



An NIQ  
Company



Nuremberg Institute  
for Market Decisions

# Pressemitteilung

## Konsumklima klettert auf den höchsten Stand seit April 2022

29. Oktober 2024

Eva Böhm  
Public Relations  
T +49 911 395 4440  
public.relations@smb.nielseniq.  
com

**Nürnberg, 29. Oktober 2024 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland setzt im Oktober ihre Erholung fort. Da sich sowohl die Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung zum zweiten Mal nacheinander verbessern und die Sparneigung etwas zurück geht, steigt auch die Prognose des Konsumklimas zum zweiten Mal in Folge: Für November wird für das Konsumklima im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,0 Punkte) ein Anstieg von 2,7 Zähler auf -18,3 Punkte prognostiziert. Dies ist der höchste Wert seit April 2022 – wobei das Niveau des Konsumklimas nach wie vor niedrig ist. Zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung äußern sich die deutschen Verbraucher allerdings erneut etwas pessimistischer. Dies zeigen die aktuellen Ergebnisse des GfK Konsumklimas *powered by NIM*. Es wird seit Oktober 2023 gemeinsam von GfK und dem Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM), Gründer der GfK, herausgegeben.**

Die gestiegene Anschaffungsneigung, aber vor allem die optimistischeren Einkommensaussichten führen dazu, dass das Konsumklima seine Erholung fortsetzen kann. Ein moderater Rückgang der Sparneigung um 4,8 Punkte unterstützt diese positive Entwicklung.

„Nach der leichten Verbesserung im Vormonat steigt das Konsumklima weiter an. Es klettert auf den höchsten Wert seit April 2022. Damals wurden, nach Beginn des Ukraine-Krieges, -15,7 Punkte gemessen“, **erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM.** „Aber trotz des Anstiegs bleibt das Niveau des Konsumklimas nach wie vor überaus niedrig. Die Verunsicherung durch Krisen, Kriege und gestiegene Preise ist derzeit immer noch sehr ausgeprägt und verhindert, dass für den Konsum positive Faktoren, wie spürbare reale Einkommenszuwächse, nicht ihre volle Wirkung entfalten können. Meldungen über eine steigende Zahl an Unternehmensinsolvenzen und über Beschäftigungsabbaupläne bzw. Produktionsverlagerungen ins Ausland verhindern zudem eine deutlichere Erholung der Konsumstimmung“.

GfK GmbH  
Sophie-Germain-Straße 3 – 5  
90433 Nürnberg  
Deutschland

T +49 911 395 0

Vorstand:  
Emilie Darolles  
Joshua Hubbert

Vorsitzender des Aufsichtsrats:  
John Blenke

Handelsregister:  
Nürnberg HRB 42397

### Negativtrend der Konjunkturerwartung setzt sich fort

Im Gegensatz zur Konsumstimmung sehen die deutschen Verbraucher die konjunkturelle Entwicklung für die kommenden 12 Monate erneut etwas

pessimistischer. Die Konjunkturerwartungen sinken zum dritten Mal in Folge. Mit einem geringen Minus von 0,5 Zählern weist der Konjunkturindikator aktuell 0,2 Punkte auf. Ein geringerer Wert wurde zuletzt im März 2024 mit -3,1 Punkten gemessen.

So hat auch die Bundesregierung ihre ursprüngliche Prognose für das Wirtschaftswachstum in diesem Jahr nach unten revidiert. Beim Bruttoinlandsprodukt wird jetzt ein Minus von 0,2 Prozent erwartet.

### **Einkommenserwartungen setzen Erholung fort**

Die Erwartungen bezüglich der künftigen finanziellen Lage des eigenen Haushalts in den kommenden 12 Monaten wird von den Befragten zum zweiten Mal in Folge etwas optimistischer eingeschätzt. Der Indikator Einkommenserwartung legt gegenüber dem Vormonat um 3,6 Zähler zu und klettert damit auf 13,7 Punkte. Gegenüber dem entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Plus deutliche 29 Punkte.

