

Dovern, Jonas; Wohlrabe, Klaus

Article

Wie die Wahl Donald Trumps die Stimmung in der Industrie verändert

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Dovern, Jonas; Wohlrabe, Klaus (2025) : Wie die Wahl Donald Trumps die Stimmung in der Industrie verändert, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 78, Iss. 08, pp. 52-56

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/328077>

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.

Daten und Prognosen

Wie die Wahl Donald Trumps die Stimmung in der Industrie verändert

Jonas Dovern* und Klaus Wohlrabe

In Kürze

Die Wiederwahl Donald Trumps zum US-Präsidenten im November 2024 hat die Geschäftserwartungen deutscher Industrieunternehmen spürbar verschlechtert. Das zeigt eine Auswertung der ifo Konjunkturumfragen, bei der anhand der zeitlichen Streuung der Antworten der Effekt der Wahlnachricht identifiziert wurde. Die Wahrscheinlichkeit, dass Firmen negative Geschäftserwartungen für 2025 berichteten, stieg nach Bekanntgabe des Wahlergebnisses um 12,3 Prozentpunkte. Besonders stark reagierten exportierende Unternehmen und solche mit direkter Handelsverflechtung mit den USA. Die veränderten Erwartungen spiegelten sich auch in pessimistischeren Investitionsplänen wider. Die Ergebnisse belegen, dass wichtige politische Ereignisse im Ausland die wirtschaftliche Stimmung deutscher Unternehmen kurzfristig und substantiell beeinflussen können.

Die wirtschaftliche Stimmung in Unternehmen wird nicht nur durch konjunkturelle Entwicklungen beeinflusst, sondern reagiert auch auf politische Ereignisse – insbesondere dann, wenn diese potenzielle Veränderungen in der Wirtschafts- oder Handelspolitik mit sich bringen. Ein solches Ereignis war die US-Präsidentenwahl im November 2024, aus der Donald Trump erneut als Sieger hervorging. Bereits im Vorfeld wurde in Teilen der deutschen Wirtschaft diskutiert, welche Konsequenzen eine Wiederwahl für den transatlantischen Handel haben könnte. Vor dem Hintergrund früherer handelspolitischer Maßnahmen Trumps – etwa der Einführung von Zöllen – standen mögliche protektionistische Schritte erneut im Raum.

Doch wie stark und wie unmittelbar wirken sich solche politischen Ereignisse tatsächlich auf die Geschäftserwartungen der Unternehmen in Deutschland aus? Um dieser Frage nachzugehen, analysieren wir die Daten der ifo Konjunkturumfrage vom November 2024. Diese bietet eine einzigartige Möglichkeit, kurzfristige Stimmungseffekte sichtbar zu machen: Die Befragung läuft über mehrere Wochen, wobei die Antworten mit einem genauen Zeitstempel versehen sind. Dadurch lässt sich analysieren, ob sich die Einschätzungen der Firmen systematisch unterscheiden – je nachdem, ob sie ihre Antworten vor oder nach Bekanntwerden des Wahlergebnisses abgegeben haben.

Unsere Untersuchung konzentriert sich auf die Unternehmen des Verarbeitenden Gewerbes, da diese am stärksten vom internationalen Handel betroffen sind. Insbesondere betrachten wir die Geschäftserwartungen für das Jahr

* Prof. Dr. Jonas Dovern, Inhaber des Lehrstuhls für Statistik und Ökonometrie an der FAU Erlangen-Nürnberg.

2025, wie sie im Rahmen einer Sonderfrage im November 2024 erhoben wurden. Der methodische Ansatz erlaubt es, einen kausalen Effekt des Wahlausgangs auf die Erwartungen der Unternehmen zu identifizieren – wobei wir weitere Einflussfaktoren, wie Branche und Unternehmensgröße, berücksichtigen können.

Die Ergebnisse zeigen: Die Wiederwahl Donald Trumps hatte einen eindeutig negativen Effekt auf die Geschäftserwartungen der deutschen Industrie. Besonders stark war die Reaktion bei exportorientierten Unternehmen mit direktem Bezug zum US-Markt. Unsere Analyse liefert damit empirische Evidenz dafür, dass Unternehmen politische Entwicklungen im Ausland aufmerksam verfolgen – und ihre Erwartungen entsprechend zügig anpassen. Die ausführlichen Ergebnisse finden sich in Dovern und Wohlrabe (2025).

