

# IW-Kurzbericht 72/2019

## Konsumenten sind zuversichtlich

Hubertus Bardt / Michael Grömling / Ilaria Maselli\* / Bart van Ark\*\*, 17. Oktober 2019

**Während sich die deutsche Konjunktur infolge der Rückgänge beim Export und in der Industrie eintrübt, zeigt sich der Private Konsum bislang robust. Das Konsumklima hat sich laut TCB-IW-Verbrauchervertrauen im dritten Quartal 2019 sogar etwas verbessert. Die Stimmungslage der Konsumenten wird noch von der guten Arbeitsmarktlage begünstigt – die Beschäftigungserwartungen fallen aber zurückhaltender aus.**

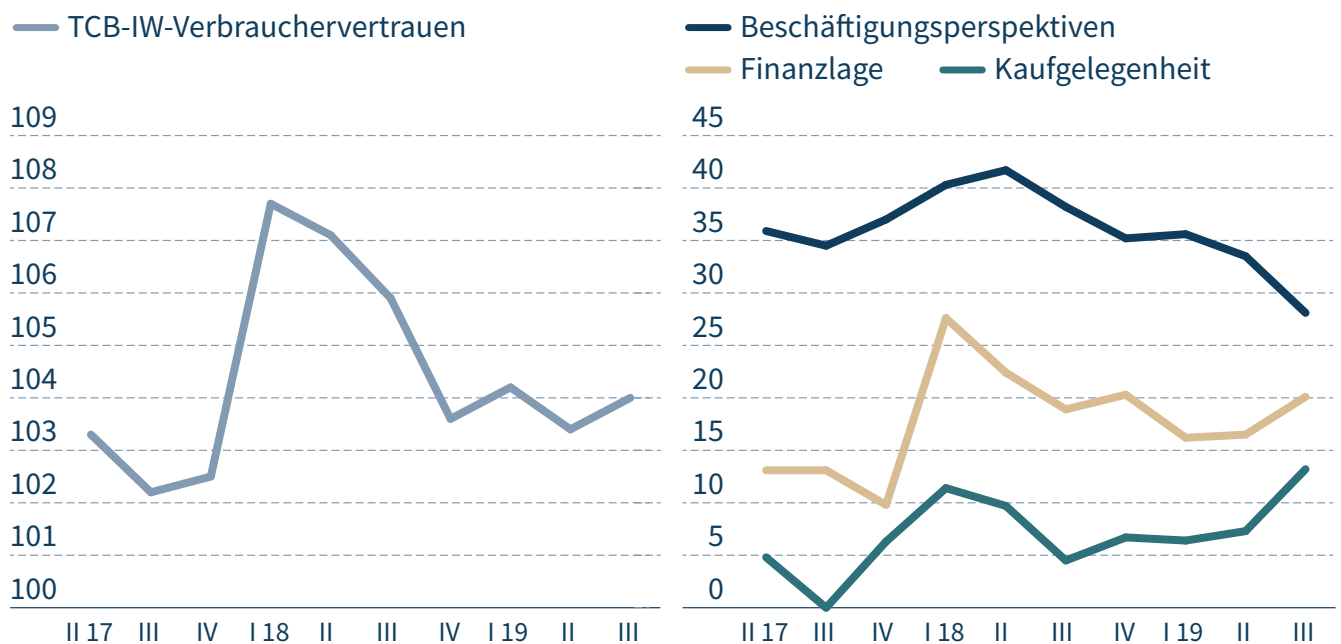
Die Aussichten für die gesamtwirtschaftliche Entwicklung in Deutschland werden durch die nunmehr schon über mehr als ein Jahr anhaltende Schrumpfung des Verarbeitenden Gewerbes und den Rückgang der deutschen Exporte geprägt. Beide miteinander zusammenhängende Entwicklungen haben die Wachstumsaussichten für dieses und nächstes Jahr deutlich reduziert (IW Forschungsgruppe Gesamtwirtschaftliche Analysen und Konjunktur, 2019). Protektionismus beeinträchtigt mehr und mehr die Weltwirtschaft und den internationalen Handel – und das bekommt die stark auf die Weltmärkte ausgerichtete deutsche Industrie immer stärker zu spüren. Bislang konnten jedenfalls die boomende Bauwirtschaft und die stabilen Dienstleistungsbranchen eine gesamtwirtschaftliche Rezession verhindern. Dabei spielt die robuste Konsumtätigkeit hierzulande eine wichtige Rolle.

Über die vergangenen zehn Jahre war der inländische Konsum der wesentliche Wachstumstreiber in Deutschland. Knapp die Hälfte des gesamtwirtschaftlichen Wachstums resultierte nachfrageseitig aus dem Zuwachs beim Privaten Konsum. Hierzu haben vor allem der kontinuierliche Anstieg der Beschäftigung und die damit einhergehende positive Einkommensentwicklung beigetragen. Für das Ausmaß der gegenwärtigen und voraussichtlich auch im kommenden Jahr anhaltenden konjunkturellen Schwäche ist es bedeutsam, ob der Konsum seine stabilisierende Rolle weiterhin spielen wird. Der Arbeitsmarkt ist hierzulande noch sehr robust: Die Beschäftigung liegt auf einem Rekordniveau von über 45 Millionen Erwerbstätigen und die Arbeitslosigkeit weist mit gut 3 Prozent auf Basis des harmonisierten Messverfahrens eine im internationalen Vergleich hervorragende Dimension auf. Allerdings mehren sich die Meldungen hinsichtlich Personalkürzungen und im Industriebereich droht im Winterhalbjahr 2019/2020 verbreitet Kurzarbeit.