Sinkende Inflationsraten in Verbindung mit deutlich steigenden Löhnen und Gehältern lassen derzeit die realen Einkommenszuwächse signifikant steigen. Auch die Rentner verfügen derzeit über reale Zuwächse bei ihren Einkünften. Dies nährt den Einkommensoptimismus.

### **Anschaffungsneigung klettert auf höchsten Stand seit März 2022**

Der steigende Einkommensoptimismus sorgt bei der Anschaffungsneigung für Rückenwind. Der Indikator gewinnt 2,2 Zähler hinzu und weist nun -4,7 Punkte auf. Dies ist der höchste Stand seit mehr als zweieinhalb Jahren: Im März 2022 wurde zuletzt mit -2,1 Punkten ein besserer Wert gemessen. Die Anschaffungsneigung zeigt also momentan einen leicht steigenden Trend. Allerdings ist das Niveau nach wie vor sehr niedrig. Zudem können weitere belastende Umstände in den nächsten Monaten hinzukommen: Die Arbeitslosigkeit und die Zahl der Unternehmensinsolvenzen sind zuletzt leicht angestiegen. Dies wird die Sorgen um den Arbeitsplatz bei einer Reihe von Beschäftigten erhöhen. Und diese Sorge kann ein belastender Faktor für die Konsumneigung sein.

Die folgende Tabelle zeigt die Werte der einzelnen Indikatoren im Oktober 2024 im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

		2024			2023
		November	Oktober	September	Oktober
	Konjunkturerwartung	-	0,2	0,7	-2,4
	<b>Einkommenserwartung</b>	-	<b>13,7</b>	<b>10,1</b>	<b>-15,3</b>
	<b>Anschaffungsneigung</b>	-	<b>-4,7</b>	<b>-6,9</b>	<b>-16,3</b>
	<b>Sparneigung</b>	-	<b>7,2</b>	<b>12,0</b>	<b>8,5</b>
<b>Konsumklima<sup>1</sup></b>		<b>-18,3</b>	<b>-21,0</b>	<b>-21,9</b>	<b>-26,7</b>

Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

<sup>1</sup>Das Konsumklima kann als vorlaufender Indikator für das Konsumverhalten in Deutschland interpretiert werden. Analysen haben gezeigt, dass die Stimmung ein Frühindikator für die tatsächliche Entwicklung des privaten Konsums ist. Aus den im Oktober ermittelten Werten der Einkommenserwartung, Anschaffungsneigung und Sparneigung errechnet sich das Konsumklima – als Frühindikator für die Entwicklung des Konsums im Oktober.

Die folgende **Grafik** zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikatoren im Verlauf der letzten Jahre:

### Konsumklima klettert auf den höchsten Stand seit April 2022

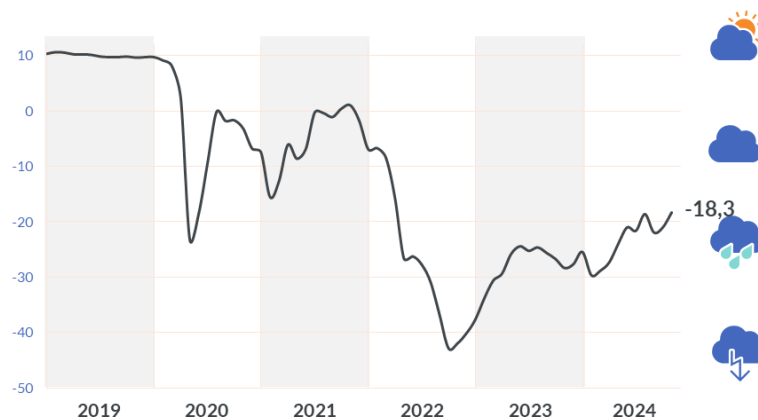


An/AG Company



Nuremberg Institute for Market Decisions

Prognose für November 2024



10/29/2024

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-fundiert durch die Europäische Kommission | 10/24

