

Sporočilo za medije

14. oktober 2016

Rolf Bürkl
Tel. +49 911 395 3056
rolf.buerkl@gfk.com

Ursula Fleischmann
Korporativno komuniciranje
Tel: +49 911 395 2745
ursula.fleischmann@gfk.com

Raziskava podjetja GfK o potrošniški klimi v Evropi: negotovost vpliva na razpoloženje med potrošniki

Rezultati raziskave podjetja GfK o potrošniški klimi v Evropi za tretje četrletje 2016

Nürnberg, 14. oktober 2016 – Glavna nadnacionalna tema v tretjem četrletju, še posebej na njegovem začetku, je bila odločitev Britancev, da zapustijo EU. V posameznih evropskih državah so sicer prevladovale predvsem teme, značilne za posamezno državo. Gospodarska in prihodkovna pričakovanja ter pokazatelji nagnjenosti k nakupom se po Evropi niso razvijali enakomerno. V splošnem je potrošniška klima v EU28 od junija do septembra padla s 13,1 točke na 12,3 točke.

Začetek tretjega četrletja je zaznamovala odločitev Združenega kraljestva s konca junija, da zapusti EU. V skoraj vseh evropskih državah in seveda še posebej v Združenem kraljestvu so zaupanje potrošnikov ter predvsem gospodarska pričakovanja padla, v nekaterih primerih močno. Klima med potrošniki v EU28 je s 13,1 točke v juniju padla na 10,0 točk v juliju. Do septembra si je opomogla in se dvignila na 12,3 točke. Že v avgustu so debate o Brexitu po Evropi postale veliko zmernejše. Prevladovale so druge teme, značilne za posamezne države. Vpliv Brexita na razpoloženje evropskih potrošnikov bo mogoče zagotovo napovedati šele, ko se bodo začela dejanska pogajanja in bo izstop Združenega kraljestva iz EU bliže.

Gospodarsko se Evropa razvija pozitivno. Skoraj vse države poročajo o gospodarski rasti, v nekaterih primerih je ta izjemna. To kažejo tudi številke s področja nezaposlenosti. V večini držav se zaposlenost povečuje in stopnje nezaposlenosti padajo. Vendar ti pozitivni vidiki ne vodijo v bistveno povečanje gospodarskih in dohodkovnih pričakovanj med potrošniki. Tudi nagnjenost k nakupom ni bila vedno skladna s splošnim gospodarskim razvojem posamezne države. Videti je, da so trenutno dejavniki tudi teme, značilne za posamezno državo, ter splošni psihološki dejavniki in temeljne negotovosti, kot so še vedno trajajoča vojna v Siriji, teroristični napadi v Franciji in Nemčiji, vzpon desničarskih populističnih strank na volitvah in v anketah ter prihajajoče ameriške predsedniške volitve.

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 0

Izvršni odbor:
Dr. Gerhard Hausruckinger
(govorec za upravni odbor)
Christian Diedrich (glavni
finančni direktor)
Matthias Hartmann
David Krajicek
Alessandra Cama

Predsednica
nadzornega odbora:
Ralf Klein-Bölting

Registracijsko sodišče:
Nürnberg HRB 25014

Slovenija: Zaupanje potrošnikov na najvišji ravni v zadnjih devetih letih

Gospodarstvo v Sloveniji še naprej raste z 2,0 do 2,8 odstotka v primerjavi z enakim četrtletjem lansko leto. Čeprav so se gospodarska pričakovanja v tretjem četrtletju dvignila za 8,1 točk, so v septembru s 6,1 točk na relativno nizki ravni. Pred enim letom je indikator kazal 27,8 točk. Večina Slovencev očitno meni, da se takšen pozitiven razvoj gospodarstva ne bo nadaljeval.

Skepticizmu navkljub potrošniki predvidevajo, da bodo prihodki v prihodnjih mesecih rasli. Ustrezen pokazatelj je junija zrasel za 5,5 točk in septembra dosegel 17,9 točk. Ta optimizem prav gotovo podpirajo tudi še naprej padajoča stopnja nezaposlenosti. Stopnja nezaposlenosti je pred kratkem znašala 7,8 odstotka, kar je pod trenutnim evropskim povprečjem, ki znaša 8,6 odstotka.

Število slovenskih potrošnikov, ki menijo, da zdaj ni pravi čas za nakup izdelkov ali storitev z visoko vrednostjo, se počasi zmanjšuje. Nagnjenost k nakupom je septembra znašala 8,8 točk. To je najvišja vrednost od oktobra 2007.

Več o podjetju GfK

Podjetje za raziskovanje trga GfK je zanesljivi vir relevantnih informacij o trgu in potrošnikih, s katerimi njihove stranke sprejemajo pametne odločitve. Več kot 13.000 strokovnjakov za raziskovanje trga svojo strast združuje z dolgoletnimi izkušnjami podjetja GfK s področja podatkovne znanosti. GfK tako zagotavlja ključne svetovne vpogleda združene z znanjem z lokalnih trgov več kot 100 držav. Z uporabo inovativnih tehnologij in podatkovnih znanosti podjetje GfK velike podatke spreminja v pametne podatke ter svojim strankam omogoča, da izboljšajo svojo konkurenčnost ter obogatijo izkušnje in povečajo izbire potrošnikov.

Več informacij je na voljo na www.gfk.com. Sledite nam na Twitterju: <https://twitter.com/GfK>

Odgovorna oseba po nemškem zakonu o medijih
GfK SE, Korporativno komuniciranje
Jan Saeger

Nordwestring 101
90419 Nürnberg
T +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com