



# PRESSEMITTEILUNG

**28. Februar 2025**

## **Ergebnisse der EZB-Umfrage zu den Verbrauchererwartungen: Januar 2025**

Verglichen mit Dezember 2024 haben sich folgende Entwicklungen ergeben:

- Der Median der von den Verbraucherinnen und Verbrauchern in den vergangenen zwölf Monaten wahrgenommenen Inflation sank, und auch der Median ihrer Erwartungen bezüglich der Inflation in den kommenden zwölf Monaten ging zurück. Der Median der Erwartungen bezüglich der Inflation in drei Jahren blieb indes unverändert.
- Die Erwartungen hinsichtlich des Wachstums der nominalen Einkommen in den kommenden zwölf Monaten waren rückläufig, während die Erwartungen zum Wachstum der nominalen Ausgaben in den kommenden zwölf Monaten anstiegen.
- Die Erwartungen zum Wirtschaftswachstum in den kommenden zwölf Monaten fielen weniger negativ aus; die Erwartungen in Bezug auf die Arbeitslosenquote in zwölf Monaten verringerten sich unterdessen.
- Die Erwartungen zum Preisanstieg bei selbst bewohnten Immobilien in den nächsten zwölf Monaten erhöhten sich. Zugleich verringerten sich die Erwartungen in Bezug auf die Hypothekenzinsen in zwölf Monaten.

### **Inflation**

Der Median der von den Verbraucherinnen und Verbrauchern in den vergangenen zwölf Monaten wahrgenommenen Inflation sank im Januar 2025 leicht auf 3,4 % (nach 3,5 % im Dezember 2024). Der Median der Inflationserwartungen für die kommenden zwölf Monate ging ebenfalls zurück; er verringerte sich von 2,8 % auf 2,6 %. In beiden Fällen wurde somit der im Dezember 2024 verbuchte Anstieg rückgängig gemacht. Der Median der Erwartungen bezüglich der Inflation in drei Jahren blieb mit 2,4 % im Januar unverändert. Damit lagen die Inflationserwartungen für den Zeithorizont sowohl von einem Jahr als auch von drei Jahren weiterhin unter der wahrgenommenen vergangenen Inflation. Die

Unsicherheit bezüglich der Inflationserwartungen in den kommenden zwölf Monaten verblieb den sechsten Monat in Folge unverändert auf ihrem niedrigsten Niveau seit Februar 2022. Insgesamt entwickelten sich die Inflationswahrnehmung und die Inflationserwartungen in den verschiedenen Einkommensgruppen weiterhin relativ ähnlich. Die Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher in den unteren Einkommensquintilen lagen jedoch leicht über jenen in den oberen Einkommensquintilen. Unter den jüngeren Befragten (Altersgruppe 18-34 Jahre) waren die Inflationswahrnehmung und die Inflationserwartungen nach wie vor geringer als bei den älteren Befragten (Altersgruppen 35-54 Jahre und 55-70 Jahre). Allerdings war der Abstand kleiner als in den vergangenen Jahren. Die Umfrageergebnisse zur Inflation sind [hier](#) abrufbar.

## Einkommen und Konsum

Die Erwartungen der Verbraucherinnen und Verbraucher zum Wachstum der nominalen Einkommen in den kommenden zwölf Monaten gingen von 1,1 % im Dezember 2024 auf 0,9 % im Januar 2025 zurück. Die rückläufigen Erwartungen zum Wachstum des Einkommens waren vor allem der Entwicklung im untersten Einkommensquintil geschuldet, während die Erwartungen in den beiden höchsten Einkommensquintilen unverändert blieben. Die Wahrnehmung in Bezug auf das Wachstum der nominalen Ausgaben in den vergangenen zwölf Monaten sanken von 5,2 % im Dezember auf 5,1 % im Januar. Die Erwartungen zum Wachstum der nominalen Ausgaben in den nächsten zwölf Monaten stiegen unterdessen von 3,5 % auf 3,6 % an. Die Umfrageergebnisse zu Einkommen und Konsum sind [hier](#) abrufbar.

## Wirtschaftswachstum und Arbeitsmarkt

Die Erwartungen zum Wirtschaftswachstum in den kommenden zwölf Monaten fielen im Januar 2025 weniger negativ aus und lagen bei -1,1 % (nach -1,3 % im Dezember 2024). Die Erwartungen in Bezug auf die Arbeitslosenquote in zwölf Monaten verringerten sich von 10,5 % im Dezember auf 10,4 % im Januar. Die Verbraucherinnen und Verbraucher rechneten weiterhin damit, dass die künftige Arbeitslosenquote nur leicht über der derzeit wahrgenommenen Quote von 9,9 % liegen wird, was auf einen weitgehend stabilen Arbeitsmarkt hindeutet. Die Betrachtung der vierteljährlich erhobenen Daten zeigt, dass erwerbslose Umfrageteilnehmerinnen und -teilnehmer eine niedrigere Wahrscheinlichkeit sahen, binnen drei Monaten einen Arbeitsplatz zu finden (Rückgang von 29,3 % im Oktober auf 25,1 % im Januar). Erwerbstätige Befragte gaben hingegen an, dass sich die erwartete Wahrscheinlichkeit, in den nächsten drei Monaten ihren Arbeitsplatz zu verlieren, verringerte, und zwar von 9,0 % im Oktober auf 8,6 % im Januar. Die Umfrageergebnisse zu Wirtschaftswachstum und Arbeitsmarkt sind [hier](#) abrufbar.