© GfK und NIM

### Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2024 (CET):

Mittwoch, 27.11.2024, 10:30 Uhr

**Bitte beachten: die Uhrzeit der Veröffentlichung am 27.11.24 wurde von 8:00 Uhr auf 10:30 Uhr verschoben**

Donnerstag, 19.12.2024, 8:00 Uhr

## Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 4. bis zum 15. Oktober 2024. Die Ergebnisse sind ein Auszug aus der Studie „GfK Konsumklima *powered by NIM*“ und basieren auf monatlich rund 2.000 Verbraucherinterviews, die im Auftrag der EU-Kommission durchgeführt werden. In diesem Report werden die Indikatoren grafisch aufbereitet und kurz kommentiert. Das Konsumklima bezieht sich explizit auf die gesamten privaten Konsumausgaben. Der Einzelhandel macht jedoch – je nach Abgrenzung – lediglich etwa 30 Prozent der privaten Konsumausgaben aus. Der Rest sind Dienstleistungen, Reisen, Miete, Gesundheitsdienstleistungen sowie der gesamte Wellness-Bereich. Auch hierbei geht es nicht um die Einzelhandelsumsätze, sondern um die gesamten Konsumausgaben der Verbraucher. Die Anschaffungsneigung ist – wie alle anderen Indikatoren auch – ein Stimmungsindikator. Sie fragt, ob die Verbraucher es derzeit für ratsam halten, größere Anschaffungen zu tätigen. Selbst wenn sie dies mit „Ja“ beantworten, müssen noch zwei weitere Voraussetzungen für einen Kauf vorhanden sein: Der Verbraucher muss das nötige Geld für eine solche größere Anschaffung besitzen und auch eine Notwendigkeit für diese Anschaffung sehen. Zudem handelt es sich hier tatsächlich ausschließlich um langlebige Gebrauchsgüter, die auch ein größeres Budget erfordern.

## GfK Konsumklima *powered by NIM*

Das seit 1974 regelmäßig und seit 1980 monatlich erhobene GfK Konsumklima gilt als wichtiger Indikator für das Konsumverhalten der Verbraucher und als Wegweiser für die konjunkturelle Entwicklung Deutschlands. Seit Oktober 2023 werden die von GfK erhobenen Daten des Konsumklimas gemeinsam mit dem Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V. (NIM), Gründer der GfK, ausgewertet und herausgegeben. `Gemeinsam kann noch stärker in die Analyse und Entwicklung der Konsumklimastudie investiert werden, um die Hintergründe der Veränderungen im Verbrauchervertrauen noch besser zu verstehen.

### Pressekontakt:

**GfK:** Eva Böhm, T +49 911 395 4440, [public.relations@smb.nielseniq.com](mailto:public.relations@smb.nielseniq.com)

**NIM:** Sandra Lades, T +49 911 95151 989, [sandra.lades@nim.org](mailto:sandra.lades@nim.org)

## GfK – ein NielsenIQ Unternehmen

Seit 90 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NielsenIQ sich zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK „Growth from Knowledge“ voran.

## Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.

Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) ist ein Non-Profit Forschungsinstitut an der Schnittstelle von Wissenschaft und Praxis. Das NIM untersucht, wie sich Konsumententscheidungen durch neue Technologien, gesellschaftliche Trends oder die Anwendung von Behavioral Science verändern und welche mikro- und makroökonomischen Auswirkungen das für den Markt und die Gesellschaft hat. Ein besseres Verständnis von Konsumententscheidungen und ihren Auswirkungen hilft Gesellschaft, Unternehmen, Politik und Konsumenten, bessere Entscheidungen im Sinne der sozial-ökologischen Marktwirtschaft und des „Wohlstands für Alle“ zu treffen.

*Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer der GfK.*

Weitere Informationen unter [www.nim.org](http://www.nim.org) und [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/nim-org).