



An NIQ
Company



Nuremberg Institute
for Market Decisions

Pressemitteilung

Konsumklima im Aufwind – nur ein kurzzeitiges Aufflackern?

24. Juli 2024

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

Nürnberg, 24. Juli 2024 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland hat sich im Juli spürbar verbessert. Die Einkommenserwartungen legen deutlich zu und sowohl die Konjunkturerwartung wie auch die Anschaffungsneigung steigen moderat an. Die Sparneigung hingegen zeigt sich nahezu unverändert. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen kann sich das Konsumklima aktuell deutlich erholen: Der Indikator steigt in der Prognose für August im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,6 Punkte) um 3,2 Zähler auf -18,4 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.

Der Konsumklima Index profitiert in diesem Monat vor allem von einem deutlichen Anstieg bei den Einkommensaussichten und einem leichten Plus bei der Anschaffungsneigung. Dagegen bleibt die Sparneigung unverändert und leistet keinen Beitrag zum Aufwind des Konsumklimas.

„Die Aufhellung des Konsumklimas im Juli ist in erster Linie auf die gestiegene Einkommenserwartung der Deutschen zurückzuführen. Aber mit großer Wahrscheinlichkeit spielt hier auch die EM-Euphorie, die die Fußball-Europameisterschaft in Deutschland in vielen Teilen der Bevölkerung ausgelöst hat, eine Rolle“, **erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM**. „Es bleibt allerdings abzuwarten, ob dieser Effekt nachhaltig ist, oder nur ein kurzzeitiges Aufflackern darstellt. So schnell wie diese Hochstimmung entstanden ist, kann sie auch wieder verschwinden. Sollte Letzteres der Fall sein, wird der Weg aus dem Konsumtief lang und mühsam. Denn für eine nachhaltige Besserung der Konsumstimmung ist es notwendig, dass – neben den derzeitigen realen Einkommenszuwächsen – auch die Planungssicherheit für die Verbraucher zurückkehrt, die vor allem für größere Anschaffungen der Haushalte essenziell 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

Die Einkommenserwartung klettert auf den höchsten Stand seit Oktober 2021

Nach einem kleinen Rückschlag im Vormonat schätzen die Deutschen ihre Einkommensaussichten für die kommenden 12 Monate wieder deutlich

besser ein: Der Indikator gewinnt ganze 11,5 Zähler hinzu und klettert damit auf 19,7 Punkte. Dies ist der höchste Wert seit Oktober 2021. Damals wurden 23,3 Punkte gemessen. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Plus sogar knapp 25 Punkte.

Der leichte Rückgang der Inflationsrate in Deutschland im Juni auf 2,2 Prozent (nach 2,4 Prozent im Mai) in Verbindung mit spürbaren Lohn- und Gehaltssteigerungen sowie deutlichen Rentenerhöhungen sorgen dafür, dass der Einkommensoptimismus wieder zunimmt. Ein Großteil der bundesdeutschen Haushalte weist derzeit reale Einkommenszuwächse auf.

Die Anschaffungsneigung legt moderat zu

Im Sog der deutlich verbesserten Einkommensaussichten nimmt auch die Anschaffungsneigung im Juli zu. Der Indikator gewinnt 4,6 Punkte hinzu und weist derzeit -8,4 Zähler auf. Ein besserer Wert wurde zuletzt vor mehr als zwei Jahren, im März 2022, mit -2,1 Punkten, gemessen. Zudem ist davon auszugehen, dass sich auch die Euphorie in Zeiten der Fußball-Europameisterschaft positiv auf die Anschaffungsbereitschaft der Deutschen ausgewirkt hat.

Trotz des Anstiegs liegt die Anschaffungsneigung nach wie vor noch unter dem Niveau der beiden Lockdowns zu Zeiten der Pandemie im Frühjahr 2020 bzw. Ende 2020/Anfang 2021.

Konjunkturerholung kommt nur schleppend voran

Nach Einschätzung der Bundesbürger wird sich die deutsche Wirtschaft in den kommenden 12 Monaten nur sehr mühsam erholen können. Zwar legt der Indikator Konjunkturerwartung um 7,3 Zähler zu – aber er kann damit nur die Verluste aus dem Vormonat ausgleichen. Aktuell weist die Konjunkturstimmung einen Wert von 9,8 Punkten auf. Dies entspricht exakt dem Wert aus Mai 2024.

Nach Einschätzung von Experten wird sich eine Belebung der Konjunktur erst im kommenden Jahr beschleunigt fortsetzen. Für 2024 wird insgesamt nur ein schwacher Zuwachs des Bruttoinlandsproduktes (BIP) erwartet.

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

	Juli 2024	Juni 2024	Juli 2023
Konjunkturerwartung	9,8	2,5	3,7
Einkommenserwartung	19,7	8,2	-5,1
Anschaffungsneigung	-8,4	-13,0	-14,3
Sparneigung	8,0	8,2	2,3
Konsumklima	-21,6	-21,0	-25,2

Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 7/24

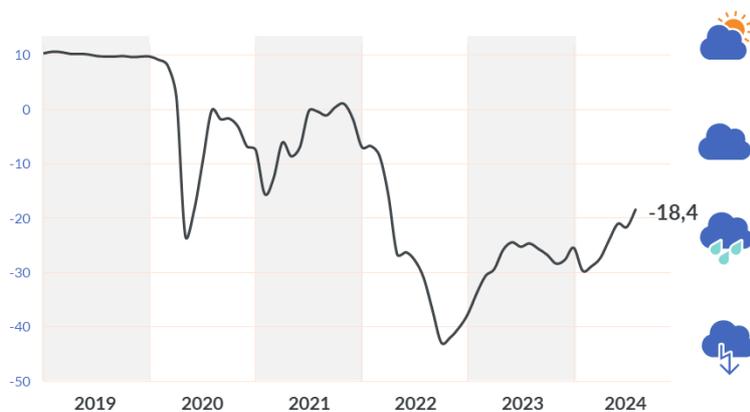
Die folgende **Grafik** zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikators im Verlauf der letzten Jahre:

Konsumklima im Aufwind – nur ein kurzzeitiges Aufflackern?



Nürnberg Institute
for Market Decisions

Prognose für August 2024



07/24/2024

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 7/24

© GfK und NIM

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2024 (CET):

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 4. bis zum 16. Juli 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.

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).