



IW-Trends 2/2021

Privater Konsum in Deutschland

Hubertus Bardt / Michael Grömling

Vorabversion aus: IW-Trends, 48. Jg. Nr. 2
Herausgegeben vom Institut der deutschen Wirtschaft Köln e. V.

Verantwortliche Redakteure:

Prof. Dr. Michael Grömling, Telefon: 0221 4981-776

Holger Schäfer, Telefon: 030 27877-124

groemling@iwkoeln.de · schaefer.holger@iwkoeln.de · www.iwkoeln.de

Die IW-Trends erscheinen viermal jährlich, Bezugspreis € 50,75/Jahr inkl. Versandkosten.

Rechte für den Nachdruck oder die elektronische Verwertung erhalten Sie über
lizenzen@iwkoeln.de.

ISSN 0941-6838 (Printversion)

ISSN 1864-810X (Onlineversion)

© 2021 Institut der deutschen Wirtschaft Köln Medien GmbH

Postfach 10 18 63, 50458 Köln

Konrad-Adenauer-Ufer 21, 50668 Köln

Telefon: 0221 4981-452

Fax: 0221 4981-445

iwmedien@iwkoeln.de

www.iwmedien.de

Privater Konsum in Deutschland: Die Auswirkungen der Corona-Pandemie im Spiegel früherer Konjunkturkrisen

Hubertus Bardt / Michael Grömling, April 2021

Zusammenfassung

Die derzeitige Konjunkturkrise ist am aktuellen Rand eine Konsumkrise und in ihrer Dimension deutlich stärker als während der globalen Finanzmarktverwerfungen von 2008/2009. Der private Konsum hat sich in den 15 Jahren bis zum Ausbruch der Corona-Pandemie in Deutschland ähnlich gut entwickelt wie in den 1990er Jahren. Die bis dahin gute Arbeitsmarktentwicklung hat sich in einem stetigen Zuwachs beim Haushaltseinkommen niedergeschlagen. COVID-19 hat diese anhaltende Konsumkonjunktur im Jahr 2020 jäh beendet. Infolge der beiden Infektionswellen und der damit einhergehenden Konsumrestriktionen belaufen sich die Konsumausfälle je nach Referenzszenario im Jahr 2020 auf insgesamt 100 bis 150 Milliarden Euro. Jeder Einwohner Deutschlands hat gemäß dieser Schätzung im Jahr 2020 infolge der Corona-Krise zwischen 1.250 Euro und 1.750 Euro weniger konsumiert. Das TCB-IW-Verbrauchervertrauen, das als Teil des Global Consumer Confidence Survey erhoben und gemeinsam von The Conference Board (TCB) und dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) veröffentlicht wird, liefert eine Orientierung für die Belastungen beim privaten Konsum im ersten Quartal 2021 in Deutschland. Bislang wurden bereits 70 Prozent des enormen Vertrauensverlusts vom zweiten Quartal 2020 wieder ausgeglichen. Das Verbrauchervertrauen lag bei seiner Erhebung im ersten Quartal 2021 mit gut 97 Punkten noch um mehr als 5 Punkte unter dem Niveau vor der Krise. Trotz der auch im ersten Vierteljahr 2021 wirksamen Restriktionen kam es – wegen der im Vergleich besseren Beschäftigungsperspektiven – nicht zu einem erneut starken Vertrauenseinbruch wie im zweiten Quartal 2020. Der Konsumausfall dürfte sich im ersten Quartal 2021 auf weitere 40 bis über 60 Milliarden Euro belaufen.

Stichwörter: Konjunktur, Konsum, Arbeitsmarkt, Sparen, Pandemie

JEL-Klassifikation: E21, E32, E24, E71

DOI: 10.2373/1864-810X.21-02-01

Hohe Belastung der Konsumwirtschaft

Die Corona-Pandemie hat die Volkswirtschaften rund um den Globus in einer Intensität erfasst, wie dies mit Ausnahme von Kriegen und schweren Naturkatastrophen in den letzten Dekaden nicht der Fall war. Zum Teil starke Einschränkungen des gesellschaftlichen Lebens durch Ausgangssperren, gestörte Produktionsketten durch fehlende Vorleistungen und Mitarbeiter sowie markante Nachfrageausfälle durch geschlossene Unternehmen haben zumindest während dieser Lockdown-Phasen zu bislang außergewöhnlich hohen Einbrüchen bei den wirtschaftlichen Aktivitäten geführt. Die Erholungseffekte in den anschließenden Öffnungsphasen waren allerdings ebenso bemerkenswert.

Mit Blick auf die deutsche Volkswirtschaft waren die Auswirkungen auf der Entstehungsseite des Bruttoinlandsprodukts (BIP) von ganz unterschiedlichem Charakter (Bardt/Grömling, 2021): Während im Frühjahr 2020 die Wertschöpfung in der Industrie und in Teilen des Dienstleistungssektors stark eingebrochen war, traf es im Gefolge der zweiten Infektionswelle im Winterhalbjahr 2020/2021 ausschließlich die bereits im Frühjahr schon kräftig beeinträchtigten Dienstleistungsbereiche – vor allem personenbezogene Dienste und Teile des Handels. Diese entstehungsseitige Spaltung ab November 2020 – robuste Industrie- und Bautätigkeit versus erneuter Dienstleistungseinbruch – reflektierte sich auf der Verwendungsseite in einer ebenso gespaltenen Konjunktur: Dem robusten Außenhandel und der zumindest stagnierenden Investitionstätigkeit stand ein erneut markanter Konsumeinbruch gegenüber. Dagegen war im Frühjahr 2020 ein starker Rückgang bei allen Nachfrageaggregaten zu verzeichnen.

In dem folgenden Beitrag wird diese hohe Belastung beim privaten Konsum – und im übertragenen Sinn bei den damit entstehungsseitig verbundenen Wirtschaftsbereichen – im Vergleich mit früheren Konjunkturkrisen in Deutschland betrachtet. Auf Basis des TCB-IW-Verbrauchervertrauens, das als Teil des Global Consumer Confidence Survey erhoben und gemeinsam von The Conference Board (TCB) und dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) veröffentlicht wird (s. hierzu Bardt et al., 2019), soll das Belastungsniveau beim privaten Konsum im ersten Quartal 2021 in Deutschland veranschaulicht werden.