Die wissenschaftliche Literatur beschäftigt sich bereits länger mit der Frage, wie Unternehmen auf exogene Ereignisse reagieren, die als wirtschaftspolitisch relevant wahrgenommen werden. Neben konjunkturellen Schocks stehen dabei zunehmend politische Ereignisse wie Wahlen oder Regierungswechsel im Fokus, da sie mit veränderten wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen einhergehen können. Studien zeigen, dass insbesondere Überraschungen – Ereignisse, die vom Großteil der Akteure nicht antizipiert wurden – die Erwartungen von Unternehmen spürbar beeinflussen können. Erwartungsänderungen wiederum gelten als zentraler Kanal, über den sich politische Ereignisse auf realwirtschaftliche Entscheidungen wie Investitionen oder Beschäftigung auswirken können (Coibion et al. 2020; Boumans et al. 2024; Di Pace et al. 2025).

Hintergrund: Die ifo-Umfrage im November 2024

Grundlage der Analyse sind Daten aus der ifo Konjunkturumfrage, einer monatlichen Befragung von mehreren tausend Unternehmen in Deutschland (Sauer et al. 2020). Sie erfassen unter anderem die Geschäftslage, die Erwartungen für die kommenden Monate sowie eine Vielzahl weiterer Einschätzungen zu Variablen wie Preisen, Produktion oder Beschäftigungsentwicklung. Die Umfrage wird in der Regel von den Eigentümern oder Personen aus dem oberen Management beantwortet (Sauer und Wohlrabe 2019; Hennrich et al. 2023).

Für unsere Analyse bietet sich die Erhebung im November 2024 in besonderer Weise an, da sie zeitlich mit der US-Präsidentenwahl zusammenfiel. Die Umfrage startete am Montag, 4. November, also unmittelbar vor der Präsidentenwahl. Der Wahlsieg von Donald Trump stand am 6. November um 6:00 Uhr MEZ de facto fest. Diesen

Zeitpunkt nutzen wir als Referenz, um die Antworten der Firmen in zwei Stichproben zu teilen: Alle Antworten, die bis dahin eingingen, gelten als „vor der Wahl“, alle späteren als „nach der Wahl“. Dank der Zeitstempel bei den Onlineantworten lässt sich so analysieren, wie sich die Geschäftserwartungen der Unternehmen im direkten Vergleich vor und nach diesem politisch bedeutsamen Ereignis unterscheiden. Außerdem enthielt die Novemberwelle eine Sonderfrage zu den Geschäftserwartungen für das gesamte Folgejahr, in diesem Fall also für 2025.¹ Diese längerfristige Perspektive eignet sich besonders gut, um mögliche Auswirkungen politischer Veränderungen auf die Erwartungen der Unternehmen abzubilden.

Insgesamt stehen für die Analyse 1 922 vollständige Onlineantworten aus dem Verarbeitenden Gewerbe zur Verfügung. Davon wurden 1 141 Antworten (59%) vor dem Wahlergebnis abgegeben und 781 Antworten (41%) danach. Diese zeitliche Verteilung ist typisch für die ifo-Umfrage, bei der ein Großteil der Unternehmen innerhalb der ersten beiden Befragungstage antwortet.

Unsere Auswertung konzentriert sich auf das Verarbeitende Gewerbe. Unternehmen aus diesem Sektor sind in besonderem Maße in internationale Liefer- und Absatzketten eingebunden und dürften daher besonders empfindlich auf politische Entwicklungen reagieren, die sich potenziell auf den globalen Handel auswirken. Zudem liegt für diese Unternehmen eine besonders hohe Zahl an Onlineantworten vor, was eine statistisch fundierte Auswertung erlaubt. Rund drei Viertel der betrachteten Unternehmen geben an, im Export tätig zu sein.

Zusätzliche Informationen zur Exportorientierung und zur konkreten Handelsverflechtung mit den USA stammen aus einer früheren Umfragewelle von September 2024 (Baur et al. 2024). Diese erlauben es, Unternehmen danach zu unterscheiden, ob sie Handel mit den USA betreiben und wie bedeutsam dieser für das Geschäft ist. Damit lassen sich in der Analyse auch Unterschiede in der Betroffenheit durch das Wahlergebnis abbilden.