Auf Basis des TCB-IW-Verbrauchervertrauens waren die Konsumenten in Deutschland bislang zuversichtlich. Dieser international breit aufgestellte Konsumindex wird gemeinsam von The Conference Board (TCB) und dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) für Deutschland veröffentlicht. Die Daten werden quartalsweise in

## TCB-IW-Verbrauchervertrauen

Verbrauchervertrauen<sup>1)</sup> in Punkten (links) und Saldo<sup>2)</sup> der Komponenten<sup>3)</sup> (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

Zusammenarbeit mit Nielsen im Rahmen des Global Consumer Confidence Survey erhoben (The Conference Board, 2019).

Im dritten Quartal 2019 lag das TCB-IW-Verbrauchervertrauen mit 104,0 Punkten leicht über dem Vorquartal (Abbildung links). Damit ist die Stimmung der Konsumenten auf einem im langfristigen Vergleich hohen Niveau – Werte für Deutschland liegen seit dem Jahr 2005 vor (siehe hierzu ausführlich Bardt et al., 2019). Die Rekordwerte vom ersten Halbjahr 2018 wurden kürzlich zwar deutlich unterschritten, seit dem vierten Quartal 2018 ist jedoch eine Seitwärtsbewegung des Verbrauchervertrauens und damit Stabilität auf einem hohen Niveau zu beobachten.

Dabei haben sich die einzelnen Komponenten des Verbrauchervertrauens am aktuellen Rand recht unterschiedlich entwickelt (Abbildung rechts):

- Deutlich eingetrübt haben sich die **Beschäftigungsperspektiven**. Die Differenz zwischen positiven und negativen Erwartungen ist von 33,5 Prozentpunkten

auf nur noch gut 28 Prozentpunkte gesunken. Dies ist der tiefste Wert mit Blick auf die letzten drei Jahre. Darin spiegeln sich die zunehmenden Sorgen um den Arbeitsmarkt und die ersten Negativschlagzeilen über Entlassungen und Kurzarbeit in der Industrie wider. Dennoch sehen weiterhin gut 62 Prozent der Befragten ihre Beschäftigungsaussichten für die Zukunft als gut oder sehr gut an – nach knapp 65 Prozent im Vorquartal.

- Trotz der etwas schwächeren Jobperspektiven wird die **eigene Finanzlage** durch die deutschen Konsumenten besser bewertet als im Vorquartal. Der Positivsaldo ist von 16,5 auf gut 20 Punkte angestiegen. Auch hier befinden sich die Verbraucher anhaltend in einer langfristig guten Situation.

- Vor diesem Hintergrund überrascht es nicht, dass sich auch die Anschaffungsneigung jüngst verbessert hat. Dabei wird konkret gefragt, ob es aktuell ein guter Zeitpunkt für die **Anschaffung von Konsumgütern** ist. Der Positivsaldo hat sich von 7,3 auf 13,2 Punkte erhöht. Dieser Teil des Indexes ist über

die Quartale von verhältnismäßig hohen Schwankungen geprägt. Dabei spielen auch Sparmotive eine nicht unerhebliche Rolle. Offensichtlich stärken die bislang gute Einkommensentwicklung, die niedrige Inflation und die geringen Sparanreize infolge der Niedrigzinspolitik die Anschaffungsneigung.

Trotz der sich eintrübenden Konjunkturaussichten und der Warnmeldungen hinsichtlich Kurzarbeit spielten Beschäftigungsorgen im Risikoprofil der deutschen Konsumenten zuletzt kaum eine Rolle. Nur 4 Prozent der im dritten Quartal 2019 Befragten nannten dies als ihre größte Sorge für das nächste halbe Jahr. Die Sorgen um die gesamtwirtschaftliche Entwicklung sind mit 6 Prozent etwas größer. Zusätzlich nennen 8 Prozent der Befragten dies als zweitwichtigste Sorge. Zusammen betrachtet als größte und zweitgrößte Sorge sind dies rund 4 Prozentpunkte mehr als im Vorquartal.

In die Höhe geschossen sind hingegen die Sorgen um den globalen Klimawandel. 14 Prozent der Befragten sehen dies als ihre größte Sorge – im Vorquartal waren dies 8 Prozent, Anfang 2018 nur 4 Prozent. Damit hat der Klimawandel am aktuellen Rand die eigene Gesundheit als Hauptquelle von Befürchtungen abgelöst.

\*The Conference Board, Brüssel, \*\*The Conference Board, New York

## 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, Deutsche Wirtschaft tritt auf der Stelle – Wachstumsschwäche auf Dauer?, IW-Kurzbericht, Nr. 68, Köln

The Conference Board, 2019, Global Consumer Confidence Survey Q3 2019 Highlights, New York