Langfristige Konsumententwicklung in Deutschland

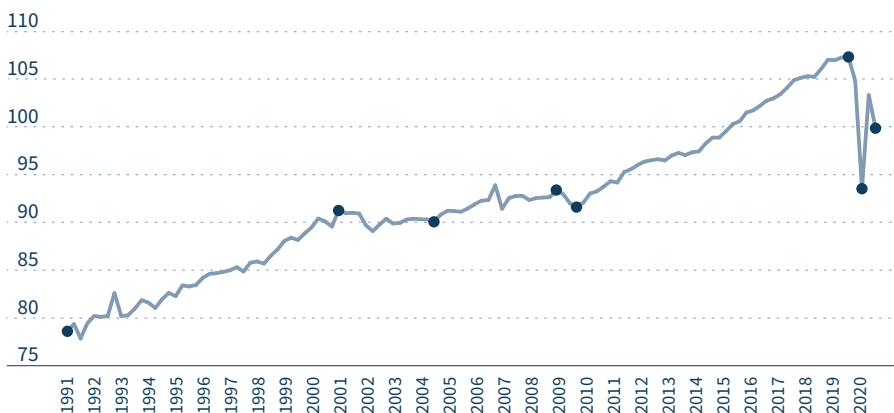
Der private Konsum entwickelte sich über die letzten 15 Jahre in Deutschland dynamisch, wodurch auch der erhöhte Wohlstand der Bevölkerung und die gewachsene Leistungsfähigkeit der Volkswirtschaft zum Ausdruck kommen. Im Zeitraum 2005 bis 2019 und im langjährigen Durchschnitt 1991 bis 2019 stieg der reale private Konsum um 1,1 Prozent pro Jahr an. Auf Basis von Jahreswerten gab es bislang nur drei Jahre, in denen die preisbereinigten privaten Konsumausgaben unter dem jeweiligen Vorjahresniveau lagen: Den bislang stärksten Rückgang gab es im Jahr 2002 (-1,4 Prozent), gefolgt von 2007 (-0,2 Prozent) und 2009 (-0,1 Prozent). 1993 stagnierte der Konsum nahezu. Bei dieser und den folgenden Ausführungen wird jeweils der private Konsum ohne die privaten Organisationen ohne Erwerbszweck analysiert. Im Rahmen von Konjunkturanalysen und Prognosen ist es üblich, den privaten Konsum einschließlich der privaten Organisationen ohne Erwerbszweck zu betrachten. Hinsichtlich der langfristigen Entwicklung gibt es jedoch keinen nennenswerten Unterschied zwischen den beiden Abgrenzungen.

Beim Blick auf die Vierteljahreswerte lassen sich auf Basis des preisbereinigten privaten Konsums in Deutschland seit 1991 die folgenden vier Konsumphasen unterscheiden (Abbildung 1):

Entwicklung des privaten Konsums in Deutschland

Abbildung 1

Preis- und saisonbereinigte Konsumausgaben der privaten Haushalte¹⁾; Index 2015 = 100



1) Ohne private Organisationen ohne Erwerbszweck.

Quellen: Statistisches Bundesamt; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 1: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/cbFMfatRFR3gGC5>

- In den Jahren nach der **Wiedervereinigung bis 2001** ist der private Konsum nahezu stetig und im Jahresdurchschnitt um 1,5 Prozent angestiegen. Eine markante Ausnahme stellt der Einfluss der Mehrwertsteuererhöhung zum Januar 1993 von 14 auf 15 Prozent dar. Dies führte im vierten Quartal 1992 zu erheblichen Vorzieheffekten beim Konsum und im Folgequartal zu einem entsprechenden Rückprall.
- Im Gefolge der bislang längsten ökonomischen **Stagnationsphase von 2001 bis 2004** in der deutschen Nachkriegsgeschichte (s. hierzu Grömling, 2020) war auch eine ausgeprägte Konsumstagnation zu beobachten. Im dritten Quartal 2004 lagen die preis- und saisonbereinigten Konsumausgaben um 1,3 Prozent unter dem Niveau des ersten Quartals 2001. Kräftige Erhöhungen der Ölpreise im Jahr 2000, die Dot-Com-Krise sowie die Verunsicherungen infolge der Terroranschläge belasteten das Konsumklima ebenso wie die damaligen strukturellen Probleme der deutschen Wirtschaft, die sich besonders in einer schlechten Arbeitsmarktentwicklung niederschlugen.
- Dagegen konnte im Gefolge der wirtschaftlichen Erholung und vor allem des starken **Beschäftigungsaufbaus ab 2005** ein allmählich einsetzender Konsumschub verzeichnet werden. Dieser wurde zwischenzeitlich von den Vorzieh- und Rückpralleffekten einer erneuten Mehrwertsteuererhöhung geprägt. Im Januar 2007 wurde die Mehrwertsteuer von 16 auf 19 Prozent erhöht. Dämpfende Effekte dürften auch infolge der ansteigenden Spartätigkeit ab dem Jahr 2004 eingetreten sein, als die private Altersvorsorge, die sogenannte Riester-Rente, eingeführt wurde. Die globale Wirtschafts- und Finanzmarktkrise hat schließlich diese moderate Konsumerholung ab 2004 unterbrochen. Im Jahresverlauf 2009 sackte der private Konsum zwar um 1,9 Prozent ab, im Jahresdurchschnitt lag der reale Konsum im Jahr 2009 aber nur um 0,2 Prozent unter dem Vorjahresniveau. Diese hohe Konsumstabilität – gemessen am Rückgang des BIP in Höhe von 5,7 Prozent – erklärt sich im Wesentlichen aus der hohen Beschäftigungs- und Einkommensstabilität bei den privaten Haushalten während der Finanzmarktkrise – vor allem infolge des für damalige Verhältnisse hohen Einsatzes von Kurzarbeit.
- Mit der anschließenden **Wachstumsphase ab 2010** nahm ebenfalls der private Konsum wieder deutlich zu. Die jahresdurchschnittlichen Zuwächse waren mit 1,5 Prozent so hoch wie in den 1990er Jahren. Auch die Stetigkeit des Konsums im Zeitraum 2010 bis 2019 ist bemerkenswert. Als Erklärung kann die gute Ar-

beitsmarktentwicklung angeführt werden, die sich in einer entsprechenden Dynamik und Stetigkeit bei der Entwicklung des Masseneinkommens der privaten Haushalte niederschlug. Die Sparquote der privaten Haushalte war dabei um durchschnittlich 1 Prozentpunkt niedriger als in den 1990er Jahren – was als Ausdruck der guten Arbeitsmarktperspektiven und eines spiegelbildlich niedrigeren Vorsichtssparens gewertet werden kann (Demary, 2020). Die Corona-Pandemie beendete diese anhaltende Konsumkonjunktur dann im Jahr 2020 jäh. Im Vorjahresvergleich gaben die realen Konsumausgaben im Jahr 2020 um 6,1 Prozent nach. Das markiert den mit weitem Abstand stärksten Konsumeinbruch in den letzten sieben Dekaden. Abbildung 1 veranschaulicht die bislang kräftigsten Quartalseinbrüche in Deutschland seit 1991 im zweiten Quartal (–10,8 Prozent) und im vierten Quartal 2020 (–3,4 Prozent) jeweils gegenüber dem Vorquartal. Die vormals stärksten Einbrüche beim Konsum waren wie bereits angesprochen jeweils das Resultat von Mehrwertsteuereffekten.

