

PRESSEMITTEILUNG

29. Januar 2025

Konsumklima: Fehlstart ins neue Jahr

Nürnberg, 29. Januar 2025 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland beginnt das neue Jahr mit einem Fehlstart. Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartungen wie auch die Anschaffungsneigung müssen im Januar Einbußen hinnehmen. Die Sparneigung verzeichnet dagegen leichte Zugewinne. Folglich geht das Konsumklima in der Prognose zurück. Für Februar 2025 wird im Vergleich zum Vormonat (revidiert -21,4 Punkte) ein Rückgang von einem Zähler auf -22,4 Punkte prognostiziert. 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.

Neben der negativen Entwicklung der Einkommenserwartung und der Anschaffungsneigung trägt zur Verschlechterung des Konsumklimas auch eine steigende Sparneigung bei: Sie steigt im Vergleich zum letzten Monat des Vorjahres um 2,3 Punkte und liegt aktuell bei 8,2 Punkten.

„Das Konsumklima erleidet wieder einen Rückschlag und startet damit trüb ins neue Jahr. Die leisen Hoffnungen auf eine vorsichtige Erholung, die nach dem Anstieg im Vormonat aufkamen, sind damit sofort wieder zunichte gemacht worden. Seit Mitte letzten Jahres ist bestenfalls eine stagnierende Entwicklung zu erkennen, während in der ersten Jahreshälfte 2024 die Zeichen noch auf Erholung standen“, erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM. „Eine nachhaltige Erholung des Konsumklimas ist derzeit nicht in Sicht, zumal auch die Inflationsrate zuletzt wieder etwas angezogen hat“.

Konjunkturpessimismus nimmt zu Jahresbeginn leicht zu

Ende 2024 hat sich die Einschätzung der Deutschen, wie sich die allgemeine Wirtschaftslage in Deutschland in den kommenden 12 Monaten entwickeln wird, etwas verbessert. Doch das war offenbar nur eine Eintagsfliege. Zu Jahresbeginn 2025 muss der Indikator einen Rückschlag hinnehmen: Er geht um 1,9 Zähler zurück und weist aktuell -1,6 Punkte auf.

Nach den ersten Berechnungen des Statistischen Bundesamtes ist die deutsche Wirtschaft im vergangenen Jahr um 0,2 Prozent geschrumpft. Dies wäre das zweite Rezessionsjahr in Folge. 2023 betrug das Minus 0,3 Prozent. Und auch für dieses Jahr sind die Wachstumsaussichten eher verhalten. Die Prognosen wurden zuletzt stetig nach unten revidiert und liegen derzeit etwa bei einem halben Prozent Zuwachs für das reale Bruttoinlandsprodukt.

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 Einkommenserwartungen starten mit leichten Verlusten in das neue Jahr

Auch die Einschätzungen, wie sich finanzielle Lage des eigenen Haushaltes in den kommenden 12 Monaten entwickeln wird, sind wieder weniger positiv. Denn zu Jahresbeginn müssen die Einkommenserwartungen etwa die Hälfte ihrer Zugewinne aus dem Vormonat wieder abgeben. Der Indikator verliert 2,5 Zähler und weist nun -1,1 Punkte auf. Im Dezember 2024 hatte er noch 4,9 Zähler hinzugewonnen.






Wenn man die Entwicklung des Einkommensindikators im vergangenen Jahr betrachtet, so ist diese von zwei verschiedenen Phasen gekennzeichnet: Die erste Jahreshälfte stand ganz im Zeichen einer spürbaren Erholung der Einkommenserwartungen, die aber dann durch einen fallenden Trend in der zweiten Hälfte abgelöst wurde. Dieser Verlauf korrespondiert mit der realen Einkommensentwicklung der privaten Haushalte, die vor allem in der ersten Jahreshälfte 2024 positiv gewesen ist.

Anschaffungsneigung im Sog sinkender Einkommensaussichten

Die rückläufigen Einkommensaussichten sind ein wesentlicher Grund für die wieder etwas schwächer gewordene Anschaffungsneigung. Der Indikator verliert 3 Zähler und sinkt auf -8,4 Punkte. Dies ist der niedrigste Wert seit August 2024. Damals wurden -10,9 Punkte gemessen.

Zuletzt hat sich die Inflationsrate in Deutschland wieder erhöht. So stiegen nach ersten vorläufigen Berechnungen des Statistischen Bundesamtes die Preise im Dezember gegenüber dem Vorjahr um 2,6 Prozent. Dies dürfte sich nicht nur auf die Einkommensaussichten, sondern auch auf die Konsumneigung dämpfend ausgewirkt haben. Zudem sorgen die anhaltenden Nachrichten zu Werkschließungen und Produktionsverlagerungen in der Bevölkerung für zunehmende Sorgen um den eigenen Job. Dies beeinträchtigt ebenfalls die Konsumstimmung.

Die folgende **Tabelle** zeigt die Werte der einzelnen Indikatoren im Januar 2025 im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

		2025		2024	2024
		Februar	Januar	Dezember	Januar
	Konjunkturerwartung	-	-1,6	0,3	-6,6
	Einkommenserwartung	-	-1,1	1,4	-20,0
	Anschaffungsneigung	-	-8,4	-5,4	-14,8
	Sparneigung	-	8,2	5,9	14,0
<small>Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima</small>					
	Konsumklima¹	-22,4	-21,4	-23,1	-25,4

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 1/25

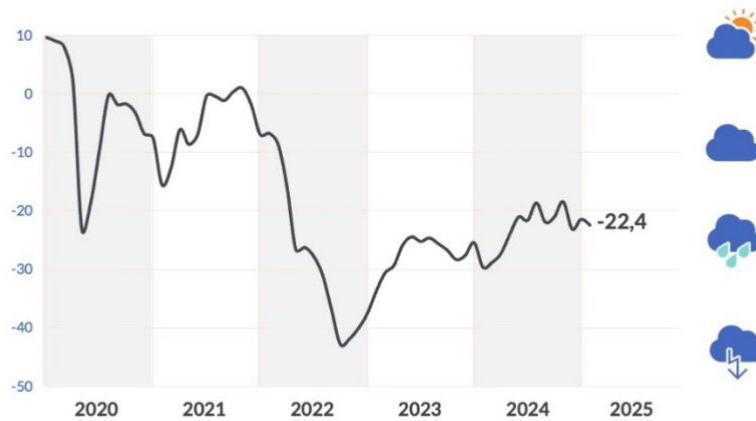
¹Das Konsumklima kann als vorlaufender Indikator für das Konsumverhalten in Deutschland interpretiert werden. Analysen haben gezeigt, dass die Stimmung ein Frühindikator für die tatsächliche Entwicklung des privaten Konsums ist. Aus den im Januar ermittelten Werten der Einkommenserwartung, Anschaffungsneigung und Sparneigung errechnet sich das Konsumklima – als Frühindikator für die Entwicklung des Konsums im Februar 2025.

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

Konsumklima: Fehlstart in das neue Jahr



Prognose für Februar 2025



01/29/2025

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 1/25

© GfK und NIM

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 1. Halbjahr 2025 (CET):

- Mittwoch, 26.2.2025, 8:00 Uhr
- Freitag, 28.03.2025, 8:00 Uhr
- Dienstag, 29.4.2025, 8:00 Uhr
- Dienstag, 27.5.2025, 8:00 Uhr
- Donnerstag, 26.6.2025, 8:00 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 2. bis zum 13. Januar 2025. 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: Corina Kirchner, T +49 911 395 4570, corina.kirchner@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.nielseniq.com.

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](#).