

PRESSEMITTEILUNG

29. April 2025

Das Konsumklima hellt sich auf – sein Niveau bleibt jedoch niedrig

Nürnberg, 29. April 2025 – Die Verbraucherstimmung in Deutschland setzt im April ihre im Vormonat begonnene Erholung fort. Sowohl die Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung verzeichnen spürbare Zuwächse, während sich die Konjunkturerwartung nur leicht verbessert. Die Sparneigung geht zudem deutlich zurück und stützt damit das Konsumklima: Der Indikator prognostiziert für Mai 2025 im Vergleich zum Vormonat (revidiert -24,3 Zähler) einen Anstieg um 3,7 Zähler auf -20,6 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, Gründer der GfK, herausgegeben.

Neben einer zunehmenden Einkommenserwartung und einer steigenden Anschaffungsneigung verstärkt aktuell eine spürbare zurückgehende Sparneigung die Erholung des Konsumklimas. Der Sparindikator verliert nach zwei Anstiegen in Folge im April 5,4 Punkte und sinkt damit auf 8,4 Punkte.

„Die Neuausrichtung der Handelspolitik der US-Administration, die mit der Ankündigung von starken Zollerhöhungen kurz vor Beginn der Befragungen Anfang April begann, hat offenbar bislang die Stimmung der Verbraucher in Deutschland noch nicht nachhaltig beeinträchtigt. Vermutlich werden etwaige negative Effekte durch den Abschluss der Koalitionsverhandlungen und der Aussicht auf eine baldige voll handlungsfähige Regierung kompensiert,“ erklärt Rolf Bürkl, Konsumexperte beim NIM. „Offenbar ist es für die deutschen Verbraucher bislang wichtiger, dass es nun zügig zu einer Regierungsbildung kommen kann. Damit verliert ein zentraler Auslöser der bisherigen Verunsicherung an Bedeutung – und entsprechend ist auch die Sparneigung zurückgegangen. Denn aus tiefergehenden Analysen wissen wir, dass Verunsicherung ein wesentlicher Grund für die hohe Sparneigung ist. Ob sich der Rückgang der Sparneigung in den kommenden Monaten fortsetzen wird, bleibt jedoch abzuwarten und hängt sicherlich auch davon ab, wie sich der Handelskonflikt zwischen den USA und dem Rest der Welt weiterentwickelt.“

Die Einkommenserwartungen steigen spürbar

Die Einkommenserwartungen nehmen zum zweiten Mal in Folge zu. Nach den moderaten Zuwächsen im Vormonat legt der Einkommensindikator im April mit einem Plus von 7,4 Zählern spürbar zu. Er klettert damit auf 4,3 Punkte, dem höchsten Wert seit Oktober 2024. Damals wurden 13,7 Zähler gemessen. Im Vergleich zum April 2024 besteht jedoch noch immer ein Minus von 6,4 Punkten.

Für die insgesamt positiveren Einkommensaussichten dürfte auch der Tarifabschluss im öffentlichen Dienst verantwortlich sein, der Anfang April erzielt worden ist. Demnach erhalten die Beschäftigten von Bund und Kommunen zum 1. April 2025 eine Entgelterhöhung von drei Prozent, mindestens jedoch 110 Euro monatlich. Ab dem 1. Mai

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

2026 gibt es eine weitere Erhöhung von 2,8 Prozent. Dies liegt über der gegenwärtig zu erwartenden Preissteigerungsrate von gut zwei Prozent, was der Kaufkraft zugutekommt.

Die Anschaffungsneigung legt ebenfalls zum zweiten Mal in Folge zu

Von den deutlich gestiegenen Einkommensaussichten profitiert in diesem Monat auch die Anschaffungsneigung. Sie gewinnt 3,3 Zähler hinzu und weist aktuell -4,9 Punkte auf. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt das Plus 7,7 Punkte.






Nach wie vor weist die Anschaffungsneigung insgesamt gesehen ein niedriges Niveau auf. Allerdings zeigt sich seit Anfang 2023 (Wert im Januar 2023: -18,7) ein Aufwärtstrend. Ob sich dieser fortsetzen kann, hängt auch davon ab, ob die Inflation bei etwa 2 Prozent, und damit in der Nähe des Zielwertes der Europäischen Zentralbank (EZB), bleibt. Eine erneut zunehmende Verunsicherung, etwa durch einen eskalierenden Handelskonflikt, würde eine weitere Erholung der Konsumstimmung allerdings wieder zunichtemachen.

