

PRESSEMITTEILUNG

26. Januar 2024

Konsumklima: Herber Rückschlag zum Jahresbeginn

Nürnberg, 26. Januar 2024 – Das Jahr 2024 startet für die Verbraucherstimmung in Deutschland sehr enttäuschend: Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung zeigen spürbare Einbußen. Das Konsumklima geht nach dem Anstieg im Vormonat wieder deutlich zurück. Es sinkt in der Prognose für Februar 2024 auf -29,7 Punkte – das ist ein Rückgang um 4,3 Punkte im Vergleich zum Vormonat (revidiert -25,4 Punkte). Dies zeigen die Ergebnisse des GfK Konsumklimas *powered by NIM* für Januar 2024. Seit Oktober 2023 wird es gemeinsam von GfK und dem Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM), Gründer der GfK, herausgegeben.

Der Rückgang der Verbraucherstimmung fällt auch deshalb so stark aus, weil die Sparneigung zu Jahresbeginn spürbar angestiegen ist. Ein schlechterer Wert für das Konsumklima wurde zuletzt im März 2023 mit -30,6 Zählern gemessen. „Die Verbesserung des Konsumklimas im Vormonat war offenbar nur ein kurzes Aufflackern vor Weihnachten. Falls es Hoffnungen gab, dass sich die Stimmung nachhaltig erholen kann, so wurden diese im Januar wieder zunichte gemacht. Das Konsumklima hat zu Jahresbeginn einen herben Rückschlag hinnehmen müssen“, erklärt **Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM**. „Dazu trägt neben dem Rückgang der Einkommenserwartung und der Anschaffungsneigung auch maßgeblich die Sparneigung der Konsumenten bei, die sich derzeit im Höhenflug befindet. Sie ist im Januar 2024 um 6,7 Punkte auf 14 Punkte angestiegen, dem höchsten Wert seit August 2008.“

Mit diesen Ergebnissen müssen die Hoffnungen auf eine nachhaltige Erholung des Konsumklimas weiter in die Zukunft verschoben werden. Krisen und Kriege sowie eine anhaltend hohe Inflation verunsichern die Verbraucher und verhindern damit eine Verbesserung der Konsumstimmung.

Einkommenserwartungen setzen Abwärtstrend wieder fort

Waren im Vormonat die Einkommensaussichten noch spürbar angestiegen, so haben sie sich im Januar wieder deutlich abgeschwächt: Nach einem Minus von 13,1 Punkten stürzt der Indikator auf -20 Punkte ab. Dies ist der niedrigste Wert seit März 2023. Damals wurden -24,3 Punkte gemessen. Damit setzen die Einkommensaussichten ihren Abwärtstrend wieder fort.

Ein Grund für den Einkommenspessimismus dürfte sicherlich darin liegen, dass sich die Inflation zuletzt wieder etwas verstärkt hat. So stieg nach den Angaben des Statistischen Bundesamtes die Inflation im Dezember auf 3,7 Prozent. Im November wurde noch ein Wert von 3,2 Prozent ermittelt. Und die Rückkehr zum regulären Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent in der Gastronomie

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e.V.
Gründer der GfK

Steinstraße 21
90419 Nürnberg

T + 49 911 951 51 - 997
F + 49 911 376 77 - 872
hello@nim.org

PRÄSIDIUM
Ralf Klein-Bölting (Präsident)
Dr. Martin Golücke
Dr. Andreas Neus
Prof. Dr. Raimund Wildner
(Vizepräsidenten)

GESCHÄFTSFÜHRUNG
Dr. Andreas Neus

VORSITZENDER DES
GESELLSCHAFTERRATS
Dr. Manuel Cubero

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg
USt-ID DE133548208

zu Jahresbeginn 2024 sowie die Erhöhung der CO₂-Abgabe für Energie wird vermutlich den Preisauftrieb fördern und die Einkommenserwartung weiter schwächen.

Anschaffungsneigung im Sog sinkender Einkommensaussichten

Die deutlich gesunkenen Einkommenserwartungen ziehen auch die Anschaffungsneigung der Verbraucher im Januar wieder in den Keller: Der Indikator verliert 6 Punkte und sinkt von -8,8 auf -14,8 Zähler und ist damit wieder fast auf dem Niveau von November 2023 (-15,0).

