

PRESSEMITTEILUNG

28. März 2025

Trotz verbesserter Erwartungen: Konsumklima stabilisiert sich auf niedrigem Niveau

Nürnberg, 28. März 2025 – In der ersten Erhebung nach den Neuwahlen zum Deutschen Bundestag erholt sich die Verbraucherstimmung etwas: Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartungen als auch die Anschaffungsneigung verbessern sich. Da jedoch auch die Sparneigung in diesem Monat zunimmt, bleibt das Konsumklima nahezu unverändert. Die Verbraucher erwarten für April 2025 im Vergleich zum Vormonat (revidiert -24,6 Zähler) einen minimalen Anstieg von 0,1 Zähler auf -24,5 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.

Obwohl sich Konjunktur-, Einkommenserwartungen und Anschaffungsneigung verbessern, verhindert eine steigende Sparneigung in diesem Monat eine deutlichere Erholung des Konsumklimas. Der Sparindikator legt im März um 4,4 Zähler zu und klettert damit auf 13,8 Punkte. Dies ist der höchste Wert seit April 2024, als 14,9 Punkte gemessen wurden.

„Offenbar haben die Wahlen mit der Aussicht auf eine neue Regierung bei einer Reihe von Konsumenten den Pessimismus etwas schwinden lassen. Allerdings trübt der neuerliche Anstieg der Sparneigung das Gesamtbild. Sie verhindert eine stärkere Verbesserung des Konsumklimas“, erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM. „Die hohe Sparneigung kann nach wie vor als Ausdruck einer beträchtlichen Verunsicherung der Verbraucher gesehen werden. Eine zügige Regierungsbildung sowie die baldige Verabschiedung eines Haushalts für dieses Jahr wäre ein wichtiger Beitrag für mehr Planungssicherheit – nicht nur bei Unternehmen, sondern auch bei den privaten Haushalten. Denn dann wären diese wieder eher bereit, Geld auszugeben und den Konsum zu beleben.“

Die Einkommenserwartungen legen leicht zu

Nach zwei Rückgängen in Folge verbessern sich die Einkommenserwartungen im März wieder: Der Einkommensindikator steigt um 2,3 Zähler auf -3,1 Punkte. Trotz des aktuellen Anstiegs liegt das Niveau des Indikators immer noch um 1,6 Punkte unter dem entsprechenden Vorjahreswert.

„Ob damit der seit Mitte 2024 herrschende Abwärtstrend gestoppt ist, und eine Erholung der Einkommensstimmung einsetzen kann, bleibt abzuwarten. Als Gründe für die schwache Entwicklung der Einkommenserwartung werden in unseren tiefergehenden Analysen neben den hohen Preisen und ungenügenden Einkommen auch die anhaltend unsichere politische und wirtschaftliche Lage genannt“, ergänzt Rolf Bürkl.

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 Anschaffungsneigung steigt ebenfalls leicht an

Die Anschaffungsneigung folgt im März der Entwicklung der Einkommenserwartung: Der Indikator legt um 2,9 Zähler zu und weist nun -8,2 Punkte auf. Er liegt damit gut 7 Zähler über dem entsprechenden Wert des Vorjahres.






Insgesamt gesehen verharrt die Anschaffungsneigung jedoch immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau. Sie ist immer noch schlechter als zu Zeiten der beiden Lockdowns in der Pandemie 2020/2021. Für eine nachhaltige Verbesserung der Anschaffungsneigung ist es unter anderem notwendig, die bestehende Verunsicherung zu verringern.

Konjunkturerwartungen erholen sich spürbar

Die Hoffnungen auf eine Belebung der deutschen Konjunktur haben sich nach den Neuwahlen verstärkt. Die Konjunkturerwartungen der Deutschen für die kommenden 12 Monate legen im März spürbar zu. Der Indikator gewinnt 5,7 Zähler und klettert damit auf 6,9 Punkte. Ein besserer Wert wurde zuletzt vor fast einem Jahr, im April 2024, mit 9,8 Punkten gemessen.

Ob diese Hoffnungen der Verbraucher auf eine Belebung der deutschen Konjunktur berechtigt sind, bleibt abzuwarten. Dies wird auch davon abhängen, ob das kürzlich beschlossene Finanzpaket zügig und zielgerichtet eingesetzt wird.

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

		2025			2024
		April	März	Februar	März
	Konjunkturerwartung	-	6,9	1,2	-3,1
	Einkommenserwartung	-	-3,1	-5,4	-1,5
	Anschaffungsneigung	-	-8,2	-11,1	-15,3
	Sparneigung	-	13,8	9,4	12,4
	Konsumklima ¹	-24,5	-24,6	-22,6	-28,8

Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima

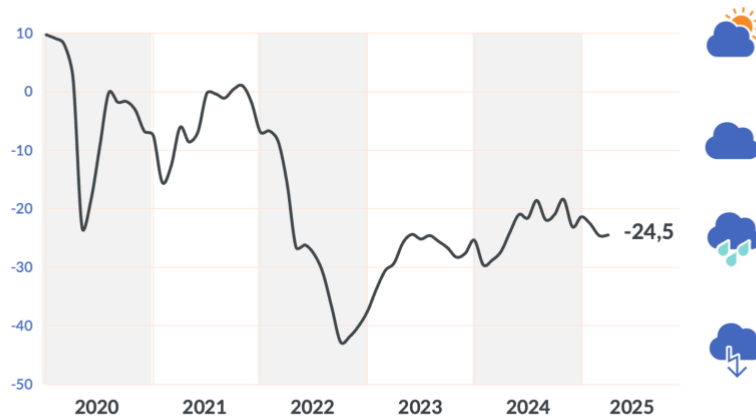
Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 3/25

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 März ermittelten Werten der Einkommenserwartung, Anschaffungsneigung und Sparneigung errechnet sich das Konsumklima – als Frühindikator für die Entwicklung des Konsums im April 2025.

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

Trotz verbesserter Erwartungen: Konsumklima stabilisiert sich auf niedrigem Niveau

Erwartung für April 2025



03/28/2025

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 3/25

© GfK und NIM

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 1. Halbjahr 2025 (CET):

- 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 27. Februar bis zum 10. März 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](#).