Die Konjunkturerwartungen nehmen leicht zu

In diesem Monat legen die Konjunkturerwartungen zum dritten Mal in Folge zu: Mit einem Plus von 0,3 Zählern fällt der Anstieg jedoch gering aus. Der Indikator weist damit im April 2025 einen Wert von 7,2 Punkten auf. Ein besserer Wert wurde zuletzt im Juli 2024 mit 9,8 Zählern gemessen. Im Vergleich zum entsprechenden Zeitraum des Vorjahres beträgt der Zuwachs 6,5 Punkte.

Damit trotzen die Konjunkturerwartungen der Bundesbürger den unsicheren Entwicklungen auf den Aktienmärkten, die durch die Zollpolitik der amerikanischen Regierung verursacht wurden. Gleichzeitig wurden die Wachstumsprognosen für dieses Jahr noch einmal nach unten korrigiert. Es droht nun das dritte Rezessionsjahr in Folge – ein Novum in der Nachkriegsgeschichte der Bundesrepublik.

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

		2025			2024
		Mai	April	März	April
	Konjunkturerwartung	-	7,2	6,9	0,7
	Einkommenserwartung	-	4,3	-3,1	10,7
	Anschaffungsneigung	-	-4,9	-8,2	-12,6
	Sparneigung	-	8,4	13,8	14,9
<i>Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima</i>					
	Konsumklima¹	-20,6	-24,3	-24,6	-27,3

Quelle: GfK Konsumklima powered by NIM | co-funded durch die Europäische Kommission | 4/25

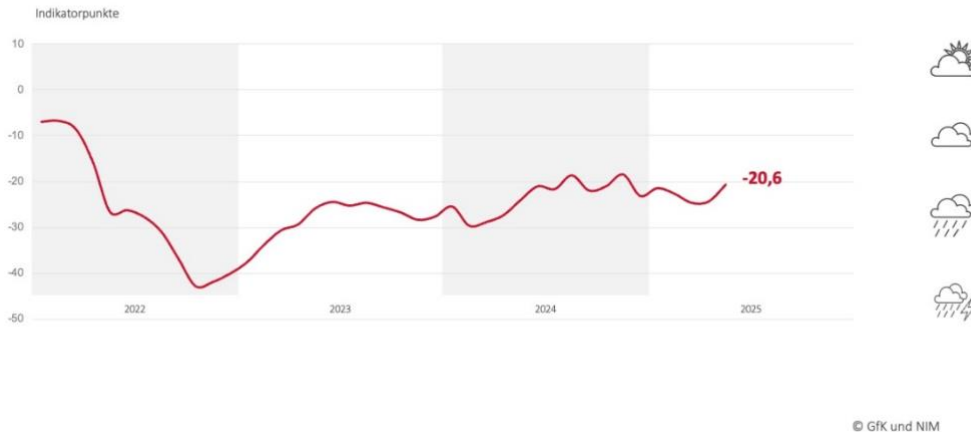
¹Das Konsumklima kann als vorläufiger Indikator für das Konsumverhalten in Deutschland interpretiert werden. Analysen haben gezeigt, dass die Stimmung ein Frühindikator für die tatsächliche Entwicklung des privaten Konsums ist. Aus den im April ermittelten Werten der Einkommenserwartung, Anschaffungsneigung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

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

Das Konsumklima hellt sich deutlich auf – sein Niveau bleibt jedoch niedrig

NIM Nürnberg Institute for Market Decisions | NielsenIQ

Erwartungen für Mai 2025



Voraussichtliche Veröffentlichungstermine 2025 (CET):

- Dienstag, 27.5.2025, 8:00 Uhr
- Donnerstag, 26.6.2025, 8:00 Uhr
- Donnerstag, 24.7.2025, 8:00 Uhr
- Mittwoch, 27.8.2025, 8:00 Uhr
- Donnerstag, 25.9.2025, 8:00 Uhr
- Dienstag, 28.10.2025, 8:00 Uhr
- Donnerstag, 27.11.2025, 8:00 Uhr
- Freitag, 19.12.2025, 8:00 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 3. bis zum 14. April 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:

NIQ: 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.

Über NIQ

NIQ ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. Im Jahr 2023 schlossen sich NIQ und GfK zusammen, zwei Branchenführer mit beispielloser globaler Reichweite. NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 85 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,2 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Mit einer ganzheitlichen Betrachtung des Einzelhandels und den umfassendsten Einblicken in das Konsumverhalten, die mittels fortgeschrittener Analysen über hochmoderne Plattformen geliefert werden, bietet NIQ das Gesamtbild — the Full View™.

Weitere Informationen finden Sie unter niq.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](#)