

## PRESSEMITTEILUNG

26. September 2024

### Moderate Erholung des Konsumklimas – bei sinkenden Konjunkturaussichten

**Nürnberg, 26. September 2024 – Nach einem deutlichen Rückschlag im Vormonat erholt sich die Verbraucherstimmung in Deutschland im September 2024 wieder etwas. Sowohl die Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung verbessern sich – dementsprechend verzeichnet das Konsumklima in der Prognose für Oktober im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,9 Punkte) einen leichten Anstieg um 0,7 Zähler auf -21,2 Punkte. Dämpfend auf die Erholung des Konsumklimas wirkt allerdings die Sparneigung, die in diesem Monat erneut ansteigt. Die Entwicklung der Konjunktur in den kommenden 12 Monaten sehen die Deutschen etwas negativer als noch im Monat zuvor. 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.**

Das Konsumklima profitiert aktuell vor allem von verbesserten Einkommensaussichten sowie einer etwas weniger pessimistischen Anschaffungsneigung. Der neuerliche Anstieg der Sparneigung um 1,3 Punkte verhindert dagegen eine deutlichere Erholung der Konsumstimmung in diesem Monat.

„Nach dem herben Rückschlag im Vormonat kann die leichte Verbesserung des Konsumklimas eher als Stabilisierung auf niedrigem Niveau interpretiert werden. Seit Juni 2024 – da wurden für das Konsumklima -21 Punkte gemessen – ist das Konsumklima nicht vorangekommen. Deshalb kann der geringe Anstieg auch nicht als Beginn einer spürbaren Erholung interpretiert werden. Dazu ist die gegenwärtige Stimmungslage unter den Verbrauchern generell zu labil“, erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM. „Neben den bekannten negativen Einflussfaktoren, wie Kriege, Krisen und Inflation kommt seit wenigen Monaten wieder der Arbeitsmarkt als Faktor dazu.“

Leicht steigende Arbeitslosenzahlen, eine Zunahme der Unternehmensinsolvenzen sowie Ankündigungen diverser Unternehmen, Personal abzubauen bzw. Unternehmensteile ins Ausland zu verlagern, hat sicherlich die Sorgen um den Job bei einer Reihe von Beschäftigten erhöht.

#### Die Konjunkturaussichten sinken zum zweiten Mal in Folge

Die zunehmenden öffentlichen Diskussionen um einen Anstieg der Arbeitslosenzahlen haben zudem auch dazu beigetragen, dass die Konjunkturerwartungen – gegen den leicht positiven Trend bei der Konsumstimmung – in diesem Monat zurückgegangen sind. Der Indikator sinkt um 1,3 Zähler auf 0,7 Punkte. Er weist damit exakt den gleichen Wert wie im April dieses Jahres auf.

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

Die Einschätzung der Deutschen zur Entwicklung der allgemeinen Wirtschaftslage in Deutschland in den kommenden 12 Monaten stagniert folglich seit einem knappen halben Jahr.

So geht auch das ifo Institut in seiner jüngst veröffentlichten Prognose davon aus, dass Deutschland das Jahr 2024 vermutlich mit einer roten Null abschließen wird. Das Institut prognostiziert, dass das Bruttoinlandsprodukt real um 0,1 Prozent zurückgehen wird.

### Die Einkommenserwartungen erholen sich nach Einbruch im Vormonat

Während die Konjunkturaussichten weniger optimistisch eingeschätzt werden, erholen sich die Einkommenserwartungen der deutschen Verbraucher nach dem Einbruch im August wieder. Der Einkommensindikator gewinnt 6,6 Zähler hinzu und klettert damit auf 10,1 Punkte. Damit kann er jedoch nur einen Teil der enormen Verluste aus dem Vormonat in Höhe von mehr als 16 Punkten gutmachen.






Offenbar überlagern momentan die zunehmenden Sorgen um den Arbeitsplatz die Kaufkraftzuwächse, die ein Großteil der privaten Haushalte derzeit verzeichnen kann. Die Inflation in Deutschland hat sich bei etwa zwei Prozent stabilisiert, während die tariflichen Lohnzuwächse und die Renten deutlich stärker zulegen.

### Anschaffungsneigung: Rückenwind durch steigende Einkommenserwartungen

Die steigenden Einkommenserwartungen sorgen bei der Anschaffungsneigung für Rückenwind. Sie legt um vier Zähler zu und weist nun -6,9 Punkte auf. Dies ist der höchste Stand seit März 2022. Damals wurden -2,1 Punkte gemessen.

Trotz des aktuellen Anstiegs ist das Niveau der Anschaffungsneigung noch immer ausgesprochen niedrig. Dies spricht für eine anhaltend große Verunsicherung unter den Konsumenten, die durch Inflation, geopolitische Krisen sowie zunehmende Sorgen um die Sicherheit des Arbeitsplatzes geprägt wird.

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

		2024			2023
		Oktober	September	August	September
	Konjunkturerwartung	-	0,7	2,0	-3,4
	<b>Einkommenserwartung</b>	-	<b>10,1</b>	<b>3,5</b>	<b>-11,3</b>
	<b>Anschaffungsneigung</b>	-	<b>-6,9</b>	<b>-10,9</b>	<b>-16,4</b>
	<b>Sparneigung</b>	-	<b>12,0</b>	<b>10,7</b>	<b>8,0</b>
<small>Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima</small>					
	<b>Konsumklima<sup>1</sup></b>	<b>-21,2</b>	<b>-21,9</b>	<b>-18,6</b>	<b>-25,6</b>

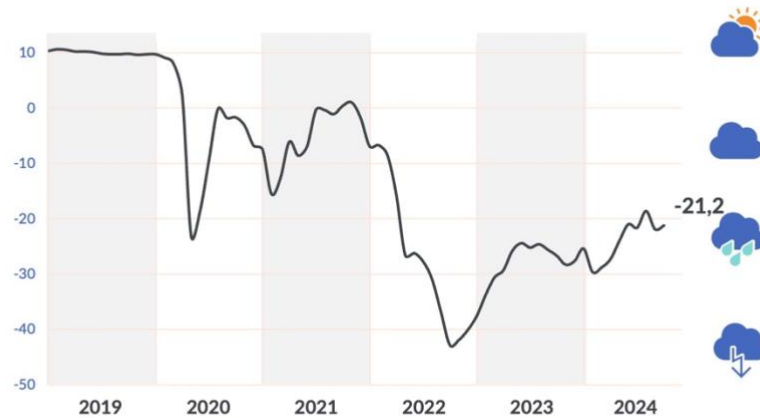
<sup>1</sup>Das Konsumklima kann als vorläufiger Indikator für das Konsumverhalten in Deutschland interpretiert werden. Analysen haben gezeigt, dass die Stimmung ein Frühindikator für die tatsächliche Entwicklung des privaten Konsums ist. Aus den im September ermittelten Werten der Einkommenserwartung, Anschaffungsneigung und Sparneigung errechnet sich das Konsumklima – als Frühindikator für die Entwicklung des Konsums im Oktober.

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

### Konsumklima stabilisiert sich wieder etwas



Prognose für Oktober 2024



09/26/2024

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 9/24

© GfK und NIM

### Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2024 (CET):

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 5. bis zum 16. September 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](mailto:public.relations@gfk.com)

**NIM:** Sandra Lades, T +49 911 95151 989, [sandra.lades@nim.org](mailto: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](http://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](http://www.nim.org) und [LinkedIn](#).