Corona-Krise und Finanzmarktkrise im Vergleich

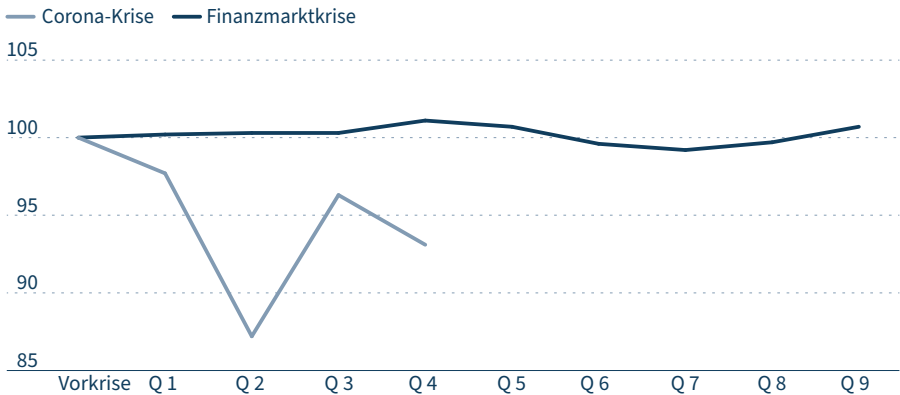
Während die großen, globalen wirtschaftlichen Krisen der letzten beiden Dekaden, die Wirtschafts- und Finanzmarktkrise von 2008/2009 und die Corona-Krise seit 2020, zu Rückgängen des jährlichen BIP in vergleichbarer Größenordnung führten, waren die Auswirkungen auf den Konsum der privaten Haushalte sehr unterschiedlich. Abbildung 1 zeigt, dass sich die Wirtschafts- und Finanzkrise im Gegensatz zur Corona-Krise nur moderat in den Konsumdaten niederschlug. Abbildung 2 verdeutlicht beide Krisenverläufe nochmals ausgehend vom Konsumniveau vor Ausbruch der Krise.

Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise hat nach dem ersten Quartal 2008 zunächst zu moderaten und dann im Winterhalbjahr 2008/2009 zu starken Einbrüchen beim realen BIP geführt. Der reale und saisonbereinigte Konsum der privaten Haushalte stieg hingegen bis einschließlich des ersten Quartals 2009 weiter an. Erst im fünften Krisenquartal sank der Konsum real, das Vorkrisenniveau wurde im sechsten Quartal unterschritten. Selbst im Minimum im siebten Quartal lag der Konsum gerade einmal 0,8 Prozent unter dem Vorkrisenniveau. In der danach einsetzenden Erholung wurde bereits im neunten Quartal der ursprüngliche Ausgangswert überschritten.

Konsum in Konjunkturkrisen im Vergleich

Abbildung 2

Preis- und saisonbereinigte Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland;
Index: Vorkrisenniveau¹⁾ = 100



1) Vorkrisenquartal: Wirtschafts- und Finanzmarktkrise 1. Quartal 2008; Corona-Krise 4. Quartal 2019.
Quellen: Statistisches Bundesamt; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 2: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/3mfWks3BxaGmDEj>

Die Corona-Krise unterscheidet sich von dieser Entwicklung deutlich. In der aktuellen Krise ist der Konsum schneller und stärker eingebrochen. Im bisherigen Minimum im zweiten Krisenquartal fiel der reale Konsum um 12,8 Prozent unter das Vorkrisenniveau. Der Absturz in der Corona-Krise war damit etwa 16-mal so stark wie in der Wirtschafts- und Finanzkrise. Die schnelle und beeindruckende Erholung im dritten Quartal um 10,5 Prozent gegenüber dem Vorquartal führte den Konsum nur auf ein Niveau zurück, das noch 3,7 Prozent unter dem Niveau vor Ausbruch der Krise lag. Infolge des erneuten Rückgangs des Konsums im Schlussquartal 2020 beläuft sich die Konsumlücke zum Vorkrisenniveau auf 6,9 Prozent. Die derzeitige Konjunkturkrise ist am aktuellen Rand eine Konsumkrise und in ihrer Dimension nicht vergleichbar mit den Erfahrungen der Finanzmarktkrise, der bis 2019 schlimmsten globalen Wirtschaftskrise nach dem Zweiten Weltkrieg.

Konsumentwicklung in der Corona-Krise

Mit Beginn der Corona-Krise ist der private Konsum in Deutschland kräftig eingebrochen. Abbildung 1 zeigt diese außergewöhnliche Fallhöhe im Vergleich mit früheren Konjunkturkrisen deutlich. Verschiedene Faktoren haben diesen Einbruch befördert:

- Der Rückgang der weltweiten Wirtschaftsaktivitäten löste einen kräftigen Rückgang beim Außenhandel und bei den Investitionen aus. Dies traf zum Beispiel in Deutschland in hohem Ausmaß die Automobilwirtschaft. Die darauf reagierende und im historischen Ausmaß sehr hohe Kurzarbeit sowie ein einsetzender Beschäftigungsabbau verringerten die Haushaltseinkommen und verschlechterten die Aussichten auf Beschäftigung. Die Nettolöhne und -gehälter gaben im zweiten Quartal 2020 um fast 6 Prozent gegenüber dem Vorquartal nach, die Vermögenseinkommen (im weiteren Sinn) um fast 10 Prozent. Infolge der stark ansteigenden Transfereinkommen sanken die verfügbaren Einkommen allerdings nur um 1,4 Prozent gegenüber dem Vorquartal. Das entspricht den Einkommenseffekten in früheren Krisen. Gleichwohl wurden damit kurzfristige Konsumausgaben erschwert, die eingetrübten Perspektiven schränkten auch den Spielraum für den Kauf langlebiger Gebrauchsgüter ein, deren Anschaffung ohne größere Probleme verschoben werden kann.
- Neben der Konsumzurückhaltung der Verbraucher spielten direkte Einschränkungen der Konsummöglichkeiten eine wichtige Rolle. Teile des Handels waren im Frühjahr 2020 und Winter 2020/2021 geschlossen. Dies betraf vor allem den Non-Food-Bereich, beispielsweise innerstädtische Textileinzelhändler, Geschäfte für Unterhaltungselektronik oder Autohäuser. Die fehlenden Absatzmöglichkeiten hatten ebenfalls direkte Auswirkungen auf die Produktionsmöglichkeiten. Der Ausfall des Vertriebskanals des Autohandels trug mit dazu bei, dass nahezu die gesamte Automobilproduktion im Frühjahr 2020 stillgelegt wurde.
- Nicht möglich war der Konsum in vielen Dienstleistungsbereichen. Die zwischenzeitliche und teilweise langfristige staatlich verordnete Schließung von körpernahen Dienstleistungen, Gastronomiebetrieben, Hotels, Freizeit- und Veranstaltungseinrichtungen haben Konsumwünsche unmöglich gemacht und damit die entsprechenden Konsumausgaben.