## Wohnimmobilienmarkt und Kreditzugang

Die Verbraucherinnen und Verbraucher gingen im Januar 2025 davon aus, dass der Preis der von ihnen selbst bewohnten Immobilie in den kommenden zwölf Monaten um 3,0 % steigen wird. Dieser Wert ist etwas höher als noch im Dezember 2024 (2,9 %). Dabei rechneten die privaten Haushalte im untersten Einkommensquintil weiterhin mit einem kräftigeren Hauspreisanstieg (3,4 %) als die Haushalte im obersten Einkommensquintil (2,8 %), wenngleich sich dieser Abstand gegenüber den Vormonaten verringerte. Das auf Sicht von zwölf Monaten erwartete Niveau der Hypothekenzinsen ging geringfügig auf 4,5 % zurück und lag damit auf dem niedrigsten Stand seit Juli 2022. Wie bereits in den Monaten zuvor erwarteten die einkommensschwächsten Haushalte die höchsten Hypothekenzinsen in zwölf Monaten (5,1 %), während die einkommensstärksten Haushalte die niedrigsten Erwartungen hatten (3,9 %). Der Nettoanteil der privaten Haushalte, die mit Blick auf die zurückliegenden zwölf Monate von einem restriktiveren Kreditzugang berichteten (also der Saldo aus den Haushalten, die einen restriktiveren Zugang angaben, und jenen, die eine Lockerung angaben), erhöhte sich; auch der Nettoanteil der Privathaushalte, die für die kommenden zwölf Monate mit einem schwierigeren Zugang rechneten, stieg. Der vierteljährlich erhobene Anteil der Verbraucherinnen und Verbraucher, die nach eigenen Angaben in den letzten drei Monaten einen Kreditantrag gestellt haben, sank im Januar auf 15,0 %, verglichen mit 15,9 % im Oktober. Die Umfrageergebnisse zu Wohnimmobilien und Kreditzugang sind [hier](#) abrufbar.

Die Veröffentlichung der Ergebnisse der Umfrage zu den Verbrauchererwartungen vom Februar 2025 ist für den 28. März 2025 vorgesehen.

**Kontakt für Medienanfragen: [Nicos Keranis](#), Tel.: +49 172 758 7237**

### Anmerkung

- Soweit nicht anders angegeben, beziehen sich die in dieser Pressemitteilung ausgewiesenen Statistiken auf den mit 2 % winsorisierten Mittelwert. Weitere Einzelheiten finden sich in der [CES-Dokumentation zur Berechnung der aggregierten Statistiken](#).
- Die EZB-Umfrage zu den Verbrauchererwartungen (ECB Consumer Expectations Survey – CES) ist eine monatliche Online-Befragung, die derzeit unter rund 19 000 Verbraucherinnen und Verbrauchern ab 18 Jahren aus elf Euro-Ländern (Belgien, Deutschland, Irland, Griechenland, Spanien, Frankreich, Italien, Niederlande, Österreich, Portugal und Finnland) durchgeführt wird. Die wichtigsten aggregierten Ergebnisse werden monatlich auf der Website der EZB veröffentlicht. Die Ergebnisse fließen in die geldpolitische Analyse ein und ergänzen andere von der EZB verwendete Datenquellen.
- Weitere Informationen zur Umfrage und zu den Daten sind auf der [CES-Website](#) abrufbar. Nähere Informationen finden sich auch in den folgenden beiden Publikationen: K. Bańkowska et al., [ECB Consumer Expectations Survey: an overview and first evaluation](#), Occasional Paper Series der EZB, Nr. 287, 2021; D. Georgarakos und G. Kenny, [Household spending and fiscal support during the COVID-19 pandemic: Insights from a new consumer survey](#), Journal of Monetary Economics, Bd. 129 (Supplement), 2022, S. S1-S14.
- Die Umfrageergebnisse geben nicht die Meinung der Beschlussorgane oder Beschäftigten der EZB wieder.

**Europäische Zentralbank**

Generaldirektion Kommunikation

Sonnemannstraße 20, 60314 Frankfurt am Main, Deutschland

Tel.: +49 69 1344 7455, E-Mail: [media@ecb.europa.eu](mailto:media@ecb.europa.eu)

Internet: [www.ecb.europa.eu](http://www.ecb.europa.eu)

*Nachdruck nur mit Quellenangabe gestattet.*