NIM Nuremberg Institute for Market Decisions

NIM Konsumklima *powered by GfK*

PRESSEMITTEILUNG
28. Oktober 2026

Konsumklima: Konjunkturerwartungen steigen – Kauflaune zieht nicht mit

Nürnberg, 28. Oktober 2026 – Nach dem Rückschlag im letzten Monat stabilisiert sich das Konsumklima momentan auf niedrigem Niveau. Der Indikator gibt nach den Erwartungen der Verbraucher für November minimal um 0,2 Punkte nach und sinkt damit auf -30,8 Punkte (Vormonat: -30,6 Punkte). Vor einem Jahr lag der Indikator noch bei -22,5 Punkten. Die Konsumstimmung bleibt damit deutlich unter dem Vorjahresniveau.
Die Entwicklung der einzelnen Indikatoren zeigt ein gemischtes Bild: Während die Konjunkturerwartungen zum sechsten Mal in Folge steigen und die Sparneigung moderat sinkt, geht die Anschaffungsneigung weiter leicht zurück. Auch die Einkommenserwartungen trüben sich erneut etwas ein.

Die Einkommenserwartungen, die im letzten Monat regelrecht eingebrochen waren, gehen diesen Monat trotz gestiegener Inflationsrate nur leicht zurück. Der Indikator verliert 0,7 Zähler und sinkt damit auf -15,7 Punkte. Während im Mai dieses Jahres mit Einführung des Tankrabatts etwa die Hälfte des Einbruchs vom April wieder aufgeholt wurde, bleibt eine vergleichbare Gegenbewegung diesmal aus: Trotz des erneut eingeführten Tankrabatts zeichnet sich bei den Einkommenserwartungen nach dem starken Rückgang im Vormonat bislang lediglich eine Stabilisierung ab.

„Die Verbraucher blicken zwar zunehmend optimistischer auf die wirtschaftliche Entwicklung, doch beim Blick in den eigenen Geldbeutel überwiegt weiterhin die Skepsis. Wachsende Inflationssorgen und verhaltene Einkommensaussichten bremsen die Bereitschaft zu größeren Anschaffungen, auch wenn die Sparneigung etwas sinkt“, erklärt Rolf Bürkl, Head of Consumer Climate beim NIM. „Auch der Tankrabatt sorgt offenbar nicht für die erhoffte Erleichterung. Die Hoffnung auf einen wirtschaftlichen Aufschwung ist da, aber die Bereitschaft, mehr Geld auszugeben, zieht bislang noch nicht mit.“

Sparneigung rückläufig

Die Sparneigung, die im letzten Monat deutlich gestiegen war, zieht in diesem Monat nicht weiter an, sondern fällt um 4,3 Zähler auf ein Niveau von 17,2 Punkten. Sie bleibt zwar auf hohem Niveau, geht jedoch etwas zurück und stützt damit das Konsumklima.

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
Prof. Dr. Kathrin M. Möslein
Prof. Dr. Klaus Wertenbroch
(Vizepräsidenten)

Vorsitzender des Gesellschafterrats
Dr. Manuel Cubero

Vereinsregister VR200665
Amtsgericht Nürnberg
USt-ID DE133548208

Anschaffungsneigung weiter verhalten

Die Anschaffungsneigung profitiert bislang nicht von der rückläufigen Sparneigung: Sie trübt sich aktuell weiter ein, wenn auch nur leicht. Der Indikator verliert etwas über einen Punkt und weist nun -11,9 Punkte auf. Hierfür dürften auch die Preiserwartungen der Verbraucher eine Rolle spielen. Der Preisindikator nimmt zu und befindet sich aktuell im positiven Bereich. Das deutet darauf hin, dass die Verbraucher wieder mit einer etwas höheren Inflation rechnen. Die Inflationsrate war im September durch höhere Kraftstoffpreise auf 3,3 Prozent gestiegen, was den höchsten Wert seit Dezember 2023 markiert.

Konjunkturerwartungen im Plus

Die Konjunkturerwartungen der Verbraucher hellen sich zum sechsten Mal in Folge auf: Der Indikator liegt dabei mit 2,1 Punkten zum ersten Mal seit Ausbruch des Irankriegs wieder über der Nulllinie und signalisiert, dass die Verbraucher die weitere wirtschaftliche Entwicklung Deutschlands zunehmend optimistischer einschätzen.