In den Jahren 2010 bis 2019 stieg der nominale private Konsum Quartal für Quartal um durchschnittlich 0,7 Prozent an, preisbereinigt ergab sich ein durchschnittlicher Zuwachs von 0,4 Prozent. Im ersten Quartal 2020 kam es zum ersten Mal seit der Wirtschafts- und Finanzmarktkrise zu einem nominalen Rückgang des privaten Konsums. Mit -2 Prozent war der Quartalsrückgang höher als in jedem anderen Quartal seit 1991. Nur im ersten Quartal 2007 war ein gleich hoher Rückgang zu verzeichnen, als der Konsum durch die Erhöhung der Mehrwertsteuer von 16 auf

19 Prozent kurzfristig stark gedämpft wurde. Der Rückgang um 2 Prozent im ersten Quartal 2020 unterzeichnet die tatsächliche Wirkung des ersten Lockdowns auf den Konsum, da nur die letzten Wochen des Quartals durch die einschränkenden Maßnahmen betroffen waren. Um ein Vielfaches stärker war der Rückgang im zweiten Quartal 2020, das länger vom Lockdown beeinträchtigt war. Der private Konsum ging nominal um 10,9 Prozent zurück. Im dritten Quartal 2020 konnte infolge der Öffnungen und der gesamtwirtschaftlich breit angelegten Erholung ein nominales Konsumplus von 9,6 verzeichnet werden – preisbereinigt legte der Konsum sogar um 10,5 Prozent zu. Der Winter-Lockdown mit den erneuten Schließungen von Teilen des Einzelhandels und der Dienstleistungsbranchen führte zu einem erneuten Konsumeinbruch in Höhe von 2,9 Prozent. Das nominale Konsumniveau des Vorjahres wurde im vierten Quartal 2020 um 6,7 Prozent unterschritten.

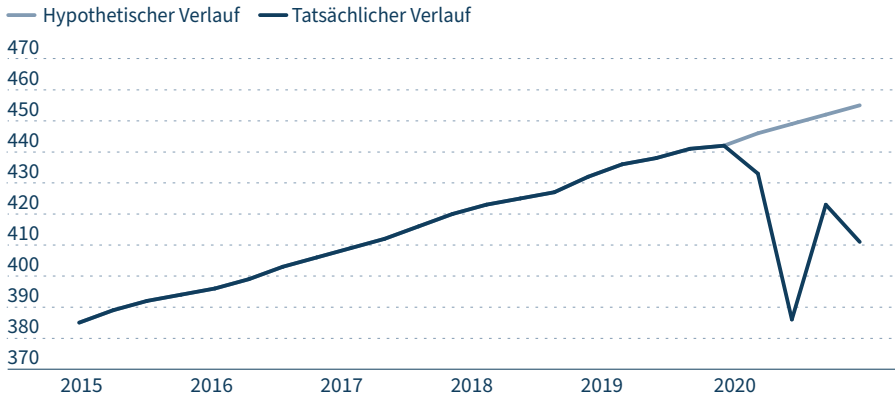
Wie groß der Konsumausfall in Deutschland infolge der Corona-Pandemie bis zum Jahresende 2020 war, lässt sich durch den Vergleich des tatsächlichen Konsumniveaus mit einem coronafreien Referenzszenario abschätzen (Abbildung 3). Wird von einer Fortsetzung des nominalen Anstiegs der Vorjahre ausgegangen, dann summiert sich der Konsumverlust im Jahr 2020 auf insgesamt 147 Milliarden Euro. Wenn als ein alternatives Vergleichsszenario ein konstanter Verlauf des Konsums der privaten Haushalte für das gesamte Jahr 2020 auf dem Niveau vom letzten Vorkrisenquartal angenommen wird, dann folgt daraus ein Minderkonsum infolge der Pandemie in Höhe von 116 Milliarden Euro. Selbst bei einem hypothetischen Konsumniveau auf dem Jahresdurchschnitt von 2019, was dem Szenario der Finanzmarktkrise von 2009 entspricht, liegt der Konsumausfall bei 104 Milliarden Euro. Dies sollte allerdings als eine Untergrenze angesehen werden. Jeder Einwohner Deutschlands hat gemäß dieses Referenzszenarios im Jahr 2020 infolge der Corona-Krise mindestens 1.250 Euro weniger konsumiert – bei dem in Abbildung 3 zugrunde liegenden hypothetischen Verlauf wären es 1.750 Euro.

Der Minderkonsum im Jahr 2020 infolge der Pandemie verteilt sich auf die verringerten Einkommen und auf eine höhere Ersparnis. Die eingeschränkten Konsummöglichkeiten, etwa infolge der Geschäftsschließungen, führten zu einem starken Anstieg der laufenden Spartätigkeit. Die jahresdurchschnittliche Sparquote der privaten Haushalte stieg von 10,9 Prozent im Jahr 2019 auf 16,2 Prozent im Jahr 2020 an. In absoluten Werten lag das laufende Sparen der privaten Haushalte aus

Konsumrückgang durch die Corona-Krise

Abbildung 3

Nominale und saisonbereinigte Konsumausgaben der privaten Haushalte in Milliarden Euro



Quellen: Statistisches Bundesamt; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 3: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/JZbBs7rjpnn3CHG>

ihrem verfügbaren Einkommen im Jahr 2020 um 111 Milliarden Euro oder um 50 Prozent über dem Vorjahreswert und um knapp 150 Milliarden Euro über dem Durchschnitt der Jahre 2010 bis 2019. Abbildung 4 veranschaulicht auf Basis von saisonbereinigten Vierteljahreswerten den enormen Anstieg der Spartätigkeit im zweiten Quartal 2020 auf über 100 Milliarden Euro. Das entspricht fast dem doppelten Niveau des entsprechenden Vorjahresquartals, wobei die Spartätigkeit der privaten Haushalte in Deutschland in den letzten Jahren durchgehend anstieg. Im dritten Quartal 2020 lag die laufende Spartätigkeit mit 79 Milliarden Euro ebenfalls weit über den Vorjahreswerten. Die erneuten Konsumbeschränkungen ab November 2020 trieben schließlich im vierten Quartal 2020 das Sparen wieder an. Damit hat sich in Deutschland – wie in anderen Volkswirtschaften auch (Demary/Hüther, 2021; The Economist, 2021) – mittlerweile ein immenses zukünftiges Konsumpotenzial aufgebaut. Für die weitere konjunkturelle Entwicklung wird es entscheidend sein, wann und in welchem Umfang sich dieser aufgestaute Konsum entladen wird – und welche Preiseffekte damit einhergehen können (Bardt et al., 2021; Demary/Hüther, 2021).

