



An NIQ
Company



Nuremberg Institute
for Market Decisions

Pressemitteilung

Konsumklima: Erholung kommt nur mühsam voran

26. März 2024

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

Nürnberg, 26. März 2024 – Die Aufhellung der Verbraucherstimmung in Deutschland schreitet auch im März nur langsam voran. Die Konjunktur- und Einkommenserwartungen legen zwar leicht zu, aber die Anschaffungsneigung bleibt nahezu unverändert niedrig. Günstig für den Konsumklima-Indikator wirkt sich die sinkende Sparneigung aus. Das Konsumklima verbessert sich damit zum zweiten Mal in Folge. Der Indikator nimmt in der Prognose für April im Vergleich zum Vormonat (revidiert -28,8 Punkte) um 1,4 Punkte auf -27,4 Zähler leicht zu. 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.

Eine Stütze des Anstiegs der Konsumstimmung im März ist die Sparneigung: Diese verliert im Vergleich zum Vormonat 5 Punkte. Mit einem Wert von 12,4 Zählern weist sie aber immer noch ein überaus hohes Niveau auf. Denn im entsprechenden Vorjahreszeitraum lag die Sparneigung bei nur 1,3 Zählern, was ein Plus von mehr als 11 Punkten bedeutet.

„Die Erholung des Konsumklimas kommt langsam und nur sehr schleppend voran“, **erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM.**

„Reale Einkommenszuwächse und ein stabiler Arbeitsmarkt bilden an sich sehr gute Voraussetzungen für eine rasche Erholung der Konsumkonjunktur, aber den Konsumenten fehlt es immer noch an Planungssicherheit und Zukunftsoptimismus. Die starke Verunsicherung der Verbraucher in Zeiten multipler Krisen, gepaart mit wenig Zuversicht in die wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands, hemmt die Konsumneigung. Das sorgt dafür, dass Impulse durch die Binnennachfrage für die Konjunktur derzeit immer noch ausbleiben. Kurz zusammengefasst: Die schlechte Stimmung überlagert die Fakten.“

Somit wird eine nachhaltige Erholung der deutschen Wirtschaft weiter auf sich warten lassen. Denn dafür wäre es vor allem notwendig, dass die ausgeprägte Verunsicherung in der Bevölkerung schwindet. Dazu braucht es aber einen weiteren Rückgang der Inflation in Deutschland und eine klare Strategie der Politik zur weiteren Entwicklung des Landes in den kommenden Jahren. Nur so können die Verbraucher wieder mehr Planungssicherheit erhalten, die eine wichtige Voraussetzung für die Investition in größere Anschaffungen ist.

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

Einkommenserwartungen steigen leicht

Die Einkommenserwartungen können ihren Schwung aus dem Vormonat, in dem ein deutliches Plus von mehr als 15 Punkten zu Buche stand, nicht beibehalten. Der Indikator legt um bescheidene 3,3 Punkte zu und weist derzeit -1,5 Zähler auf. Ein besserer Wert wurde zuletzt vor Beginn des Ukraine-Krieges im Februar 2022 mit +3,9 Punkten gemessen.

Der vorsichtig steigende Einkommensoptimismus liegt in erster Linie in der Lohn- und Gehaltsentwicklung begründet. Die tariflichen Lohn- und Gehaltserhöhungen waren und werden auch in den kommenden Monaten sehr ansehnlich sein. Das gilt ebenfalls für die Renten, die sich an der Lohnentwicklung orientieren. So wurde vor einigen Tagen berichtet, dass die gesetzlichen Altersbezüge im Sommer dieses Jahres sowohl in Ost wie auch in West um gut 4,5 Prozent angehoben werden. Bei einer Inflationsrate von aktuell etwa 2,5 Prozent wird das zu deutlichen realen Einkommenszuwächsen bei Rentnern und abhängig Beschäftigten führen.

