



An NIQ
Company



Nuremberg Institute
for Market Decisions

Pressemitteilung

Konsumklima: Zwei-Jahres-Hoch auf niedrigem Niveau

25. April 2024

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

Nürnberg, 25. April 2024 – Die Erholung der Verbraucherstimmung in Deutschland setzt sich im April dieses Jahres fort. Die Einkommenserwartung legt spürbar zu, die Konjunkturerwartung und die Anschaffungsneigung steigen moderat. Das Konsumklima verbessert sich damit zum dritten Mal in Folge. In der Prognose für Mai nimmt der Indikator im Vergleich zum Vormonat (revidiert -27,3 Punkte) um 3,1 Zähler auf -24,2 Punkte zu. Er erreicht damit ein Zwei-Jahres-Hoch, allerdings immer noch auf einem überaus niedrigen Niveau. 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 Sparneigung verhindert in diesem Monat einen kräftigeren Anstieg des Konsumklimas, denn die Verbraucher tendieren im April wieder etwas mehr dazu, zu sparen – was sich in der leicht steigenden Sparneigung widerspiegelt: Diese gewinnt 2,5 Punkte hinzu und weist mit 14,9 Zählern weiter ein überaus hohes Niveau auf. Vor 12 Monaten lag der Sparindikator noch bei 1,8 Punkten. Dies ist ein Plus von mehr als 13 Punkten.

„Der im Vergleich zu den beiden Vormonaten stärkere Anstieg des Konsumklimas ist vor allem auf die spürbare Zunahme der Einkommenserwartungen zurückzuführen“, **erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM.** „Aus unseren Analysen wissen wir, dass sich die Einkommenserwartungen vor allem an der realen Einkommensentwicklung orientieren. Und hier sind die Signale durchaus positiv. Lohn- und Gehaltszuwächse in Verbindung mit einer zuletzt rückläufigen Inflationsrate bilden die Basis für eine steigende Kaufkraft bei den privaten Haushalten.“

Nach wie vor herrscht unter den Konsumenten in Zeiten multipler Krisen und fehlender Zuversicht in die weitere wirtschaftliche Entwicklung eine starke Verunsicherung, auch weil eine klare und nachvollziehbare Perspektive zur weiteren Entwicklung des Landes in ihren Augen nicht erkennbar ist. Die derzeit schlechte Stimmung liegt wie ein Schleier über den Fakten. Folglich bleiben kräftige Impulse für die Binnennachfrage nach wie vor aus.

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 legen deutlich zu

Bereits zum dritten Mal in Folge legt die Einkommenserwartung der Verbraucher im April zu. Zudem fällt das Plus mit 12,2 Punkten kräftig aus. Der Indikator klettert auf 10,7 Punkte. Er lag zuletzt im Januar 2022 auf einem höheren Niveau. Damals wurden 16,9 Zähler gemessen.

Insgesamt hat sich der Einkommensindikator seit Anfang des Jahres bereits um mehr als 30 Punkte verbessert. Die privaten Haushalte verzeichnen derzeit deutliche reale Einkommenszuwächse, da zum einen sowohl die tariflichen Löhne und Gehälter wie auch die gesetzlichen Altersbezüge signifikant gestiegen sind und auch in den kommenden Monaten noch steigen werden. Zum anderen sinkt derzeit die Inflationsrate und hat im März einen Wert von 2,2 Prozent erreicht. Damit ist sie dem Zielwert der Europäischen Zentralbank (EZB) von etwa zwei Prozent erheblich nähergekommen. Dies stärkt die Kaufkraft der Haushalte.

Die Anschaffungsneigung verbessert sich moderat

In diesem Monat profitiert die Anschaffungsneigung – allerdings nur moderat – von den kräftig gestiegenen Einkommenserwartungen der Verbraucher. Nach einer stagnierenden Entwicklung im Vormonat gewinnt die Anschaffungsneigung im April 2,7 Zähler hinzu. Sie weist aktuell -12,6 Punkte auf. Allerdings bewegt sie sich damit nach wie vor auf einem überaus niedrigen Niveau. Sie liegt sogar deutlich unter den Werten, die in den beiden coronabedingten Lockdowns 2020 und 2021 gemessen wurden. Neben steigenden Preisen sorgt vor allem eine ausgeprägte Verunsicherung der Konsumenten dafür, dass die privaten Haushalte ihre finanziellen Mittel eher auf die Seite legen und weniger in den Konsum investieren.

Konjunkturaussichten etwas weniger pessimistisch

Auch die Konjunkturerwartungen legen im Zuge der generellen Stimmungsaufhellung zu: Der Indikator gewinnt 3,8 Punkte hinzu und steigt damit auf 0,7 Zähler. Dies ist seit Juli 2023 der beste Wert: damals wurden 3,7 Punkte gemessen. Allerdings steht im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres noch immer ein deutliches Minus von 13,6 Punkten zu Buche.

Trotz des dritten leichten Anstieges der Konjunkturerwartungen in Folge steht eine nachhaltige Erholung der Konjunktur aus Verbrauchersicht immer noch aus. So geht auch der Internationale Währungsfonds (IWF) in seiner kürzlich veröffentlichten Prognose davon aus, dass das Bruttoinlandsprodukt (BIP) in diesem Jahr in Deutschland nur um magere 0,2 Prozent zulegen wird. Er schließt sich damit im Wesentlichen früheren Vorhersagen von Forschungsinstituten und Regierung an. Dabei soll die Konjunktur nach schwächeren ersten sechs Monaten in der zweiten Jahreshälfte 2024 wieder etwas anziehen.

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

	April 2024	März 2024	April 2023
Konjunkturerwartung	0,7	-3,1	14,3
Einkommenserwartung	10,7	-1,5	-10,7
Anschaffungsneigung	-12,6	-15,3	-13,1
Sparneigung	14,9	12,4	1,8
Konsumklima	-27,3	-28,8	-29,3

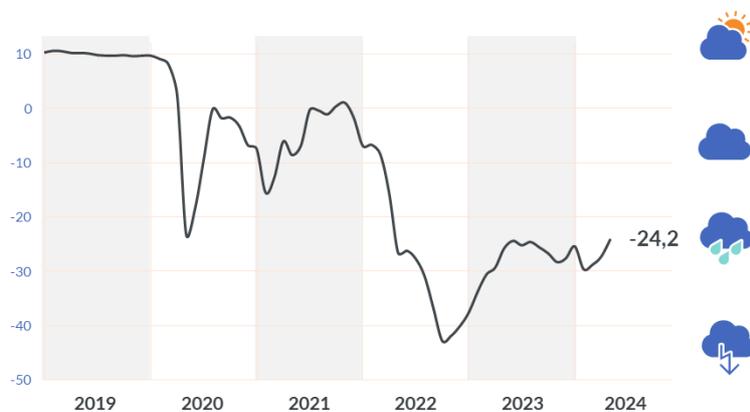
Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 4/24

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

Konsumklima klettert auf Zwei-Jahres-Hoch

Mai 2024



04/25/2024

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 4/24

© GfK und NIM

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2024 (CET):

- 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 4. bis zum 15. April 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).