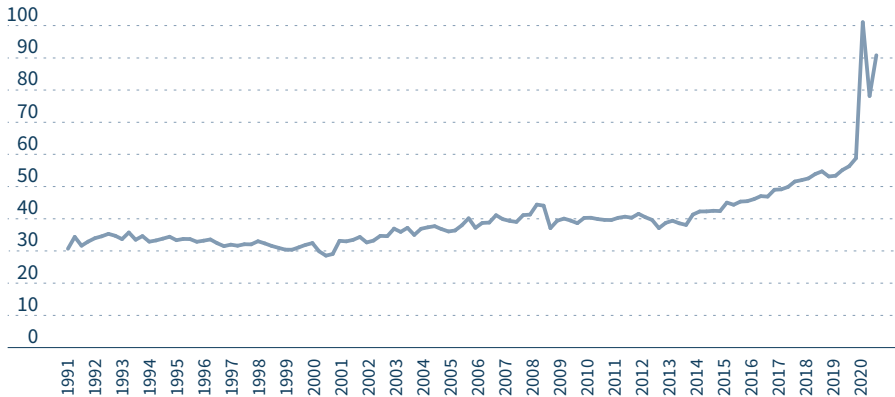
Konsumentwicklung der verschiedenen Gütergruppen

Die Konsumkrise verteilte sich im Jahr 2020 sehr asymmetrisch auf die unterschiedlichen Gütergruppen (Bolleyer, 2020): Bei den Verbrauchsgütern, wie Lebensmittel,

Sparen der privaten Haushalte in Deutschland

Abbildung 4

Saisonbereinigtes Sparen der privaten Haushalte in Milliarden Euro



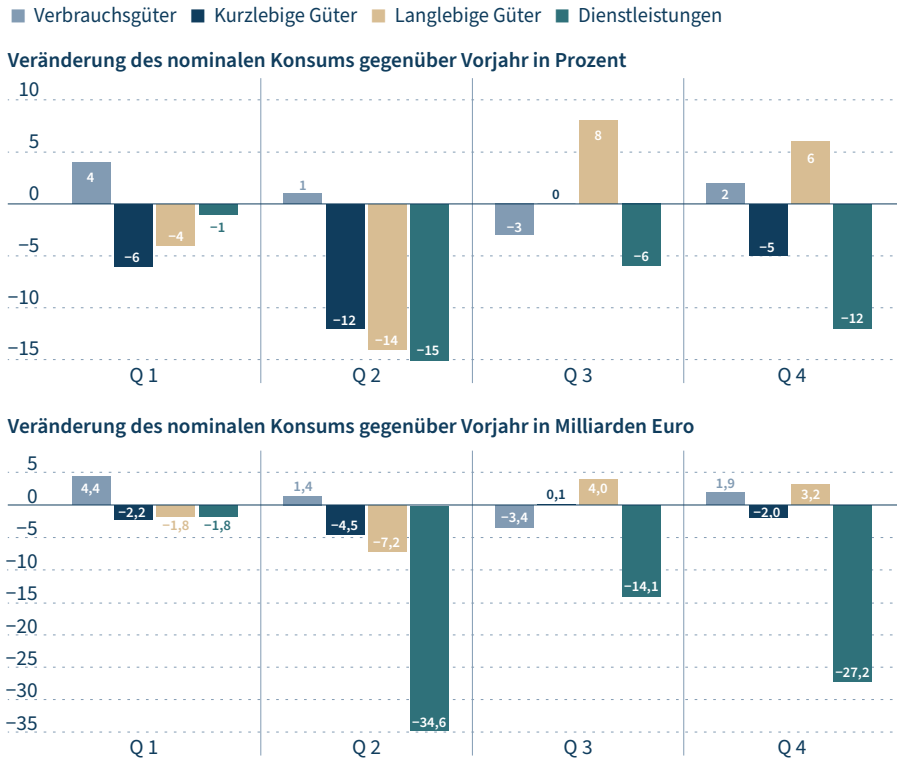
Quellen: Statistisches Bundesamt; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 4: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/8E3dN5xxN2NKpkb>

lagen die Ausgaben im ersten Quartal 2020 um 4 Prozent über dem Vorjahreswert. Der Konsum kurzlebiger und langlebiger Gebrauchsgüter sank dagegen bereits im ersten Quartal, im zweiten Quartal 2020 brach er dann im zweistelligen Bereich ein (Abbildung 5, oberer Teil). Im zweiten Halbjahr 2020 entwickelten sich die beiden Gütergruppen auseinander: Während die kurzlebigen Güter, wie Kleidung oder Schuhe, im dritten Quartal stagnierten und zum Jahresende auch vor dem Hintergrund der erneuten Lockdown-Maßnahmen wieder spürbar zurückgingen, legten die langlebigen Konsumgüter, wie Autos oder Möbel, in den beiden Quartalen des zweiten Halbjahres 2020 jeweils um mehr als 5 Prozent gegenüber dem Vorjahr zu. Dahinter können die Auslieferungen zuvor bestellter und im ersten Halbjahr 2020 nicht gelieferter Waren stehen. Zudem kann hier die temporäre Mehrwertsteuersenkung eine Rolle gespielt haben. Durch das Vorziehen des Kaufs hochpreisiger Güter in das Jahr 2020 konnte aus Konsumentensicht ein spürbarer finanzieller Entlastungseffekt infolge der geringeren Mehrwertsteuer erzielt werden. Gerade bei langlebigen Gütern, bei denen der Kauf ohne größere Probleme in das nächste Jahr hätte verschoben werden können, wäre sonst ein deutlich niedrigeres Konsumniveau plausibel gewesen. Aufgrund der Rückführung des Mehrwertsteuersatzes von 16 auf 19 Prozent zum Jahresanfang 2021 waren zum Jahresende 2020 hohe Absätze bei den langlebigen Konsumgütern zu verzeichnen.

Entwicklung des Konsums nach Güterarten im Jahr 2020 in Deutschland

Abbildung 5



Quellen: Statistisches Bundesamt; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 5: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/SspHSoDfJe5eNX3>

Besonders gelitten haben unter dem (erzwungenen) Konsumverzicht die Dienstleistungen. Nachdem das erste Vierteljahr noch nahe am Vorjahresniveau lag, gab es im zweiten Quartal 2020 einen Einbruch um über 15 Prozent. Selbst in der Zeit der wirtschaftlichen Erholung im dritten Quartal lag das Minus noch bei 6 Prozent, bevor der erneute Lockdown im vierten Quartal 2020 den Dienstleistungskonsum um 12 Prozent gegenüber dem Vorjahr fallen ließ.

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung dieser Konsumrückgänge lässt sich an den absoluten Werten ablesen (Abbildung 5, unterer Teil). So lag der Verbrauchsgüterkonsum 2020 insgesamt um rund 4 Milliarden Euro über dem Vorjahreswert. Bei kurzlebigen und langlebigen Gütern kam es zu Rückgängen in Höhe von 9 beziehungsweise 14 Milliarden Euro.

hungsweise 2 Milliarden Euro. Der Einbruch des Dienstleistungskonsums lag jedoch in einer ganz anderen Größenordnung: Hier summierte sich der Einbruch auf 78 Milliarden Euro im gesamten Jahr 2020, was über 2 Prozent des BIP entspricht. Allein im zweiten Quartal lag der Rückgang gegenüber dem Vorjahr mit fast 35 Milliarden bei gut 1 Prozent des BIP von 2020. Der Einbruch um 27 Prozent im vierten Quartal 2020 ist nicht weit davon entfernt.