Zur Schätzung des Effekts der US-Wahl auf die Geschäftserwartungen verwenden wir ein Regressionsmodell, das die Variation der Antwortzeitpunkte im November 2024 ausnutzt. Der zentrale Identifikationsansatz besteht darin, Antworten vor und nach der Veröffentlichung des Wahlergebnisses am 6. November 2024 um 6:00 Uhr miteinander zu vergleichen. Dadurch können wir ermitteln, ob sich die Einschätzungen der Firmen systematisch unter-

¹ Die Frage lautete: „Im Jahr 2025 wird unsere Geschäftslage im Vergleich zu 2024 voraussichtlich: eher günstiger/eher gleich bleiben/eher ungünstiger.“

Tab. 1

Effekt der US-Wahl auf die Wahrscheinlichkeit negativer Geschäftserwartungen (Erwartungshorizont: Jahr 2025)

	Änderung der Wahrscheinlichkeit negativer Erwartungen in %
Alle Unternehmen	12,3**
Kleine Unternehmen	7,1
Mittlere Unternehmen	10,1
Große Unternehmen	16,9
Exporteure	14,7**
Nicht-Exporteure	-2,5

Anmerkungen: Angaben basieren auf Regressionsanalysen mit einer ordinalen Zielvariable. Die ausgewiesenen Werte geben die durchschnittliche Änderung der Wahrscheinlichkeit (in Prozentpunkten) an, dass Unternehmen eine weniger günstige Geschäftsentwicklung für das Jahr 2025 erwarten, bedingt durch die Bekanntgabe des Wahlergebnisses am 6. November 2024 (6:00 Uhr MEZ). Kontrolliert wurde für Unternehmensgröße, Branche und zeitliche Trends. Signifikanzniveaus: * $p < 0,10$; ** $p < 0,05$.

Quelle: ifo Konjunkturumfragen, Berechnungen der Autoren.

© ifo Institut

scheiden, und diesen Unterschied kausal auf den Wahlausgang zurückführen. In der Regression kontrollieren wir für Brancheneffekte, Unternehmensgröße (gemessen an der Mitarbeiterzahl) sowie lineare Trends im Antwortverhalten über die Zeit, die unbeobachtete Faktoren aufzufangen. Da die Geschäftserwartungen auf einer ordinalen Skala mit drei Stufen erfasst werden, wählen wir ein entsprechendes ordinales Regressionsmodell (*Ordered Logit*) als Basisspezifikation.

Ergebnisse: Negativer Einfluss auf die Geschäftserwartungen

Die Wiederwahl von Donald Trump zum US-Präsidenten hatte einen spürbaren negativen Einfluss auf die Geschäftserwartungen deutscher Industrieunternehmen. Unsere Regressionsanalyse (vgl. Tab. 1) zeigt, dass die Wahrscheinlichkeit, mit der Unternehmen von einer weniger günstigen Geschäftsentwicklung für das Jahr 2025 berichten, durch die Wahlnachricht um 12,3 Prozentpunkte zunimmt. Gleichzeitig sinkt die Wahrscheinlichkeit für neutrale oder positive Einschätzungen entsprechend. Der Effekt ist damit auch in ökonomischer Hinsicht bedeutsam. Zum Vergleich: Während der Corona-Pandemie stieg der Anteil negativer Geschäftserwartungen (mit einem sechsmonatigen Horizont) zwischen Februar und April 2020 um rund 45 Prozentpunkte, infolge des Ausbruchs des russischen Kriegs gegen die Ukraine zwischen Februar und März 2022 um etwa 27 Prozentpunkte. Im Licht dieser historischen Vergleichswerte ist der Effekt der US-Wahl zwar moderater, aber substanziell, insbesondere angesichts des Umstands, dass der Effekt des Wahlausgangs unmittelbar mit dessen Bekanntwerden sichtbar wurde.