Auch bei der Anschaffungsneigung spielt das Thema Inflation eine sehr wichtige Rolle. Die Sorgen um weiter hohe Preise bei Lebensmitteln und Energie verringern die Planungssicherheit, die besonders für größere Anschaffungen notwendig ist. Und wenn für Güter des täglichen Bedarfs mehr Geld ausgegeben werden muss, fehlen bei vielen die finanziellen Mittel für andere Käufe, wie z.B. für Einrichtungsgegenstände oder elektronische Geräte.

Die Bedeutung hoher Preise für die schwache Konsumneigung belegt auch eine kürzlich vom NIM vorgenommene tiefergehende Analyse: Konkret wurden die Konsumenten gefragt, aus welchen Gründen sie es momentan für keinen guten Zeitpunkt halten, größere Anschaffungen zu tätigen. In der offenen Abfrage antworteten etwa 60 Prozent, dass hohe und noch steigende Preise sie zu diesem negativen Urteil veranlassen. Damit liegt das Thema Inflation weit vor allen anderen genannten Gründen, wie z.B. politische und wirtschaftliche Unsicherheit sowie die schlechte eigene finanzielle Lage.

Konjunkturaussichten werden pessimistischer beurteilt

Der Konjunkturaussichten für die nächsten 12 Monate werden zu Jahresbeginn ebenfalls pessimistischer beurteilt. Der Indikator Konjunkturerwartung verliert 6,2 Punkte und sinkt damit auf -6,6 Punkte. Ein geringerer Wert wurde zuletzt mit -10,3 Punkten im Dezember 2022 gemessen.

Das Jahr 2023 hat die deutsche Wirtschaft mit einem kleinen Minus beim Wirtschaftswachstum abgeschlossen. So war das reale Bruttoinlandsprodukt (BIP) nach ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes um 0,3 Prozent niedriger als 2022. Hohe Preise in nahezu allen Bereichen sowie steigende Zinsen wirkten im vergangenen Jahr dämpfend auf die Konjunktur. Auch für dieses Jahr sind die Wachstumsaussichten eher verhalten. So geht zum Beispiel das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) in seiner Konjunkturprognose für 2024 ebenfalls von einer leichten Rezession aus (BIP: -0,5 Prozent).

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

Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

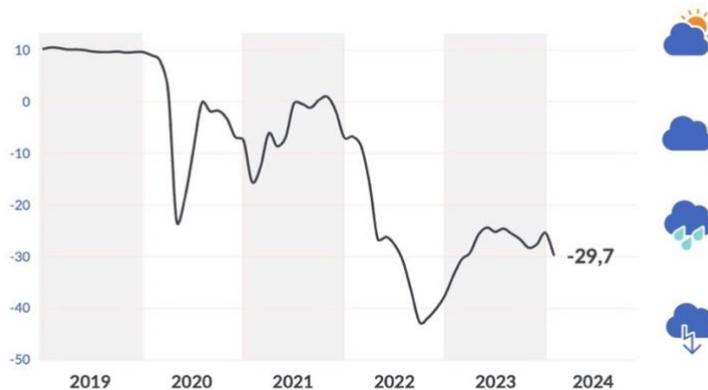
	Januar 2024	Dezember 2023	Januar 2023
Konjunkturerwartung	-6,6	-0,4	-0,6
Einkommenserwartung	-20,0	-6,9	-32,2
Anschaffungsneigung	-14,8	-8,8	-18,7
Sparneigung	14,0	7,3	0,3
Konsumklima	-25,4	-27,6	-37,6

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 1/24

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

Konsumklima: Herber Rückschlag zu Jahresbeginn

Februar 2024



01/26/2024

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 1/24

© GfK und NIM

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2024 (CET):

Dienstag, 27.02.2024, 8:00 Uhr
 Dienstag, 26.03.2024, 8:00 Uhr
 Donnerstag, 25.04.2024, 8:00 Uhr
 Mittwoch, 29.05.2024, 8:00 Uhr
 Mittwoch, 26.06.2024, 8:00 Uhr
 Mittwoch, 24.07.2024, 8:00 Uhr
 Mittwoch, 28.08.2024, 8:00 Uhr
 Donnerstag, 26.09.2024, 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. Januar 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 Stimmung Indikator. 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](#).