

Bardt, Hubertus; Grömling, Michael; Maselli, Ilaria; van Ark, Bart

Research Report

Schwindender Optimismus bei deutschen Verbrauchern

IW-Kurzbericht, No. 13/2020

Provided in Cooperation with:

German Economic Institute (IW), Cologne

Suggested Citation: Bardt, Hubertus; Grömling, Michael; Maselli, Ilaria; van Ark, Bart (2020) : Schwindender Optimismus bei deutschen Verbrauchern, IW-Kurzbericht, No. 13/2020, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/214179>

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

IW-Kurzbericht 13/2020

Schwindender Optimismus bei deutschen Verbrauchern

Hubertus Bardt / Michael Grömling / Ilaria Maselli / Bart van Ark, 17. Februar 2020

Mit einer Eintrübung des Verbrauchervertrauens zum Jahreswechsel zeigen sich auch bei der bislang sehr robusten Konsumkonjunktur in Deutschland erste Brems Spuren. Das TCB-IW-Verbrauchervertrauen liegt hierzulande mit 102 Punkten nur knapp im positiven Bereich. Vor allem die Beschäftigungsperspektiven der Konsumenten haben sich seit Mitte 2018 durchgehend eingetrübt.

Das Vertrauen der Konsumenten hat in Deutschland im letzten Quartal 2019 weiter nachgelassen. Nachdem der Wert des TCB-IW-Verbrauchervertrauens über die ersten drei Quartale 2019 mit rund 104 Punkten recht konstant war, ging er im Schlussquartal um fast 2 Punkte auf 102 Punkte zurück (Abbildung links). Anfang 2018 lag das Verbrauchervertrauen nach einem deutlichen Anstieg noch auf seinem Höhepunkt von fast 108 Punkten. Seitdem befindet sich die Zuversicht der deutschen Konsumenten im Rückwärtsgang, die Konsumneigung ist aber noch über der neutralen Linie von 100 Punkten. Es mehrten sich jedoch die Anzeichen, dass der in Deutschland seit zehn Jahren anhaltende Konsumaufschwung merklich an Schwung verliert. Im vierten Quartal 2019 lag der preis-, saison- und arbeitstäglich bereinigte Private Konsum schätzungsweise um mehr als 16 Prozent über dem Wendepunkt im vierten Quartal 2009. Diese bislang ordentliche Konsumkonjunktur wird vor allem durch ei-

