweils am 1. Februar, 1. Mai, 1. August und 1. November dieser Zeitschrift bei.

Bei Nichterscheinen ohne Verschulden des Verlages oder infolge höherer Gewalt entfallen alle Ansprüche.

Bankverbindungen: Postbank Frankfurt 60482-609 (BLZ 50010060), Landesbank Hessen-Thüringen-Girozentrale 10555001 (BLZ 50050000), sämtliche in Frankfurt am Main.

Druck: Druckerei Hassmüller Graphische Betriebe GmbH & Co. KG, Königsberger Straße 4, 60487 Frankfurt.

ISSN 1433-5204



sem Feld mit einer stark steigenden Kreditaufnahme rechnen.

■ Fast auf gleicher Höhe rangieren die Gebrauchtwagen mit einem Wert von 147 Punkten, gefolgt von Renovierungen und Umzügen mit 143 Punkten. Die Urlaubsreisen liegen bei 130 und der Bereich Möbel und Küchen bei 128 Punkten. Für die vier zuletzt genannten Produktgruppen ist zwar von keiner übermäßigen, aber doch von einer steigenden Kreditnutzung auszugehen.

■ Eine leichte Zurückhaltung auf Verbraucherseite zeigt sich dagegen bei Neuwagenfinanzierungen, wobei sich der Index-Wert mit 80 Punkten noch im stabilen Bereich bewegt.

■ Eine eindeutig zurückgehende Kreditaufnahme zeigt der Wert für Unterhaltungselektronik an. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass Computer und Elektronik-Artikel eher Spontankäufe sind. Daher könnte sich die Nachfrage in dieser Produktgruppe noch kurzfristig erhöhen.

Die Hintergründe der Teil-Indizes für die einzelnen Konsumgütergruppen sind aus Abbildung 3 ersichtlich. Hier zeigt sich der Zusammenhang zwischen Konsumkredit-Index, der Anschaffungsplanung und der Finanzierungsplanung.

Weniger Kredite für Neuwagen, mehr für Gebrauchtwagen

Insgesamt liegt der Konsumkredit-Index für das Jahr 2011 bei 111 Punkten. Die Werte für die Anschaffungs- und Finanzierungsplanung bewegen sich über alle Produktkategorien hinweg mit 103 beziehungsweise 109 Punkten ebenfalls auf stabilem Niveau, mit einer leicht positiven Tendenz. Bei den Autofinanzierungen ist eine gegenläufige Entwicklung ablesbar. Der Umstand, dass 2011 weniger Neuwagenfinanzierungen zu erwarten sind, liegt einzig und allein daran, dass die Verbraucher weniger Neuwagen anschaf-

fen wollen. Die Finanzierungsneigung der Verbraucher bei Neuwagen ist dagegen stabil.

Genau umgekehrt verhält es sich bei den Gebrauchtwagenfinanzierungen. Hier planen die Verbraucher in gleichem Maße wie im Vorjahr, sich gebrauchte Autos anzuschaffen. Was allerdings deutlich zunimmt, ist ihre Absicht, Gebrauchtfahrzeuge auch zu finanzieren. Dieser Umstand könnte dadurch erklärt werden, dass der Handel hier entsprechend mehr Angebote bereithält.

Mehr Finanzierungen für Haushalt und Wohnen

In der Gesamtschau fällt auf, dass die Verbraucher im laufenden Jahr mehr Kredite für die Verschönerung der eigenen vier Wände aufnehmen wollen. Die Index-Werte für Möbel und Küchen sowie für Haushaltsgroßgeräte sind insgesamt positiv, wobei die Finanzierungsneigung in beiden Feldern jeweils höher ist als die Anschaffungsplanung. Auch Kredite für Umzüge und Renovierungen werden zunehmen. Dies liegt aber ausschließlich daran, dass die Verbraucher hier mehr investieren wollen. Ihre Neigung, dies per Kredit zu bewerkstelligen, hat sich nicht erhöht, sondern bleibt konstant.

Der zu erwartende Rückgang bei Unterhaltungselektronik rührt sowohl von einer leicht rückläufigen Anschaffungsplanung her als auch von einer sinkenden Finanzierungsbereitschaft. In diesem Feld könnten aber gewisse Spontankäufe für einen Ausgleich sorgen, denn die Anschaffung kleinteiliger Konsumgüter wird in der Regel weniger vorausgeplant. Was den Urlaub angeht, so verspüren die Verbraucher sowohl eine leicht wachsende Neigung zu verreisen als auch, sich die Erholung per Kredit zu leisten.

Der aktuelle Konsumkredit-Index ist abrufbar unter: www.bfach.de/media/file/5115.Konsumkredit-Index_Gesamtuebersicht.pdf

Die nächste Veröffentlichung des Indexes wird im Rahmen der Herbstprognose im September 2011 erfolgen.