Die Anschaffungsneigung hinkt der Einkommensentwicklung weiter hinterher

Von dem steigenden Trend der Einkommenserwartung kann die Anschaffungsneigung jedoch nicht profitieren: Sie verliert sogar minimal gegenüber dem Vormonat. Nach einem Minus von 0,3 Punkten weist der Indikator aktuell -15,3 Punkte auf. Auch der Vorjahresvergleich zeigt mit +1,7 Punkten kaum eine Veränderung. Im Gegensatz dazu konnte die Einkommenserwartung gegenüber März 2023 deutlich zulegen (+22,8 Punkte).

Die nun seit knapp zwei Jahren auf sehr niedrigem Niveau stagnierende Anschaffungsneigung ist ein Indiz dafür, dass die Verunsicherung unter den Konsumenten überaus groß ist. Diese Situation führt dazu, dass die Verbraucher ihre finanziellen Mittel tendenziell eher auf die Seite legen. Dies belegt auch die zuletzt gestiegene Sparquote sowie die überaus gute Entwicklung an den deutschen Aktienbörsen.

Konjunkturaussichten verzeichnen leichten Anstieg

Die Konjunkturerwartungen legen um 3,3 Punkte leicht zu und steigen damit auf -3,1 Punkte. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres bedeutet dies ein Minus von 6,8 Punkten.

Die Konjunktur kommt aktuell nicht nachhaltig in Schwung. Nach den übereinstimmenden Prognosen von Wissenschaft, Wirtschaft und Politik wird nach einem schwächeren ersten Halbjahr erst in der zweiten Jahreshälfte eine leichte Erholung erwartet. Dies kann durch eine Zinssenkung der EZB, die bislang für Mitte des Jahres erhofft wird, sicherlich unterstützt werden. Dennoch gehen die Experten davon aus, dass beim Wirtschaftswachstum 2024 eher eine schwarze Null stehen dürfte.

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

	März 2024	Februar 2024	März 2023
Konjunkturerwartung	-3,1	-6,4	3,7
Einkommenserwartung	-1,5	-4,8	-24,3
Anschaffungsneigung	-15,3	-15,0	-17,0
Sparneigung	12,4	17,4	1,3
Konsumklima	-28,8	-29,6	-30,6

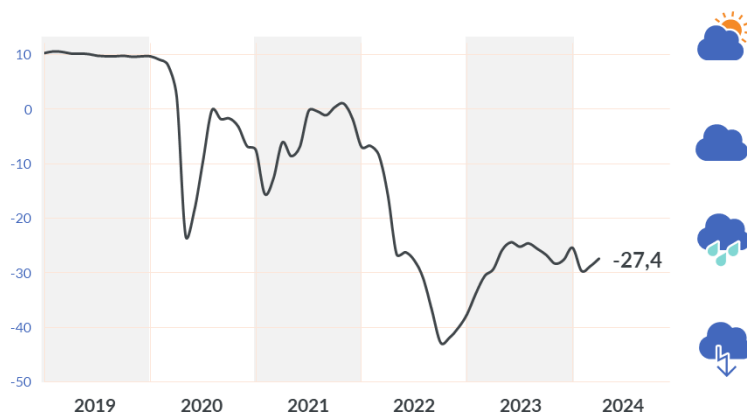
Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 3/24

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

Konsumklima: Erholung kommt nur mühsam voran

April 2024



03/26/2024

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 3/24

© GfK und NIM

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2024 (CET):

Donnerstag, 25.04.2024, 8:00 Uhr

Mittwoch, 29.05.2024, 8:00 Uhr

Mittwoch, 26.06.2024, 8:00 Uhr

Mittwoch, 24.07.202, 8:00 Uhr

Mittwoch, 28.08.2024, 8:00 Uhr

Donnerstag, 26.09.202, 8:00 Uhr

Dienstag, 29.10.2024, 8:00 Uhr

Mittwoch, 27.11.2024, 8:00 Uhr,

Donnerstag, 19.12.2024, 8:00 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 29. Februar bis zum 11. März 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@gfk.com

NIM: Sandra Lades, T +49 911 95151 989, sandra.lades@nim.org

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 89 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 NIQ 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.

Weitere Informationen auf www.gfk.com/de.

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).