

28. Dezember 2005, von Michael Schöfer Juhu, das Konsumklima steigt mal wieder

"Konsumklima: so gut wie seit langem nicht mehr. Deutsche Konsumenten glauben zum Ende des Jahres sehr viel häufiger als zuvor, dass es mit der konjunkturellen Entwicklung aufwärts geht", meldet Innovationsreport.de, das "Forum für Wissenschaft, Industrie und Wirtschaft", heute aufgrund von Daten des Marktforschungsinstituts GfK (Growth from Knowledge). "Damit haben sich die Chancen auf eine etwas positivere Entwicklung des privaten Konsums im neuen Jahr leicht verbessert. Die offensichtlich derzeit positive Einstellung gegenüber der neuen Regierung, die größere finanzielle Planungssicherheit und die gestiegene Bereitschaft, größere Anschaffungen schon bald zu tätigen, weisen deutlich darauf hin." [1]

Toll, endlich Hoffnung für die daniederliegenden Binnenkonjunktur. Jetzt wird alles besser. Doch halt, gab es nicht schon früher ähnlich positive Prognosen? Und hat dann nicht die reale Entwicklung bei den Konsumausgaben ganz anders, nämlich viel negativer ausgesehen? Wir erinnern uns (gut, daß es das Internet gibt):

Innovations-Report.de am 28.11.2003: "Konsumklima wird freundlicher. Offensichtlich stellt sich bei deutschen Verbrauchern vorweihnachtliche Stimmung ein. Sie schöpfen Hoffnung, dass es mit der Konjunktur aufwärts geht und sich ihre persönliche Einkommenssituation verbessert. (...) Erstmals seit einigen Monaten entwickelten sich im November alle die Verbraucherstimmung betreffenden Indikatoren nach oben."

Innovations-Report.de am 25.02.2004: "Verbraucherstimmung schwingt um: Optimismus keimt auf. Noch im Januar fühlten sich die deutschen Verbraucher von den Diskussionen rund um die soziale Versorgung verunsichert und reagierten überwiegend negativ. In der Februarumfrage der GfK ist jedoch erstmals wieder ein Umschwung erkennbar. Alle Stimmungsindikatoren entwickelten sich deutlich nach oben".

Innovations-Report.de am 29.12.2004: "Konsumklima: Leicht positiv zum Jahreswechsel. Erfreuliche Signale kommen derzeit von der Neigung der Verbraucher, größere Anschaffungen zu tätigen. (...) Die Tendenz zur Aufwärtsentwicklung zeigt sich auch daran, dass der entsprechende Wert des Vorjahres inzwischen um knapp zehn Punkte übertroffen wird. Insbesondere wegen der gestiegenen Anschaffungsneigung hat auch das Konsumklima zugelegt."

Innovations-Report.de am 27.01.2005: "Alles spricht dafür, dass sich die Stimmung der Verbraucher in Deutschland deutlich aufhellt. Nach drei Rückgängen in Folge, legte der Indikator Konjunkturerwartung im Januar spürbar zu. (...) Im Sog der positiven Entwicklung von Konjunktur- und Einkommenserwartung konnte auch die Anschaffungsneigung zulegen. In den beiden Vormonaten war die Neigung, größere Anschaffungen zu tätigen, gestiegen und galt als Hauptursache einer positiveren Konsumlaune. Dieser Trend setzte sich nun fort. (...) Insbesondere wegen der deutlich verbesserten Einkommenserwartung hat das Konsumklima zugelegt."

Alle Jahre wieder: "Die Chancen haben sich verbessert", "die Verbraucher haben eine positive Einstellung", zeigen "gestiegene Bereitschaft", besitzen "hohe Anschaffungsneigung", sind überhaupt "gut" bzw. "vorweihnachtlich gestimmt". "Alle Indikatoren weisen nach oben", zuweilen sogar "deutlich". "Erfreuliche Signale", "Aufwärtsentwicklung", "Konsumlaune"... Kurz gesagt, die Aussichten sind "so gut wie seit langem nicht mehr".

Nur, warum tritt das alles niemals ein? Und warum entpuppen sich diese Meldungen stets als purer Zweckoptimismus? Denn obgleich sich das Konsumklima der Verbraucher den Prognosen zufolge wiederholt aufzuhellen schien, wuchsen die tatsächlichen Konsumausgaben kaum. Preisbereinigt sind diese nämlich zwischen 2000 und 2004 um magere 2,14 Prozent gestiegen, das sind im Durchschnitt pro Jahr lediglich 0,5 Prozent. [2]

Kann es sein, daß das Ganze etwas mit der anhaltend hohen Arbeitslosigkeit zu tun hat? Kann es sein, daß die bestenfalls stagnierenden Realeinkommen der Arbeitnehmer dabei ebenfalls eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielen? Und wenn ja, warum werden diese - im Gegensatz zur jeweiligen Stimmungslage - objektiv meßbaren Indikatoren vom Marktforschungsinstitut GfK (Eigenwerbung: "Unsere Business Information Services liefern das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um ihre Marktentscheidungen zu treffen.") regelmäßig verkannt?

Okay, um nicht ungerecht zu sein, zwischendurch konstatiert man dort gelegentlich eine Eintrübung der Konsumlaune. Auf Dauer an der Realität vorbei, geht eben nicht. Doch aus unerfindlichen Gründen schlägt die Konsumlaune dann wieder ins Gegenteil um. Sozusagen eine Achterbahn der Gefühle. Sind hier Dilettanten oder Berufsoptimisten am Werk, die bloß das von der Wirtschaft erwünschte Ergebnis abliefern? Ob sich die Realität danach richtet, kann ihnen im Grunde gleichgültig sein, sofern sie immer wieder aufs neue mit derartigen "Gutachten" beauftragt werden. Schließlich geht es hier nicht um die Wahrheit, sondern ums schnöde Geld. Auch Meinungsforscher müssen ja von irgend etwas leben. Damit die Konsumlaune zumindest an ihnen nicht spurlos vorübergeht.

[1] Innovations-Report vom 28.12.2005

[2] Sachverständigenrat zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Jahresgutachten 2005/2006, Internationale und nationale Tabellen, Tabelle 29jg.xls, Konsumausgaben der privaten Haushalte