Besonders stark fällt die Reaktion bei exportierenden Unternehmen aus. Für diese steigt die Wahrscheinlichkeit negativer Geschäftserwartungen nach der Wahl sogar um rund 15 Prozentpunkte. Bei nicht exportierenden Firmen zeigt sich dagegen kein signifikanter Effekt (vgl. Tab. 1). Dieser Unterschied legt nahe, dass insbesondere die exportorientierte Industrie die Wiederwahl Trumps als potenzielles Risiko für die zukünftige wirtschaftliche Entwicklung wahrnimmt, etwa durch befürchtete tatsächliche Handelsbarrieren oder zunehmende Unsicherheiten im transatlantischen Geschäft.

Auch mit Blick auf die Größe der Unternehmen zeigen sich Unterschiede. Während sich bei kleineren Firmen kaum ein statistisch signifikanter Effekt beobachten lässt, ist die Reaktion bei mittleren und großen Unternehmen klar ausgeprägt. Bei großen Unternehmen erhöht sich die Wahrscheinlichkeit negativer Erwartungen nach der Wahl um fast 17 Prozentpunkte (vgl. Tab. 1). Dies dürfte damit zusammenhängen, dass größere Unternehmen in der Regel stärker international verflochten sind und entsprechend sensibler auf globale politische Entwicklungen reagieren. Zwar sind die Differenzen zwischen den Größenklassen aufgrund der Stichprobengrößen nicht immer statistisch signifikant, doch das Muster ist konsistent.

Eine noch deutlichere Reaktion zeigt sich bei Unternehmen, die konkret mit dem US-Markt verflochten sind. Die Wahrscheinlichkeit negativer Erwartungen bei Firmen mit einer starken Export- oder Importverbindung in die USA nimmt infolge der Wiederwahl Trumps um bis zu 28 Prozentpunkte zu (vgl. Tab. 2). Bei Unternehmen ohne jede Handelsbeziehung zu den USA bleibt die Stimmung dagegen stabil. Besonders betroffen sind Firmen, die angeben, dass

Tab. 2

Effekt der US-Wahl auf die Geschäftserwartungen nach Handelsverflechtung mit den USA

	Änderung der Wahrscheinlichkeit negativer Erwartungen in %
Exporteure	14,7**
Keine US-Exponierung	-4,4
US-Exponierung (gesamt)	19,8***
Starke US-Exponierung	28,1***
US-Export-Exponierung	20,3***
Starke Export-Exponierung	26,9***
US-Import-Exponierung	23,0***
Starke Import-Exponierung	45,7***

Anmerkungen: Grundlage ist die gleiche Regressionspezifikation wie in Tabelle 1. Die Tabelle zeigt, wie stark die Wahrscheinlichkeit negativer Geschäftserwartungen für das Jahr 2025 in verschiedenen Gruppen von Unternehmen mit und ohne Handelsverflechtung mit den USA nach der Bekanntgabe des Wahlergebnisses am 6. November 2024 (6:00 Uhr MEZ) zunimmt. Die Exponierung gegenüber den USA basiert auf Angaben aus der ifo-Erhebung vom September 2024. Als stark exponiert gelten Unternehmen, die den Handel mit den USA als „(eher) wichtig“ einstufen – entweder im Export oder Import. Signifikanzniveaus: * $p < 0,10$; ** $p < 0,05$ *** $p < 0,01$.

Quelle: ifo Konjunkturumfragen, Berechnungen der Autoren.

© ifo Institut

die USA ein „sehr wichtiger“ oder „eher wichtiger“ Markt für sie sind – sei es als Absatz- oder Beschaffungsregion. Das unterstreicht, dass nicht die Exportaktivität an sich, sondern die direkte wirtschaftliche Exponiertheit gegenüber den USA für die Reaktion entscheidend ist.

Ob eine Nachricht (hier über den Wahlausgang) die Erwartungen der Unternehmen verändert, hängt maßgeblich davon ab, ob sie als überraschend wahrgenommen wird. Um dies zu untersuchen, greifen wir auf Angaben aus der ifo-Umfrage aus dem September 2024 zurück, in der die Unternehmen einschätzen sollten, wie wahrscheinlich sie damals eine Wiederwahl Donald Trumps erachteten. Unsere Auswertung zeigt: Nur Unternehmen, die die Erfolgsaussichten Trumps im Vorfeld als eher gering einschätzten (unter 50 %), passten ihre Geschäftserwartungen nach der Wahl nach unten an. Dagegen zeigen sich bei Unternehmen, die bereits mit einem Wahlsieg gerechnet hatten, keine systematischen Veränderungen. Dieser (aufgrund niedriger Fallzahlen statistisch nicht signifikante) Unterschied deutet darauf hin, dass die beobachtete Reaktion der Firmen keine allgemeine Stimmungsverschiebung war, sondern eine gezielte Anpassung an neue, unerwartete Informationen – im Sinne einer rationalen Erwartungsbildung. Dafür spricht auch, dass wir keinen Effekt des Wahlausgangs auf die Antworten der Firmen zur Geschäftslage finden.

