



An NIQ
Company



Nuremberg Institute
for Market Decisions

Pressemitteilung

Die Erholung des Konsumklimas legt eine Pause ein

26. Juni 2024

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

Nürnberg, 26. Juni 2024 – Die Erholung der Verbraucherstimmung in Deutschland ist im Juni vorerst zum Stillstand gekommen. Sowohl die Einkommens- als auch die Konjunkturerwartung müssen in diesem Monat moderate Einbußen hinnehmen. Die Anschaffungsneigung verliert minimal im Vergleich zum Vormonat und stagniert damit weiter auf einem sehr niedrigen Level. Die Sparneigung legt dagegen etwas zu und festigt damit ihr ohnehin hohes Niveau. Unter Beachtung dieser Entwicklungen geht das Konsumklima insgesamt etwas zurück: Der Indikator sinkt in der Prognose für Juli im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,0 Punkte) um 0,8 Zähler auf -21,8 Punkte. 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.

Nach vier Anstiegen in Folge muss der Konsumklima-Indikator nun einen kleinen Rückschlag hinnehmen. Neben den etwas rückläufigen Einkommensaussichten ist dafür vor allem die Sparneigung verantwortlich, die im Juni um 3,2 Punkte auf 8,2 Punkte ansteigt.

„Die Unterbrechung des zuletzt verzeichneten Aufwärtstrends des Konsumklimas zeigt, dass der Weg aus der Konsumflaute mühsam werden wird und es immer wieder zu Rückschlägen kommen kann“, **erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM.** „Die im Mai wieder etwas höhere Inflationsrate im Land sorgt für mehr Verunsicherung bei den Konsumenten, die auch im Anstieg der Sparneigung zum Ausdruck kommt. Für eine nachhaltige Erholung der Konsumstimmung benötigen die Verbraucher – neben den existierenden realen Einkommenszuwächsen – auch Planungssicherheit, die vor allem für größere Anschaffungen der Haushalte notwendig ist. Und diese Planungssicherheit wird dann zurückkehren können, wenn zum einen der Preisauftrieb weiter gebremst wird, und zum anderen den Verbrauchern klare Zukunftsperspektiven aufgezeigt werden. Dazu gehört auch, dass von der Regierung zügig und klar kommuniziert wird, was auf sie als Folge der anstehenden Haushaltsberatungen an Be- und Entlastungen zukommen wird. Dann können sich auch die spürbaren realen Einkommenszuwächse durchsetzen und die Verbraucher werden verstärkt bereit sein, größere Ausgaben zu tätigen“, so Rolf Bürkl.

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

Der Aufwärtstrend der Einkommenserwartung ist vorerst gestoppt

Der klare Aufwärtstrend der Einkommenserwartung ist im Juni – zumindest für den Moment – zum Stillstand gekommen. Nach zuletzt vier Anstiegen in Folge verliert der Indikator 4,3 Zähler und sinkt auf 8,2 Punkte. Dennoch beträgt das Plus gegenüber dem entsprechenden Zeitraum des Vorjahres knapp 19 Punkte.

Wesentlicher Grund für den moderaten Rückgang der Einkommensaussichten dürfte der Anstieg der Inflationsrate sein. Nach Angaben des Statistischen Bundesamtes betrug die Teuerungsrate im Mai dieses Jahres 2,4 Prozent, nachdem sie im März und April jeweils bei 2,2 Prozent lag. Sie hat sich damit wieder etwas von dem Zielwert der Europäischen Zentralbank (EZB) von etwa 2 Prozent entfernt. Der Einfluss der Inflation auf die Einkommenserwartung wird durch eine ebenfalls im Juni durchgeführte tiefergehende Analyse des NIM zu den Einkommenserwartungen bestätigt. So gaben in einer offenen Abfrage gut 62 Prozent der Befragten die steigenden Preise als wesentlichen Grund für ihren Einkommenspessimismus an.

Die Anschaffungsneigung verharrt weiter im Keller

Nach wie vor zeigt die Anschaffungsneigung der Verbraucher kaum Bewegung. Der Indikator verharrt seit mehr als zwei Jahren auf einem überaus niedrigen Niveau. In diesem Monat verliert er 0,7 Zähler und weist nun -13 Punkte auf. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres wird ein mageres Plus von 1,6 Punkten gemessen.

Die gegenwärtige Kaufzurückhaltung ist zu einem wesentlichen Teil auf steigende Preise zurückzuführen. Wenn die privaten Haushalte mehr für Nahrungsmittel und Energie aufwenden müssen, fehlen die finanziellen Mittel für größere Anschaffungen. Zudem sorgt die fehlende Planungssicherheit dafür, dass eher Rücklagen für Notfälle oder ähnliches gebildet werden, die für den Konsum damit ebenfalls nicht zur Verfügung stehen.

Die Hoffnung auf eine rasche konjunkturelle Belebung ist getrübt

Die Hoffnungen der Deutschen auf eine zügige konjunkturelle Belebung im Verlauf dieses Jahres haben im Juni einen Dämpfer erhalten. Nach vier Anstiegen in Folge verliert der Konjunkturindikator 7,3 Zähler und sinkt auf 2,5 Punkte.

Trotz des Rückgangs im Juni ist davon auszugehen, dass sich Konjunkturerholung in Deutschland in der zweiten Jahreshälfte fortsetzen dürfte. Allerdings wird sie nach Einschätzung der Verbraucher eher schwach ausfallen. Erst im kommenden Jahr erwarten einige Wirtschaftsexperten eine leichte Beschleunigung.

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

	Juni 2024	Mai 2024	Juni 2023
Konjunkturerwartung	2,5	9,8	3,7
Einkommenserwartung	8,2	12,5	-10,6
Anschaffungsneigung	-13,0	-12,3	-14,6
Sparneigung	8,2	5,0	2,0
Konsumklima	-21,0	-24,0	-25,2

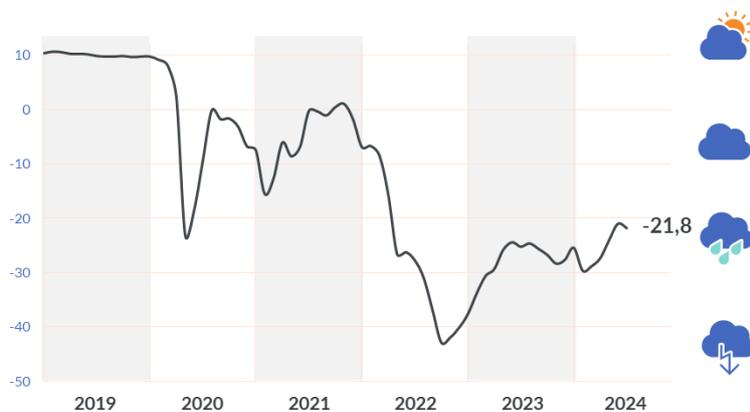
Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 6/24

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

Nach vier Anstiegen in Folge erleidet Konsumklima leichten Rückschlag

Juli 2024



06/26/2024

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 6/24

© GfK und NIM

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2024 (CET):

Mittwoch, 24.07.202, 8:00 Uhr

Dienstag, 27.08.2024, 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 30. Mai bis zum 10. Juni 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-org).