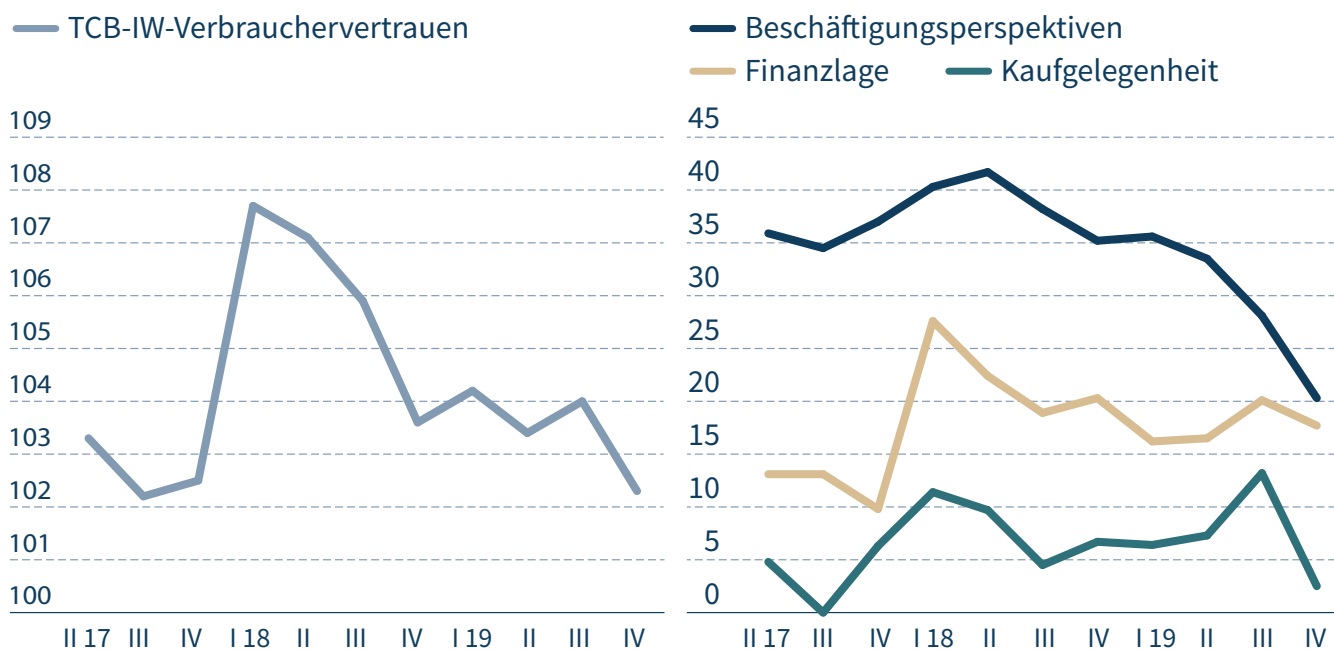
nen Vergleich mit den vorhergehenden Jahren deutlich. Im Zeitraum 2001, also nach Beendigung des vorhergehenden New-Economy-Booms, bis 2009 war nur ein Gesamtanstieg von 0,6 Prozent zu verzeichnen, also eine über neun Jahre andauernde Konsumstagnation.

Die bisher kaum stockende Konsumententwicklung über die letzten zehn Jahre speiste sich vor allem aus der sehr guten Arbeitsmarktentwicklung. Seit dem Jahr 2009 entstanden hierzulande fast 4,5 Millionen zusätzliche Arbeitsplätze. Zuletzt kamen von der Arbeitsmarktentwicklung aber kaum noch Impulse. Das zeigen auch die Komponenten des TCB-IW-Verbrauchervertrauens (Abbildung rechts). Dieser Konsumindex misst die Stimmung unter den Konsumenten auf einer international einheitlichen Basis und er wird gemeinsam von The Conference Board (TCB) und dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) publiziert (Bardt et al., 2019). Die Daten werden vierteljährlich in Zusammenarbeit mit Nielsen im Rahmen des Global Consumer Confidence Surveys erhoben (The Conference Board, 2019).

■ Erheblich verschlechtert haben sich die von den Konsumenten wahrgenommenen **Beschäftigungsperspektiven**. Der Abstand von positiven zu negativen Einschätzungen zeigte im vierten Quartal 2019 mit 20 Prozentpunkten zwar immer noch einen

TCB-IW-Verbrauchervertrauen

Verbrauchervertrauen¹⁾ in Punkten (links) und Saldo²⁾ der Komponenten³⁾ (rechts)



1) Die Werte des Global Consumer Confidence Indexes bewegen sich in einer Bandbreite von 0 (schlecht) bis 200 (exzellent).
 2) Anteil der positiven Bewertungen (ausgezeichnet und gut) abzüglich des Anteils der negativen Bewertungen (nicht gut und schlecht). 3) Beschäftigungs- und Einkommensperspektiven in den nächsten zwölf Monaten und Bewertung, ob es derzeit eine gute Zeit für die Anschaffung von Waren und Dienstleistungen ist.
 Quellen: The Conference Board; Institut der deutschen Wirtschaft

deutlich überwiegenden Optimismus. Der Wert lag im Frühjahr 2019 aber noch bei 34 Prozentpunkten sowie Anfang 2018 sogar bei 40 Prozentpunkten und war damit doppelt so hoch wie zuletzt. Tatsächlich ist die Arbeitsmarktlage immer noch gut. Auch 2020 wird die Beschäftigung voraussichtlich erneut das Vorjahresniveau übertreffen, der Verlauf fällt jedoch schwach aus. Zuletzt zeigte sich bereits eine verstärkte Anmeldung von Kurzarbeit – was einen Anstieg der Arbeitslosigkeit verhindert. Im abnehmenden Optimismus um den eigenen Arbeitsplatz spiegeln sich die ersten Negativschlagzeilen über angekündigte Entlassungen und Kurzarbeit in der Industrie wider.