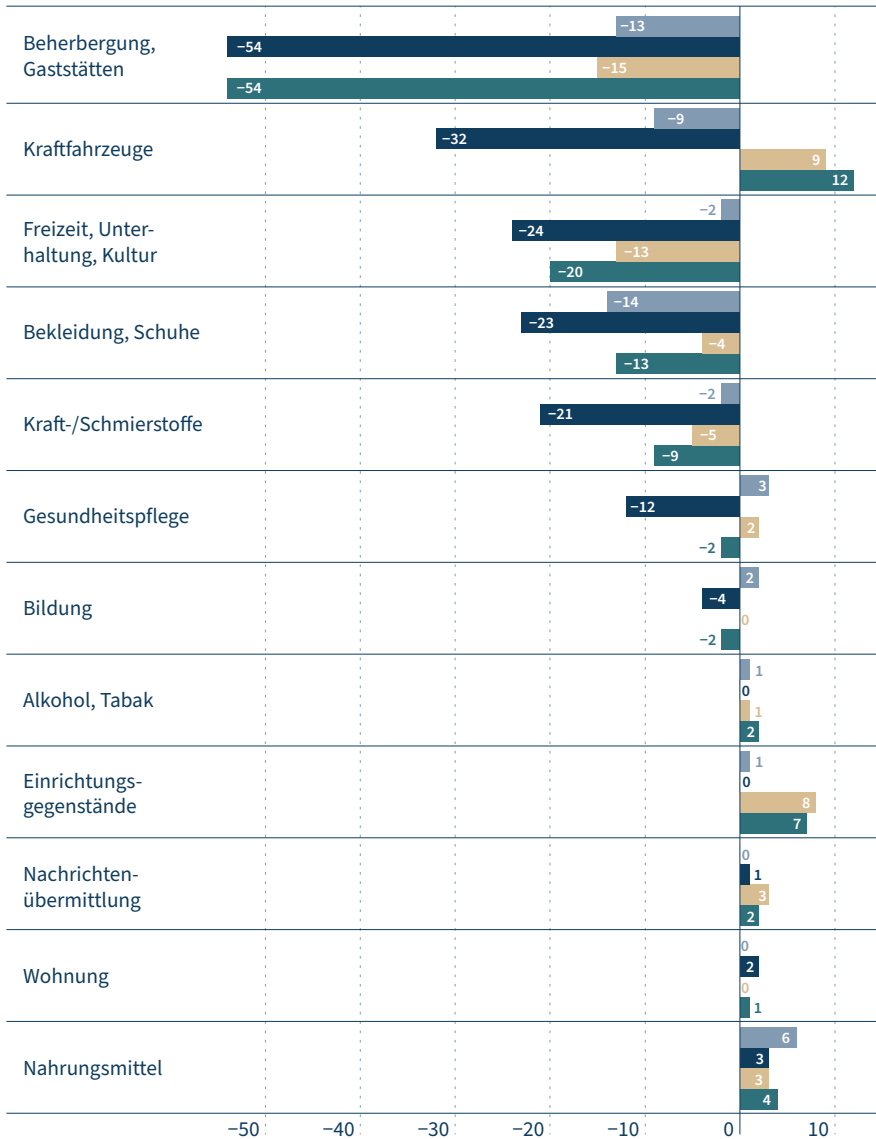
Deutliche Unterschiede zeigen sich ebenfalls mit Blick auf die Konsumgüter nach ihren Verwendungszwecken (Abbildung 6). Hier spiegeln sich die coronabedingten und unterschiedlich wirksamen Restriktionen:

- Eine leichte Zunahme des Konsums gab es bei den Nahrungsmitteln, was mit dem Ausfall von Kantinenverpflegung und Gastronomie zusammenhängen kann. Minimal waren die Anstiege bei Alkohol und Tabakwaren. Zugelegt hat im Gefolge der schnelleren Digitalisierung die Nachrichtenübermittlung.
- Auffallend ist der Konsumanstieg bei Einrichtungsgegenständen und Kraftfahrzeugen in der zweiten Jahreshälfte 2020. Hier dürfte die temporäre Mehrwertsteuersenkung gewirkt haben. Bei den Kraftfahrzeugen konnte der massive Rückgang in der ersten Jahreshälfte jedoch nicht ausgeglichen werden. Ebenfalls hoch mit über 20 Prozent war der Rückgang bei den Kraftstoffen. Die erheblich reduzierten Verkehrsströme durch Homeoffice und ausgefallene Kurzreisen schlugen sich hier nieder.
- Hohe Einbrüche verzeichneten die Bereiche Bekleidung und Schuhe vor allem im ersten, zweiten und vierten Quartal 2020. Der Tiefpunkt lag im zweiten Quartal mit einem Minus von fast einem Viertel des Vorjahreswerts. Hier zeigen der geschlossene Einzelhandel und der geringere Bedarf an Saisonware ihre Wirkungen. Besonders dramatisch sind die Einbrüche bei Freizeit-, Unterhaltungs- und Kulturleistungen. Fast ein Viertel niedriger als im Vorjahr lag der Konsum im zweiten Quartal. Auch das bessere dritte Quartal brachte einen zweistelligen Rückgang gegenüber dem Vorjahresquartal, mit dem Winter-Lockdown waren es erneut 20 Prozent. Durchschnittlich am stärksten betroffen waren die Bereiche Gaststätten und Übernachtung. Jeweils weniger als die Hälfte des Vorjahreswerts wurde dort im zweiten und vierten Quartal konsumiert. Die zwischenzeitliche Erholung auf eine Lücke von minus 15 Prozent ist aber weit von einer Rückkehr zur Normalität entfernt.

Entwicklung des Konsums nach Verwendungszwecken im Jahr 2020 Abbildung 6

Veränderung des nominalen Konsums in Deutschland auf Quartalsbasis gegenüber Vorjahr in Prozent

■ Q 1 ■ Q 2 ■ Q 3 ■ Q 4



Quellen: Statistisches Bundesamt; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 6: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/dyda7N7Y6ae9oyk>

Verbrauchervertrauen im ersten Quartal 2021

Die bisherigen Ausführungen haben die nochmaligen Beeinträchtigungen in Teilen der Konsumwirtschaft im vierten Quartal 2020 aufgrund der erneut angestiegenen Infektionen und der darauf reagierenden Einschränkungen aufgezeigt. Diese zunächst im November 2020 wieder aufgenommenen und im Dezember 2020 verschärften Schließungen von Teilen der Dienstleistungsökonomie wirkten über weite Teile des ersten Quartals 2021. Erst ab Anfang März wurden einige Restriktionen gelockert – bevor es Ende März zu erneuten Einschränkungen in Anbetracht einer dritten Infektionswelle gekommen ist. Die IW-Frühjahrsprognose (IW-Forschungsgruppe Gesamtwirtschaftliche Analysen und Konjunktur, 2021) geht davon aus, dass diese abermaligen Beschränkungen auch vorerst im zweiten Quartal 2021 wirksam sein werden.

Zur Einschätzung der Konsumkonjunktur kann zum einen auf eine Reihe von Konjunkturindikatoren zurückgegriffen werden. Hierzu gehören etwa traditionelle Messgrößen wie Einzelhandelsumsätze, Internetumsätze, Kraftfahrzeughandel sowie Echtzeitindikatoren wie Passantenzahlen in Fußgängerzonen, Flugdaten oder die Häufigkeit von bestimmten Google-Anfragen.