Robustheitsanalysen

Die Hauptergebnisse erweisen sich in einer Reihe von Robustheitsanalysen als stabil. So zeigt sich ein vergleichbarer

Effekt auch dann, wenn anstelle des ordinalen Regressionsmodells eine einfache lineare Regression verwendet wird. Auch ein Regressionsdiskontinuitätsansatz, bei dem nur Antworten berücksichtigt werden, die sehr knapp vor oder nach dem Wahltag eingingen, liefert konsistente Resultate, mit sogar noch stärkeren Effekten. Zusätzlich führen wir eine vereinfachte Analyse mit einem binären Erwartungsmaß durch, bei der zwischen negativen und nicht-negativen Erwartungen unterschieden wird. Auch hier bestätigen sich die zentralen Befunde: Die Wahrscheinlichkeit, dass Unternehmen eine negative Geschäftsentwicklung erwarteten, steigt nach der Wahlnachricht deutlich an, vor allem bei großen Unternehmen und Exporteuren.

Schließlich überprüfen wir, ob das Ergebnis durch ein anderes politisches Ereignis beeinflusst wurde: Am Abend des 6. November 2024 wurde in Deutschland der Bruch der Ampel-Koalition bekanntgegeben. Eine separate Analyse mit diesem späteren Zeitpunkt zur Trennung der Teilstichproben ergibt keinen signifikanten Effekt auf die Geschäftserwartungen. Das spricht dafür, dass die beobachtete Reaktion tatsächlich auf die US-Wahl und nicht auf die innenpolitische Entwicklung in Deutschland zurückzuführen ist.

Wirkungsmechanismen und Unternehmensentscheidungen

Neben der allgemeinen Einschätzung der Geschäftserwartungen betrachten wir auch, über welche Kanäle sich das Wahlergebnis auf unternehmerisches Verhalten auswirken könnte. Dazu analysieren wir weitere Indikatoren aus

der ifo Konjunkturumfrage: Erwartungen zu Produktion, Exporten, Preisanpassungen, Geschäftsunsicherheit sowie die geplante Entwicklung von Investitionen und Beschäftigung. Die Ergebnisse zeigen: Nach der Bekanntgabe des Wahlergebnisses verschlechtern sich insbesondere die Produktions- und Exporterwartungen signifikant – und zwar in vergleichbarer Größenordnung wie die allgemeinen Geschäftserwartungen. Dieser Effekt tritt fast ausschließlich bei exportierenden Unternehmen auf und deutet darauf hin, dass die Sorge um zukünftige Handelshemmnisse oder rückläufige Auslandsnachfrage eine zentrale Rolle spielt. Die Preispläne der Unternehmen bleiben hingegen unverändert – ein Hinweis darauf, dass kurzfristig keine Änderungen der Inputkosten oder der Preissetzungsspielräume erwartet werden.

Interessanterweise wirkt sich die Wahlnachricht nicht auf das Maß an wahrgenommener Unsicherheit aus: Die Werte für die wirtschaftliche Unsicherheit, gemessen auf einer Skala von 0 bis 100, bleiben nach der Wahl statistisch unverändert. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Wahl zwar die Erwartungen beeinflusst, aber keine zusätzliche Unsicherheit erzeugt – möglicherweise, weil die Wahlentscheidung Klarheit über den politischen Kurs gebracht hat. Außerdem führen Veränderungen in der makroökonomischen Unsicherheit (z.B. hinsichtlich zukünftiger Handelspolitik) nicht zwangsläufig zu Veränderungen der Unsicherheit auf mikroökonomischer Ebene (Kumar et al. 2023).