- Die Bewertung der **eigenen Finanzlage** der Konsumenten in Deutschland hat sich im vierten Quartal 2019 ebenfalls eingetrübt. Wie bei den Beschäftigungsperspektiven bleibt trotz der jüngsten Eintrübung unter dem Strich ein positives Gesamtbild. Seit Mitte 2018 bewegt sich der Saldo aus positiven und negativen Bewertungen mit leichten Schwankungen auf einem relativ stabilen und langfristig hohen Niveau. Dies reflektiert die bislang sehr

gute Beschäftigungsdynamik und die in weiten Teilen der Wirtschaft gute Einkommensentwicklung.

- Im vierten Quartal 2019 hat sich die **Anschaffungsneigung** der Konsumenten deutlich verschlechtert. Nur eine kleine Mehrheit der befragten Verbraucher ist der Auffassung, dass aktuell ein guter Zeitpunkt für die Anschaffung von besonders langlebigen Konsumgütern ist. Dabei übertreffen die Positivantworten die Skeptiker um gerade einmal 3 Prozentpunkte. Dieser Indikator war im Herbst 2019 noch auf 13 Punkte hochgesprungen, er lag davor mit rund 7 Punkten ebenfalls deutlich über dem aktuellen Wert.

Vor dem Hintergrund der schwächeren Beschäftigungsperspektiven dürfte auch die Einkommensentwicklung in Deutschland in diesem Jahr moderat bleiben (IW Forschungsgruppe Gesamtwirtschaftliche Analysen und Konjunktur, 2019). Die Preisentwicklung wird das Konsumwachstum 2020 weniger stark dämpfen als in den Vorjahren. Die Inflationsrate wird bei unter 1,5 Prozent liegen. Die Konsumkonjunktur wird 2020 nicht abreißen.

Nach einem Zuwachs bei den realen Konsumausgaben der privaten Haushalte in Höhe von 1,6 Prozent in 2019 wird für das laufende Jahr nur ein Plus von 0,9 Prozent erwartet.

Die Eintrübung des Konsumklimas in Deutschland steht derzeit im Gegensatz zu der Entwicklung im Euroraum, wo das Verbrauchervertrauen insgesamt gesehen zuletzt konstant blieb (The Conference Board, 2019). Aufhellungen gab es dabei etwa in Frankreich und den Niederlanden. Wie in Deutschland hat sich das Konsumklima in Italien, Finnland und Österreich verschlechtert.

Außerhalb des Euroraums waren kräftige Verschlechterungen besonders in Schweden zu verzeichnen. Merkliche Schwankungen gab es im Vereinigten Königreich, wo der Index im Frühjahr 2019 um 4 Punkte abgestürzt war und nun wieder bei 99 Punkten im neutralen Bereich liegt. Dabei dürfte die Wahlentscheidung um den Brexit eine beruhigende Wirkung gehabt haben.

Literatur

Bardt, Hubertus / Grömling, Michael / Niendorf, Paul / Van Ark, Bart, 2019, Konsumentenvertrauen in Deutschland, in: IW-Trends, 46. Jg., Nr. 2, S. 43–61

IW-Forschungsgruppe Gesamtwirtschaftliche Analysen und Konjunktur, 2019, Konjunktur tritt auf der Stelle – IW-Konjunkturprognose und Konjunkturmfrage Winter 2019; in: IW-Trends, 46. Jg., Nr. 4, Online-Sonderausgabe 2/2019, S. 3–37

The Conference Board, 2019, Global Consumer Confidence Survey Q4 2019 Highlights, New York