



An NIQ
Company



Nuremberg Institute
for Market Decisions

Pressemitteilung

Konsumklima: Leichte Erholung zum Jahresende, verhaltene Aussichten für 2025

19. Dezember 2024

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

Nürnberg, 19. Dezember 2024 – Die Verbraucherstimmung hat sich zum Jahresende leicht erholt. Sowohl die Einkommenserwartungen als auch die Anschaffungsneigung legen im Dezember zu. Zeitgleich sinkt die Sparneigung. Damit steigt das Konsumklima in der Prognose für den Start des neuen Jahres wieder etwas. Für Januar 2025 wird im Vergleich zum Vormonat (revidiert -23,1 Punkte) ein Anstieg von 1,8 Zählern auf -21,3 Punkte prognostiziert. 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.

Neben einer positiven Entwicklung der Einkommenserwartung und Anschaffungsneigung trägt zur leichten Erholung des Konsumklimas auch eine rückläufige Sparneigung bei. Diese geht im Vergleich zum Vormonat um sechs Punkte zurück und liegt aktuell bei 5,9 Punkten.

„Nach dem Einbruch im Vormonat verbessert sich die Konsumstimmung zwar leicht, kann aber die zuvor erlittenen Rückgänge nur teilweise kompensieren. Mit -21,3 Zählern weist das Konsumklima nach wie vor ein sehr niedriges Niveau auf. Rückblickend sehen wir seit Jahresmitte 2024 bestenfalls eine stagnierende Entwicklung,“ **erklärt Rolf Bürkli, Konsumexperte beim NIM.** „Eine nachhaltige Erholung des Konsumklimas ist nach wie vor nicht in Sicht, dazu ist die Verunsicherung der Konsumenten derzeit noch zu groß. Hauptursache sind die hohen Lebensmittel- und Energiepreise. Zudem werden in vielen Bereichen die Sorgen um die Sicherheit des Arbeitsplatzes größer.“

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

Konjunkturerwartungen stabilisieren sich auf niedrigem Niveau

Nach vier Rückgängen in Folge stabilisieren sich die Konjunkturerwartungen der Verbraucher zum Jahresende. Der Indikator gewinnt 3,9 Zähler und kompensiert damit die Verluste aus dem Vormonat. Aktuell weist er 0,3 Punkte auf. Er liegt damit in etwa auf Vorjahresniveau.

Zwar ist der Abwärtstrend der Konjunkturstimmung zunächst gestoppt worden, eine nachhaltige konjunkturelle Erholung ist aus Sicht der Konsumenten allerdings noch nicht abzusehen. Auch die Wirtschaftsexperten teilen diese Einschätzung: Die Wachstumsaussichten für 2025 wurden in den jüngsten Prognosen spürbar zurückgenommen. Die Wirtschaftsforschungsinstitute erwarten für das kommende Jahr allenfalls ein minimales Wachstum. Für 2024 wird eine rote Null vorhergesagt.

Die Einkommenserwartungen erholen sich nach Einbruch im Vormonat

Nach dem starken Einbruch im Vormonat erholen sich die Einkommenserwartungen im Dezember wieder etwas. Mit einem Plus von 4,9 Zählern werden die starken Verluste von über 17 Punkten im November jedoch nur zu einem kleinen Teil kompensiert. Aktuell weist der Einkommensindikator 1,4 Punkte auf.

Trotz des Anstiegs ist das Niveau der Einkommensstimmung noch deutlich niedriger als im Sommer dieses Jahres. Nach unten revidierte Wachstumsprognosen sowie steigende Arbeitslosenzahlen verhindern derzeit eine deutliche Erholung der Einkommenserwartung. Zudem dürften die deutlichen realen Einkommenszuwächse, wie wir sie aus diesem Jahr kennen, im Jahr 2025 der Vergangenheit angehören.

Anschaffungsneigung bleibt auf niedrigem Niveau stabil

Die Anschaffungsneigung setzt auch zum Jahresende ihre stabile Entwicklung fort. Der Indikator gewinnt 0,6 Punkte hinzu und liegt nun bei -5,4 Zählern. Damit können die Verluste aus dem Vormonat etwa zur Hälfte wettgemacht werden. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres ist ein Plus von gut drei Punkten zu verzeichnen. Neben den hohen Preisen für Lebensmittel und Energie verhindert derzeit die zunehmende Sorge um den Job eine bessere Konsumstimmung. Zu dieser Sorge tragen auch die intensiven Diskussionen um Arbeitsplatzabbau, Werksschließungen und Produktionsverlagerungen ins Ausland bei.

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

		2025		2024		2023	
		Januar	Dezember	November	Dezember		
	Konjunkturerwartung	-	0,3	-3,6	-0,4		
	Einkommenserwartung	-	1,4	-3,5	-6,9		
	Anschaffungsneigung	-	-5,4	-6,0	-8,8		
	Sparneigung	-	5,9	11,9	7,3		
	Konsumklima¹	-21,3	-23,1	-18,4	-27,6		

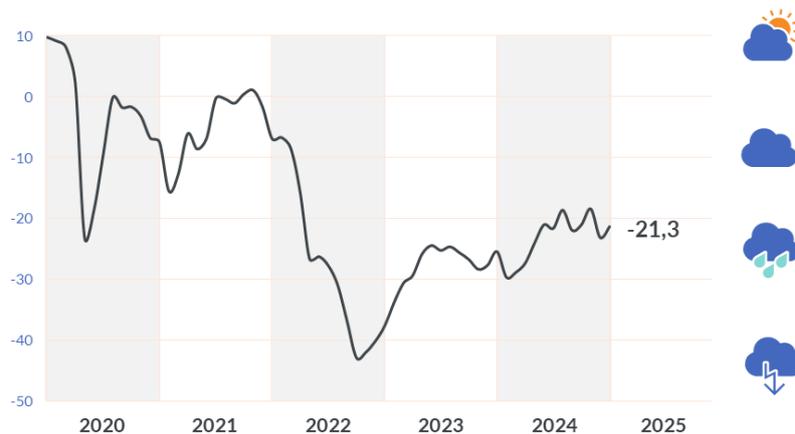
Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

¹Das 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 Dezember ermittelten Werten der Einkommenserwartung, Anschaffungsneigung und Sparneigung errechnet sich das Konsumklima – als Frühindikator für die Entwicklung des Konsums im Januar 2025.

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

Konsumklima: Leichte Erholung zum Jahresende, verhaltene Aussichten für 2025

Prognose für Januar 2025



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 1. Halbjahr 2025 (CET):

Mittwoch, 29.1.2025, 8:00 Uhr

Mittwoch, 26.2.2025, 8:00 Uhr

Freitag, 28.03.2025, 8:00 Uhr

Dienstag, 29.4.2025, 8:00 Uhr

Dienstag, 27.5.2025, 8:00 Uhr



Donnerstag, 26.6.2025, 8:00 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 5. bis zum 16. Dezember 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

NIM: Sandra Lades, T +49 911 95151 989, 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 und [LinkedIn](https://www.linkedin.com/company/nim-org).