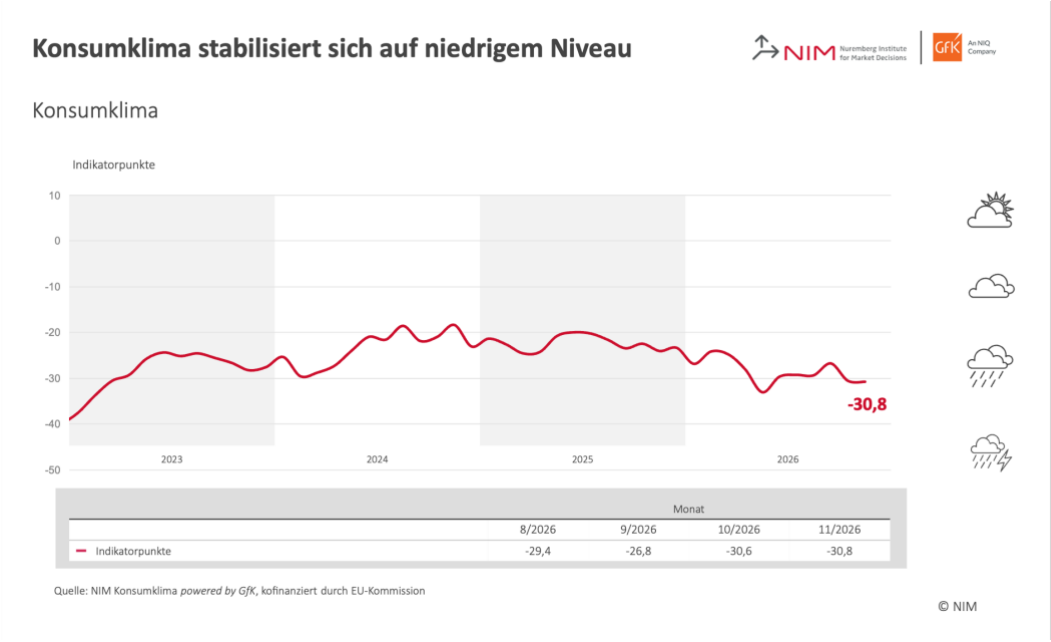
Die folgende **Tabelle** zeigt die Werte der einzelnen Indikatoren im Oktober 2026 im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

		2026			2025
		November	Oktober	September	Oktober
	Konjunkturerwartung	-	2,1	-3,4	0,8
	Preiserwartung		1,0	-0,4	-5,3
Aus diesen 3 Indikatoren errechnet sich das Konsumklima	**Einkommenserwartung**	**-**	**-15,7**	**-15,0**	**2,3**
	Anschaffungsneigung	**-**	**-11,9**	**-10,8**	**-9,3**
	Sparneigung	**-**	**17,2**	**21,5**	**15,8**
	Konsumklima[1]	**-30,8**	-30,6	-26,8	-22,5

Quelle: NIM Konsumklima *powered by GfK* | co-funded durch die Europäische Kommission | 10/26

[1]Das 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 Oktober 2026 ermittelten Werten der Einkommenserwartung, Anschaffungsneigung und Sparneigung errechnet sich das Konsumklima – als Frühindikator für die Entwicklung des Konsums im November 2026.

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



HINWEIS: Sie finden diese Grafik in interaktiver Version auch auf unserer Website https://www.nim.org/ mit allen Werten zum Download.

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine in Q4 2026 und Q1 2027 (CET):

- Donnerstag, 26. November 2026, 8.00 Uhr
- Freitag, 18. Dezember 2026, 8.00 Uhr
- Donnerstag, 28. Januar 2027, 8:00 Uhr
- Donnerstag, 25. Februar 2027, 8:00 Uhr
- Mittwoch, 24. März 2027, 8:00 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 1. bis 12. Oktober 2026. Die Ergebnisse sind ein Auszug aus der Studie „NIM Konsumklima *powered by GfK*“ und basieren auf 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 35 Prozent der privaten Konsumausgaben aus.

Die drei Indikatoren, aus denen der Konsumklima Indikator errechnet wird:

- Einkommenserwartung: Zeigt auf, wie die Verbraucher die Entwicklung der finanziellen Lage ihres Haushaltes in den kommenden 12 Monaten einschätzen.
- Sparneigung: Spiegelt die Meinung der Verbraucher dazu wider, ob es in Anbetracht der allgemeinen Wirtschaftslage derzeit ratsam ist, zu sparen.
- Anschaffungsneigung: Ermittelt, inwieweit die Verbraucher es für günstig erachten, in Anbetracht der allgemeinen Wirtschaftslage größere Anschaffungen (Möbel, elektrische/elektronische Geräte usw.) zu tätigen.