Konkrete Auswirkungen auf Unternehmensentscheidungen zeigen sich vor allem bei den Investitionsplänen: Nach Bekanntgabe des Wahlergebnisses steigt die Wahrscheinlichkeit, dass Unternehmen für das Jahr 2025 eine Senkung ihrer Investitionen planen. Besonders deutlich ist dieser Rückgang bei Firmen, die nicht im Export tätig sind. Das legt nahe, dass das Wahlergebnis nicht nur branchenspezifische Außenhandelsbefürchtungen ausgelöst hat, sondern auch breiter wahrgenommene Risiken für die konjunkturelle Entwicklung. Die Beschäftigungspläne reagieren insgesamt weniger stark. Lediglich bei nicht exportierenden Unternehmen zeigt sich ein leichter Rückgang in der Einstellungsbereitschaft – möglicherweise aus Sorge vor einer allgemeinen konjunkturellen Eintrübung.

Fazit

Unsere Analyse zeigt, dass deutsche Industrieunternehmen wirtschaftspolitisch relevante Ereignisse im Ausland aufmerksam verfolgen – und ihre Geschäftserwartungen kurzfristig und systematisch anpassen. Die Wiederwahl Donald Trumps zum US-Präsidenten hat die Geschäftserwartungen im Verarbeitenden Gewerbe spürbar einge-

trübt. Besonders stark betroffen sind exportierende Unternehmen mit direkter wirtschaftlicher Verflechtung zum US-Markt. Die Reaktion ist dabei nicht rein stimmungsgesteuert: Firmen, die bereits im Vorfeld mit einem Wahlsieg Trumps gerechnet hatten, zeigen kaum Veränderungen in ihrer Einschätzung und auch die Angaben zur Geschäftslage werden nicht durch den Wahlausgang beeinflusst. Das spricht für eine rationale Erwartungsbildung auf Basis neuer Informationen.

Die Auswirkungen beschränken sich nicht nur auf die Erwartungen, sondern betreffen auch konkrete Planungen – insbesondere im Bereich der Investitionen. Die Ergebnisse liefern damit einen empirisch belastbaren Beleg dafür, dass politische Ereignisse wie Wahlen reale wirtschaftliche Auswirkungen entfalten können – und zwar schon bevor konkrete Maßnahmen umgesetzt werden. Für die konjunkturelle Beurteilung und die wirtschaftspolitische Kommunikation bedeutet das: Nicht nur wirtschaftliche Daten, sondern auch politische Signale können kurzfristige Erwartungen und unternehmerisches Handeln beeinflussen. •

Referenzen

Baur A., L. Flach, S. Link und Andreas Peichl (2024), „Wer hat Angst vor Trump im Weißen Haus? Der Blick deutscher Unternehmen auf die US-Wahl“, *ifo Schnelldienst digital* 5(8).

Boumans, D., K. Gründler, N. Potrafke und F. Ruthardt (2024), „Political Leaders and Macroeconomic Expectations: Evidence from a Global Survey Experiment“, *Journal of Public Economics* 235, 105140.

Coibion, O., Y. Gorodnichenko und T. Ropele (2020), „Inflation Expectations and Firm Decisions: New Causal Evidence“, *The Quarterly Journal of Economics* 135(1), 165–219.

Di Pace, F., G. Mangiante und R. M. Masolo (2025), „Do Firm Expectations Respond to Monetary Policy Announcements?“, *Journal of Monetary Economics* 149, 103648.

Dovern, J. und K. Wohlrabe (2025), „Trump's Reelection and Its Causal Effects on Business Expectations of German Firms“, mimeo.

Hennrich, J., S. Sauer und K. Wohlrabe (2023), „Wer berichtet von der Stimmung in den deutschen Chefetagen?“, *ifo Schnelldienst* 76(8), 37–40.

Kumar, S., Y. Gorodnichenko und O. Coibion (2023), „The Effect of Macroeconomic Uncertainty on Firm Decisions“, *Econometrica* 91, 1297–1332.

Sauer, S. und K. Wohlrabe (2019), „CEO or Intern – Who Actually Answers the Questionnaires in the Ifo Business Survey?“, *CESifo Forum* 20(2), 29–31.

Sauer, S., M. Schasching und K. Wohlrabe (2020), *ifo Handbuch der Konjunkturumfragen*, ifo Beiträge zur Wirtschaftsforschung 88.