



A&M Spotlight Handel und Konsumgüter

Juli 2025

A&M Spotlight Handel
und Konsumgüter

Im A&M Spotlight beleuchtet das Team von A&M regelmäßig aktuelle Entwicklungen und Trends in der Branche. Dabei stehen die Interpretation von Konsumentenverhalten und die Ableitung relevanter Impulse für Unternehmensentscheider im Vordergrund, um Orientierung und Denkanstöße für die Bewertung von Marktentwicklungen zu bieten.

Der neue Deal im Handel: Konsum gegen Sinn

2025 ist nicht das Jahr, in dem der Konsum endet – er definiert sich bloß neu. Weg vom Reflex, hin zur Relevanz. Nicht weniger Lust, sondern mehr Logik. Kritischer Konsum ist das neue Normal. Er verlangt Klarheit, Kontext, Konsequenz. Die Deutschen kaufen nicht aus Gewohnheit, sondern aus Überzeugung. Und eine Marke, die nicht überzeugen kann, verstaubt im Regal.

Selective Spending: Kaufen mit Kompass

Der GfK-Konsumklimaindex verharrt bei -20,0 Punkten. Die Einkommenserwartung steigt – allerdings ebenso die Sparneigung. Auf 13,9 Punkte. Das ist ein Statement, kein Zufall.

Konsumenten sind nicht knausrig, sondern konsequent selektiv. Wie die Türsteher in einem angesagten Club: rein kommt nur, wer zu ihnen passt. Wo früher ein Impuls war, ist heute eine Abwägung: Brauche ich das? Hält das Produkt, was es verspricht? Die Deutschen geben weiterhin Geld aus. Aber nur noch für das, was bleibt und sie weiterbringt.

Was heißt das für Unternehmen? Weg vom Aktionismus. Hin zur Argumentation. Ein Produkt braucht heute nicht Aufmerksamkeit, sondern eine klare Antwort auf essenzielle Fragen. Warum genau das? Und warum genau jetzt?

Rising Expectations: Vertrauen ist kein Bonus mehr

Verbraucher sind nicht distanziert. Sie sind anspruchsvoll. Statt „Ist das neu?“ lautet die Frage jetzt: „Ist das relevant?“ Bewertungen, Herkunft, Haltung: Käufer schauen hinter die Oberfläche und suchen nach Sinn.

Eine Marke darf gern glänzen – aber sie muss zuerst funktionieren. Denn Menschen investieren nicht bloß in Logos, sondern in Logiken. Wer kauft, will nicht beeindruckt werden. Konsumenten wollen sich bestätigt fühlen.

Was heißt das für Marken? Transparenz ist kein Kommunikationsstil. Sie ist die Eintrittskarte. Erwartungen steigen, weil Kunden gelernt haben, Angebote kritisch zu prüfen. Und das geht weit über den Preis hinaus.

Inflation Fatigue: Mehr Distanz, weniger Drama

Die Preise steigen nicht mehr. Aber die Reaktion darauf ist geblieben. Inflation hat viel Geld gekostet. Und vor allem Gefühl. Konsum ist kein Eskapismus mehr, kein Statussymbol, sondern ein Abwägen, ein Innehalten. Eine Rechnung, die aufgehen muss – nicht nur finanziell, sondern kulturell.

Was heißt das für den Handel? Erlebnis ersetzt nicht die Rechtfertigung. Rabatt ersetzt nicht den Respekt. Wenn der Konsum zum Moment wird, muss der Moment passen.

A&M Experten:



Dr. Stefan Rohrhofer
Managing Director Consumer
Goods & Retail Group

Früher war Konsum ein Versprechen. Heute ist er eine Prüfung. Kunden suchen keine Produkte, sondern Begründungen. Sie erwarten Substanz statt Show und treffen ihre Wahl nicht spontan, sondern mit System.



Josefine Hänsel
Managing Director Consumer
Goods & Retail Group

Die Kunden sind da. Bloß nicht mehr dort, wo man sie früher angetroffen hat. Wer sie erreichen will, braucht mehr als Sichtbarkeit. Er braucht Authentizität, Haltung – und das richtige Timing.

Über Alvarez & Marsal

Alvarez & Marsal wurde 1983 gegründet und ist ein weltweit führendes Unternehmen für professionelle Dienstleistungen. Das Unternehmen ist bekannt für seine Führungsqualität, sein engagiertes, ergebnisorientiertes Handeln - Leadership, Action, Results und bietet Beratungs-, Leistungsverbesserungs- und Turnaround-Management-Services an. Alvarez & Marsal liefert praktische Lösungen für die individuellen Herausforderungen seiner Kunden. Mit seinem weltweiten Netzwerk von erfahrenen Mitarbeitern, erstklassigen Beratern sowie Experten mit langjähriger Erfahrung in Aufsichtsbehörden und Industrieunternehmen unterstützt Alvarez & Marsal Unternehmen, Vorstände, Private-Equity-Unternehmen, Anwaltskanzleien und Regierungsbehörden dabei, ihre Transformation voranzutreiben, Risiken zu minimieren und in jeder Wachstumsphase Mehrwert zu schaffen.

Follow A&M on:



Um mehr zu erfahren, besuchen Sie [AlvarezandMarsal.com](https://www.alvarezandmarsal.com) und folgen Sie uns auf [LinkedIn](#), [auf X](#) und [auf Facebook](#).

© Copyright 2025 Alvarez & Marsal Holdings, LLC. All Rights Reserved.

ALVAREZ & MARSAL
LEADERSHIP. ACTION. RESULTS.™