Zum anderen können Informationen zum Verbrauchervertrauen als eine Orientierungsgröße für die Konsumententwicklung herangezogen werden. Für eine Einschätzung der Konsumkonjunktur in Deutschland im ersten Quartal 2021 kann zum Beispiel das TCB-IW-Verbrauchervertrauen verwendet werden (für seine Bedeutung als Indikator für die deutsche Konsumkonjunktur s. Bardt et al., 2019). Dieser Index wird als Teil des Global Consumer Confidence Survey erhoben und gemeinsam von The Conference Board und dem Institut der deutschen Wirtschaft vierteljährlich publiziert. Für das dritte Quartal 2020 wurden keine Werte ermittelt. Der obere Teil von Abbildung 7 zeigt die Entwicklung des TCB-IW-Verbrauchervertrauens seit dem zweiten Quartal 2017. Folgende Interpretationen können darauf basierend abgeleitet werden:

- Der Wert für das erste Quartal 2021 liegt mit 97,1 Punkten noch um 5,2 Punkte unter dem Niveau vor Einsetzen der Krise in Deutschland im vierten Quartal 2019. Der Wert für das erste Quartal 2020 konnte das damalige Ausmaß der Konsumverunsicherungen infolge der erst allmählich aufkommenden Pandemie

und der ab Mitte März einsetzenden Schließungen allerdings noch nicht umfänglich erfassen.

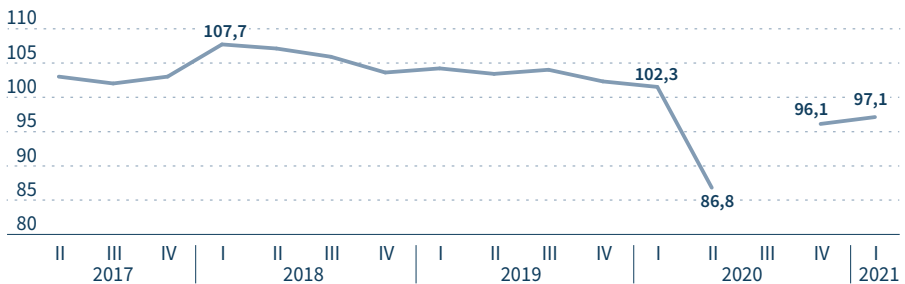
- Mit dem aktuellen Wert für das erste Quartal 2021 sind 70 Prozent des enormen Vertrauensverlusts vom zweiten Quartal 2020 inzwischen wieder ausgeglichen. Die Zuversicht der Konsumenten liegt jedoch noch deutlich weit von den Werten der Aufschwungjahre bis 2019 entfernt.

TCB-IW-Verbrauchervertrauen und seine Teilkomponenten

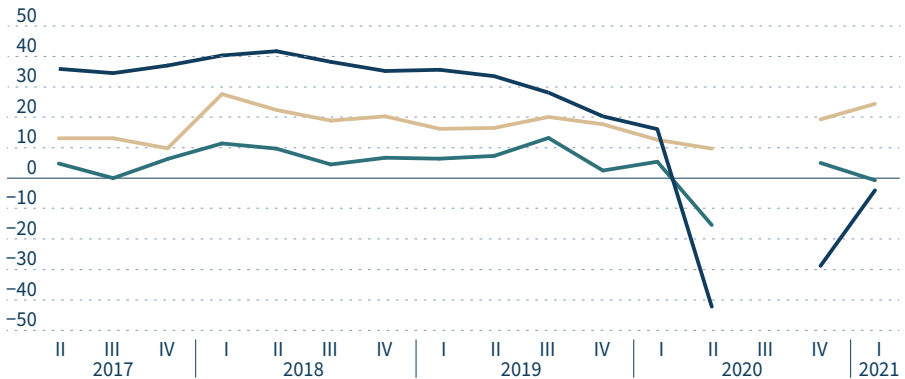
Abbildung 7

— TCB-IW-Verbrauchervertrauen
— Beschäftigungsperspektiven — Finanzlage — Kaufgelegenheit

Verbrauchervertrauen in Punkten¹⁾



Komponenten: Saldo aus positiven und negativen Bewertungen²⁾



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). Beschäftigungs- und Einkommensperspektiven in den nächsten zwölf Monaten und Bewertung, ob es derzeit eine gute Zeit für die Anschaffung von Waren und Dienstleistungen ist. Wert für das dritte Quartal 2020 wurde nicht erhoben.

Quellen: The Conference Board; Institut der deutschen Wirtschaft

Abbildung 7: <http://dl.iwkoeln.de/index.php/s/5MNNbRKRpATdtLW>

- Trotz der auch im ersten Quartal 2021 wirksamen Restriktionen verbesserte sich das Verbrauchervertrauen gegenüber dem vierten Quartal 2020 sogar leicht. Vor allem kam es aber nicht erneut zu einem starken Einbruch wie im zweiten Quartal 2020.

Bei den Komponenten des Verbrauchervertrauens sind am aktuellen Rand jedoch gegenläufige Entwicklungen zu beobachten (Abbildung 7, unterer Teil):

- Eine deutliche Erholung gab es bei den **Beschäftigungserwartungen** der befragten Konsumenten. Im Gegensatz dazu war hier im zweiten Quartal 2020 der tiefste Einbruch zu verzeichnen. Nachdem der Saldo aus Positiv- und Negativmeldungen in den Vorjahren immer besonders positiv war, nahm diese Komponente des Verbrauchervertrauens mit Eintritt der Krise die mit Abstand kritischste Entwicklung. Der Saldo, der schon mit dem Auslaufen des Aufschwungs und der eintretenden Industrierezession schrittweise zurückgegangen war, fiel im zweiten Quartal 2020 von 16,1 auf -42,2 Prozentpunkte und verharrte am Jahresende 2020 noch bei ausgesprochen pessimistischen -28,8 Punkten. Trotz des Winter-Lockdowns haben sich die Beschäftigungserwartungen in Deutschland jedoch stabilisiert. Positive und negative Einschätzungen zu den Beschäftigungsperspektiven halten sich inzwischen fast die Waage und sind mit -4,0 Punkten nur noch leicht im negativen Bereich. Dieser Erholungseffekt war ebenfalls verantwortlich für den Anstieg des TCB-IW-Verbrauchervertrauens im ersten Quartal 2021.
- Weiter angestiegen ist der Saldo zur subjektiven **Finanzlage** der Konsumenten. Schon der Rückgang auf dem Höhepunkt des ersten Lockdowns war überschaubar, auch weil die Kurzarbeit und andere staatliche Leistungen Einkommensverluste weitgehend vermieden haben (Beznoska et al., 2020). Die hohe Sparquote und die damit verbundenen Finanzierungsmöglichkeiten unterstützen diese Einschätzung. Schon zum Jahresende 2020 lag der Saldo der Einschätzungen über dem Vorkrisenniveau und ist inzwischen auf 24,4 Punkte angestiegen. Damit wurde eine Positivbewertung erreicht, die zuletzt in der Boomphase im ersten Quartal 2018 gemessen wurde.
- Die Einschätzung, ob gerade eine gute **Kaufgelegenheit** ist, hat sich hingegen verschlechtert. Der Rückgang des Saldos von 5,4 auf -15,4 Prozentpunkte mit Beginn der Krise war zum Jahresende 2020 bereits ausgeglichen. Im ersten