Gesamtwirtschaftliche Indikatoren:

- Konjunkturerwartung: Ermittelt die Einschätzung der Verbraucher, wie sich die allgemeine Wirtschaftslage in Deutschland in den kommenden 12 Monaten entwickeln wird.
- Preiserwartung: Fragt, wie sich nach Ansicht der Verbraucher die Verbraucherpreise in den kommenden 12 Monaten im Vergleich zu den letzten 12 Monaten entwickeln werden.

Hinweis zu den Indikatoren: Es handelt sich um subjektive Stimmungsindikatoren, keine direkten Verhaltensdaten. Tatsächliches Verhalten (Käufe, Sparen, Einkommen) hängt zusätzlich von Liquidität, Notwendigkeit, Preisen und individuellen Umständen ab.

NIM Konsumklima *powered by GfK*
Das seit 1974 regelmäßig und seit 1980 monatlich erhobene Konsumklima gilt als wichtiger Indikator für das Konsumverhalten der Verbraucher und als Wegweiser für die konjunkturelle Entwicklung Deutschlands.

Im Zuge einer Neuordnung von Zuständigkeiten übernahm das NIM ab April 2026, neben der Auswertung und Analyse des Konsumklimas, auch die Kommunikation. Die Veröffentlichung erfolgt ab diesem Zeitpunkt unter dem Namen „NIM Konsumklima *powered by GfK*" und kehrt damit organisatorisch vollständig zum NIM zurück, das die Studie bereits bis 1984 (damals GfK Verein) verantwortet hat. Seit Juni 2026 ergänzt das NIM die monatliche Berichterstattung um das *Konsumklima Sozio*. Es erscheint jeweils einige Tage nach dem NIM Konsumklima und zeigt anhand soziodemografischer Auswertungen, wie sich die Konsumstimmung in einzelnen Bevölkerungsgruppen entwickelt.

Die Daten werden im Auftrag des NIM weiterhin von NIQ/GfK erhoben. Methodik, Datenerhebung und -auswertung bleiben unverändert.

Pressekontakt:
NIM: Sandra Lades, T +49 911 95151 989, sandra.lades@nim.org

Nürnberg Institut für Marktentscheidungen e. V.
Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen (NIM) ist ein unabhängiges außeruniversitäres Wirtschaftsforschungsinstitut. Wir untersuchen das Konsumklima und den Konsum als gestaltende Kraft der Wirtschaft. Auf Basis wissenschaftlicher Exzellenz formulieren wir konkrete Empfehlungen, damit Politik, Unternehmen und Gesellschaft bessere Entscheidungen treffen können.
Wir finanzieren unsere Forschung aus eigenen Mitteln.
Das Nürnberg Institut für Marktentscheidungen ist Gründer der GfK.
Weitere Informationen unter www.nim.org und LinkedIn

GfK – ein NielsenIQ Unternehmen
GfK ist seit dem Zusammenschluss im Jahr 2023 Teil von NielsenIQ (NIQ) und bringt 90 Jahre Erfahrung in der Analyse von Konsumenten und Märkten ein.

NielsenIQ (NYSE: NIQ) ist ein führendes Unternehmen im Bereich Consumer Intelligence, das ein umfassendes und zuverlässiges Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. Durch die Kombination einer unübertroffenen globalen Datenpräsenz und detaillierter Verbraucher- und Einzelhandelsmessungen mit jahrzehntelanger Expertise in der KI-Modellierung entwickelt NIQ Entscheidungssysteme, die Unternehmen dabei helfen, komplexe Daten in fundierte Maßnahmen umzusetzen. Mit Niederlassungen in mehr als 90 Ländern deckt NIQ etwa 82 % der Weltbevölkerung und globale Verbraucherausgaben in Höhe von über 7,4 Billionen US-Dollar ab. Mithilfe von cloudbasierten Plattformen, fortschrittlichen Analysen und KI-gestützten Erkenntnissen liefert NIQ „The Full View™" – und hilft Marken und Einzelhändlern dabei, zu verstehen, was Verbraucher kaufen, warum sie es kaufen und wie es weitergehen soll. Weitere Informationen finden Sie unter www.niq.com.