

**PRESSEMITTEILUNG**

24. März 2026

## **McKinsey Verbraucherumfrage: Inflation bleibt größte Sorge**

- Deutsche Verbraucher im 1. Quartal 2026 resilienter als europäischer Durchschnitt
- Konsumausgaben für den nicht-täglichen Bedarf in Deutschland fallen bis 2023 um 17%
- Privater Konsum in Deutschland um 6% gesunken

DÜSSELDORF. Deutsche Verbraucher:innen zeigen sich im ersten Quartal 2026 im europäischen Vergleich etwas robuster: Sie sind am wenigsten geneigt, ihre Konsumausgaben zurückzufahren. Damit ist Deutschland der stabilste Konsummarkt innerhalb der befragten Märkte Italien, Spanien, Frankreich und Großbritannien. Dennoch bleibt die Stimmung mit Blick auf die Entwicklung der Wirtschaft verhalten. Nur 21% (-3 Prozentpunkte im Vergleich zum 4. Quartal 2025) der Befragten aus Deutschland zeigen sich optimistisch. Dies sind die wichtigsten Ergebnisse der aktuellen Studie „An Update on the EU Consumer Sentiment“ der Unternehmensberatung McKinsey & Company.

### **Konsument:innen sorgen sich um Inflation und wirtschaftliche Entwicklung**

Die wirtschaftliche Unsicherheit und die Inflation werden von 40% der deutschen Verbraucher:innen als die größten Herausforderungen wahrgenommen. „Die anhaltenden Kostensteigerungen beeinflussen das Konsumverhalten erheblich. Unternehmen sollten sicherstellen, in ihren Entscheidungen die angespannte Situation vieler deutscher Haushalte bewusst zu berücksichtigen“, sagt Marcus Jacob, Senior Partner bei McKinsey.

### **Verbraucher:innen passen Ausgabenprioritäten an**

Wegen der schwachen Wirtschaftslage passen deutsche Verbraucher:innen ihre Ausgabenprioritäten bei nicht notwendigen Gütern und Dienstleistungen an. 40% der Befragten geben an, weniger für Möbel und Assecoires ausgeben zu wollen. 24% planen Mehrausgaben für Kreuzfahrten und Inlandsflüge. Die Ausgabenbereitschaft für Reisen ist höher, weil 32% der Befragten aus Deutschland sich mit einer Reisen „etwas gönnen wollen“.

Unterschiede zeigen sich im Konsumverhalten der verschiedenen Generationen. Die GenZ ist die ausgabefreudigste Generation: 56% von ihnen planen, sich etwas zu gönnen, im Vergleich zu 39% der Millennials, 28% der GenX und 21% der Babyboomer.

### **Lage der deutschen Haushalte verschärft sich**

Gleichzeitig zeigt eine weitere Studie, dass der private Konsum in Deutschland zwischen 2018 und 2023 um 6% gesunken ist. „Hauptursache war die hohe Inflation von kumuliert 19%, die von vielen Haushalten nicht durch Einkommenszuwächse kompensiert werden konnte. Aufgrund der wirtschaftlichen Gesamtlage, gehen wir davon aus, dass sich dieser Trend in den letzten zwei Jahren fortgesetzt hat“, so Marcus Jacob.

Daraus resultiert, dass fast zehn Millionen Haushalte (25%) in Deutschland ein Nettohaushaltseinkommen von weniger als 2.000 Euro im Monat zur Verfügung haben. Sechs Millionen dieser Haushalte geben durchschnittlich mehr aus, als sie monatlich zur Verfügung haben und finanzieren ihren frei gestaltbaren Konsum oft durch Vermögensverzehr oder Verschuldung.

### **Diskretionärer Konsum in Deutschland fällt um 17%**

Haushalte mit einem Nettoeinkommen zwischen 1.300 und 1.500 Euro mussten durchschnittlich 60 Euro aus dem Ersparten nehmen, um ihren Konsum zu decken, obwohl sie ihre diskretionären Ausgaben bereits um 12% seit 2018 reduziert hatten. Zwischen 2018 und 2023 stieg die Zahl der Haushalte, die am Monatsende kein Geld mehr zur Verfügung hatten, von sieben Millionen auf fast zehn Millionen – ein Anstieg um mehr als ein Drittel.

„Ein Viertel der Haushalte in Deutschland steht vor der Herausforderung, dass jede größere Anschaffung zur unüberwindbaren Hürde wird, da das Einkommen fast komplett in essenzielle Grundausgaben fließt. Globale Konflikte und die Sorge vor dem Verlust des Arbeitsplatzes dämpfen zusätzlich die Konsumerwartungen“, sagt Marcus Jacob.

## **Über McKinsey**

McKinsey ist eine weltweit tätige Unternehmensberatung, die Organisationen dabei unterstützt, nachhaltiges, integratives Wachstum zu erzielen. Wir arbeiten mit Klienten aus dem privaten, öffentlichen und sozialen Sektor zusammen, um komplexe Probleme zu lösen und positive Veränderungen für alle Beteiligten zu schaffen. Wir kombinieren mutige Strategien und transformative Technologien, um Unternehmen dabei zu helfen, Innovationen nachhaltiger zu gestalten, dauerhafte Leistungssteigerungen zu erzielen und Belegschaften aufzubauen, die für diese und die nächste Generation erfolgreich sein werden. In Deutschland und Österreich hat McKinsey Büros in Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, München, Stuttgart und Wien. Weltweit arbeiten McKinsey Teams in mehr als 130 Städten und über 65 Ländern. Gegründet wurde

McKinsey 1926, das deutsche Büro 1964. Globaler Managing Partner ist seit 2021 Bob Sternfels. Managing Partner für Deutschland und Österreich ist seit 2021 Fabian Billing.

Erfahren Sie mehr unter: <https://www.mckinsey.de>

---

Sie haben Rückfragen? Wenden Sie sich bitte an:

Linda Dommes, Telefon 0211 136-4376,

E-Mail: [linda\\_dommes@mckinsey.com](mailto:linda_dommes@mckinsey.com)

Alle Pressemitteilungen im Abo unter [www.mckinsey.de](http://www.mckinsey.de)