Quartal 2021 ist die Bewertung der Kaufgelegenheit wieder leicht in den negativen Bereich (-0,7) gefallen. Ob eine schnelle Auflösung des Konsumstaus zu erwarten ist, bleibt nach Analyse der Befragungsdaten zum Verbrauchervertrauen offen. Dies wird auch dadurch gestützt, dass 43 Prozent der Haushalte angeben, den Teil des Einkommens sparen zu wollen, der nach den grundlegenden Ausgaben verbleibt. Normalerweise liegt dieser Wert bei unter 30 Prozent. Umgekehrt gehört der Urlaub für 33 Prozent der Befragten zu den geplanten Ausgaben. Zudem ist hier keine Aufholdynamik zu erkennen. Üblicherweise liegt dieser Wert bei 45 bis 50 Prozent. Mögliche Mehrausgaben für den Urlaub sind dabei jedoch nicht berücksichtigt.

Konsumentenbefragungen und darauf aufbauende Vertrauensindizes lassen in erster Linie Tendenzaussagen zur Konsumententwicklung zu. Die aktuellen Daten des TCB-IW-Verbrauchervertrauens signalisieren für das erste Quartal zumindest keinen Einbruch, wie er im zweiten Quartal 2020 zu beobachten war. Demzufolge kann davon ausgegangen werden, dass die Konsumeffekte infolge der zweiten Infektionswelle und der damit einhergehenden Einschränkungen in der Dienstleistungswirtschaft weniger stark ausgefallen sind als im letzten Frühjahr. Der Anstieg des Verbrauchervertrauens gegenüber dem vierten Quartal 2020 dürfte sich allerdings nicht in einem Anstieg des privaten Konsums im ersten Quartal 2021 niedergeschlagen haben. Aufgrund des guten Starts im Oktober in das vierte Quartal 2020 und infolge der verschärften Maßnahmen im Dezember 2020 geht der Konsum auf Monatsbasis mit einem Unterhang in das erste Quartal 2021. Allein dies dürfte in Kombination mit den Lockdown-Maßnahmen im Januar und Februar – sowie den Mehrwertsteuereffekten – für einen Rückgang im ersten Quartal 2021 gegenüber dem Vorquartal sorgen. Außerdem ist bei einem Vergleich mit dem vierten Quartal 2020 zu bedenken, dass bei der Erhebung zum Jahresende 2020 die Perspektive einer Öffnung in den konsumrelevanten Wirtschaftsbereichen schlechter gewesen sein dürfte als bei der Frühjahrsumfrage, die Ende Februar/Anfang März 2021 stattfand. Zu dieser Zeit bestand die gut begründete Hoffnung auf Lockerungen. Die jetzt am Anfang des zweiten Quartals 2021 vollzogenen neuen Restriktionen waren zu diesem Zeitpunkt noch nicht in der Wahrnehmung dominierend.

Nach Maßgabe der oben herangezogenen Referenzszenarien für eine hypothetische Entwicklung in Deutschland ohne die Beeinträchtigungen infolge der globalen

Pandemie dürften sich die Konsumausfälle im ersten Vierteljahr 2021 in einer Größenordnung von weiteren 40 bis über 60 Milliarden Euro bewegen. Mit anhaltenden Einschränkungen im zweiten Quartal 2021 sind nochmalige Konsumausfälle (gegenüber einer Welt ohne Corona-Pandemie) in diesen Größenordnungen vorstellbar.

Literatur

Bardt, Hubertus / Grömling, Michael, 2021, Kein schnelles Ende der Corona-Krise - Mittelfristige Produktions-, Beschäftigungs- und Investitionslücken der deutschen Industrie, in: IW-Trends, 48. Jg., Nr. 1, S. 23–39

Bardt, Hubertus / Grömling, Michael / Maselli, Ilaria, 2021, Beschäftigungssorgen dämpfen Konsumlaune, IW-Kurzbericht, Nr. 1, Köln

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

Beznoska, Martin / Niehues, Judith / Stockhausen, Maximilian, 2020, Stabil durch die Krise? Verteilungsfolgen der Corona-Pandemie – eine Mikrosimulationsanalyse, IW-Report, Nr. 65, Köln

Bolleyer, Rita, 2020, Privater Konsum in Deutschland, in: WISTA – Wirtschaft und Statistik, 72. Jg., Nr. 1, S. 9–21

Demary, Markus, 2020, Entwicklung des Geldvermögens der privaten Haushalte in Zeiten niedriger Zinsen, in: IW-Trends, 47. Jg., Nr. 2, S. 3–20

Demary, Markus / Hüther, Michael, 2021, Global Inflation: Low for Long or Higher for Longer?, IW-Report, Nr. 12, Köln

Grömling, Michael, 2020, Konjunktur oder Struktur? Die aktuelle Lage der deutschen Industrie im Spiegel früherer Strukturkrisen, IW-Gutachten, Köln

IW-Forschungsgruppe Gesamtwirtschaftliche Analysen und Konjunktur, 2021, Gespaltene Wirtschaft im Wechselbad der Pandemie - IW-Konjunkturprognose Frühjahr 2021, in: IW-Trends, 48. Jg., Nr. 1, Online-Sonderausgabe Nr. 1.2021, S. 3–28

The Economist, 2021, The \$3trn question, 13.3.2021, S. 60–61

Private Consumption in Germany – The Impact of the Corona Pandemic Compared with Earlier Economic Crises

The current economic crisis has become a crisis of consumption and has taken on more extreme dimensions than that caused by the global financial market upheavals of 2008/2009. In the 15 years preceding the outbreak of the Corona pandemic in Germany, private consumption grew at a rate similar to that in the 1990s. The positive labour market development was accompanied by steady growth in private household income and consumption. In 2020, the COVID-19 virus brought this sustained consumer boom to an abrupt end. By the end of that year, as a result of two waves of infection and the associated restrictions on private spending, lost consumption had reached a total of some 100 to 150 billion euros, depending on the reference scenario. This estimate suggests that every man, woman and child in Germany consumed between 1,250 and 1,750 euros less in 2020 as a result of the Corona crisis. The TCB-IW Consumer Confidence Survey, which forms part of the Global Consumer Confidence Survey and is published jointly by The Conference Board (TCB) and the German Economic Institute (IW), provides guidance on the pressures on private consumption in Germany in the first quarter of 2021. So far, 70 per cent of the huge loss of confidence experienced in the second quarter of 2020 has already been restored. However, at just over 97 points in the first quarter of 2021, consumer confidence was still more than 5 points below its level in the fourth quarter of 2019, the last before the crisis hit Germany. Despite the restrictions still remaining in the first quarter of 2021, improved employment prospects prevented the sharp drop in confidence that occurred in the second quarter of 2020. However, lost consumption is likely to amount to a further 40 to 60 billion or more euros in the first three months of 2021, again depending on the reference scenario.