NIM Nuremberg Institute for Market Decisions | GfK An NIQ Company

NIM Konsumklima *powered by GfK*

PRESSEMITTEILUNG
25. September 2026

Konsumklima mit deutlichem Dämpfer

Nürnberg, 25. September 2026 – Die Stimmung der Verbraucher in Deutschland erleidet im September einen kräftigen Rückschlag. Das Konsumklima verliert nach den Erwartungen der Verbraucher für Oktober 3,8 Punkte und sinkt damit auf -30,6 Punkte (Vormonat revidiert: -26,8 Punkte). Der markante Rückgang ist neben einer gestiegenen Sparneigung vor allem auf das deutliche Abrutschen der Einkommenserwartung zurückzuführen. Auch die Anschaffungsneigung geht leicht zurück, während die Konjunkturerwartungen nahezu unverändert bleiben.

Einkommenserwartungen im Sog steigender Energiepreise

Die deutliche Eintrübung des Konsumklima Indikators ist zu einem wesentlichen Teil auf den starken Rückgang der Einkommensaussichten in diesem Monat zurückzuführen. Der Einkommensindikator verliert 16,7 Zähler und rutscht auf -15,0 Punkte. Dies ist der niedrigste Wert seit April 2026, kurz vor Einführung des Tankrabatts. Damals wurden sogar -24,4 Punkte gemessen.

„Die Mehrheit der Haushalte rechnet damit, dass die hohen Energiepreise ihre Kaufkraft verringern werden“, erklärt Rolf Bürkl, Head of Consumer Climate beim NIM. „Folglich sind sie skeptischer, was die künftigen Einkommensaussichten für die nächsten zwölf Monate betrifft.“

Steigende Sparneigung belastet Konsumklima zusätzlich

Neben den gesunkenen Einkommensaussichten wird das Konsumklima im September durch eine spürbar gestiegene Sparneigung gedrückt. Nach einem Plus von 6,0 Zählern steigt die Sparneigung auf 21,5 Punkte. Man muss in der Historie bis in die Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise 2008 zurückgehen, um einen ähnlich hohen Wert für die Sparstimmung zu messen. Die hohen Energiepreise schüren die Verunsicherung unter den Verbrauchern und sorgen dafür, dass sie es in Anbetracht der allgemeinen Wirtschaftslage derzeit für ratsam halten, zu sparen.

So deuten weiterführende Analysen des NIM darauf hin, dass insbesondere in Haushalten mit guter finanzieller Ausstattung die Sparneigung stärker zugenommen hat. Hier besteht offenbar das Bedürfnis, die Kaufkraftverluste, die durch die erhöhte Inflation beim Ersparten aufgetreten sind, durch zusätzliches Sparen zu kompensieren.

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 geringfügig gesunken

Im Gegensatz zu Einkommenserwartung und Sparneigung zeigt sich die Anschaffungsneigung im Großen und Ganzen stabil. Der Indikator verliert einen Punkt und weist nun -10,8 Punkte auf. Damit liegt er noch knapp über dem Wert des entsprechenden Vorjahresmonats (September 2025: -11,6 Punkte). Das Niveau ist aber nach wie vor überaus niedrig und pendelt seit mehr als drei Jahren in einem Bereich um die -10-Punkte-Marke.

Konjunkturerwartungen mit leichtem Plus

Während die Einkommensaussichten gegenwärtig deutlich skeptischer beurteilt werden, legen die Konjunkturerwartungen der Verbraucher weiter etwas zu, wenn auch die Dynamik aktuell nachgelassen hat. Der Indikator gewinnt noch einen halben Zähler hinzu und liegt nun bei -3,4 Punkten. Dies ist der fünfte Anstieg in Folge.

Die deutsche Wirtschaft hat sich im ersten Halbjahr 2026 besser entwickelt als zunächst erwartet. Entsprechend haben die Forschungsinstitute ihre Wachstumsprognosen für dieses und das kommende Jahr nach oben korrigiert. So werden momentan für 2026 und 2027 Zuwachsraten des Bruttoinlandsproduktes von gut einem Prozent vorhergesagt.

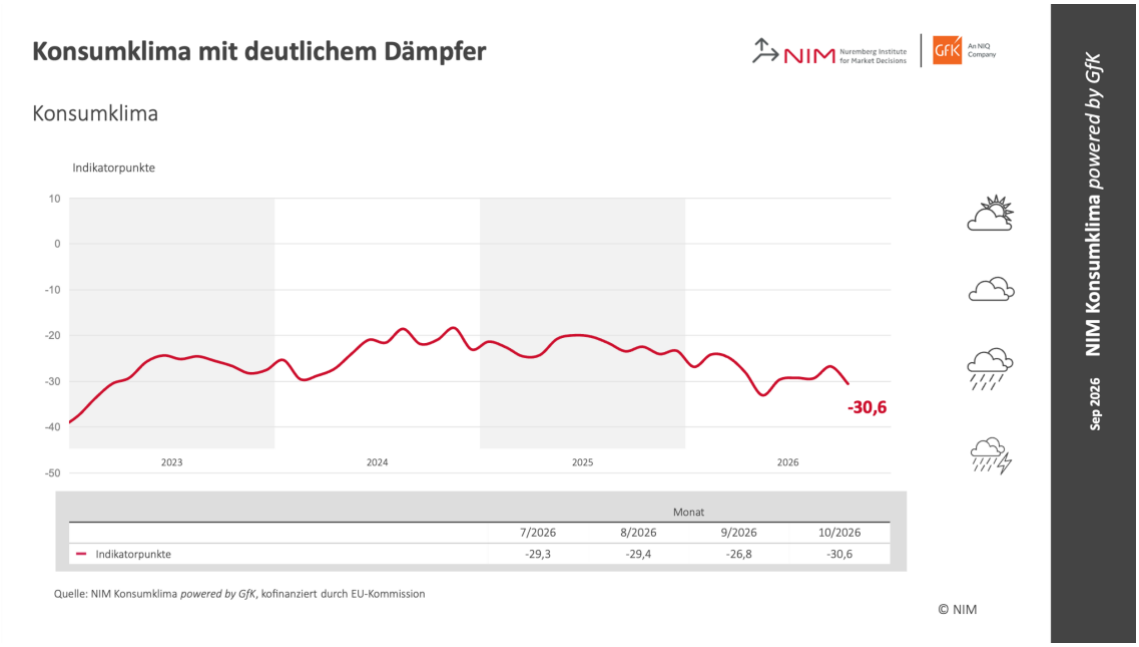
Die folgende **Tabelle** zeigt die Werte der einzelnen Indikatoren im September 2026 im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr:

		2026		**2025**
	Oktober	September	August	September
Konjunkturerwartung	-	-3,4	-3,9	-1,4
Preiserwartung		-0,4	-0,2	-6,3
Einkommenserwartung	**-**	**-15,0**	**1,7**	**15,1**
Anschaffungsneigung	**-**	**-10,8**	**-9,8**	**-11,6**
Sparneigung	**-**	**21,5**	**15,5**	**16,1**
Konsumklima[1]	**-30,6**	-26,8	-29,4	-21,7

Quelle: NIM Konsumklima *powered by GfK* | co-funded durch die Europäische Kommission | 09/26

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

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



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

Voraussichtliche Veröffentlichungstermine in Q4 2026 (CET):

- Mittwoch, 28. Oktober 2026, 8.00 Uhr
- Donnerstag, 26. November 2026, 8.00 Uhr
- Freitag, 18. Dezember 2026, 8.00 Uhr

Zur Methode

Der Befragungszeitraum für die aktuelle Analyse war vom 3. bis 14. September 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.