

Dey, Bremen

Von: Mit Windows Internet Explorer 8 gespeichert

Gesendet: Montag, 2. August 2010 08:27

Betreff: E-Paper der Bremer Tageszeitungen vom 28.07.2010

Konsumklima im Sommerhoch

Gute Arbeitsmarktzahlen und WM heben Stimmung / Wissenschaftler sind bei privatem Konsum noch skeptisch

Von Matthias Lüdecke Nürnberg-Bremen. Der Konsumklimaindex ist erneut gestiegen. Das gab die Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) gestern bei der Veröffentlichung ihrer aktuellen Studie bekannt. Als Gründe nennen die Forscher die positiven Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt und bei der Konjunktur. Aber auch die Partystimmung durch das schöne Wetter und die Fußball-WM hätten die gute Stimmung verstärkt. Die Aussagekraft der Studie sehen indes Wirtschaftswissenschaftler wie der Bremer Professor Rudolf Hickel eher skeptisch. Die deutlichen Steigerungen zeigen, so meinen die Nürnberger Forscher, dass sich die positiven Meldungen aus der Wirtschaft und vom Arbeitsmarkt nun auch auf die Stimmung bei den Verbrauchern auswirke. Die Arbeitslosenzahlen sinken, die Kurzarbeit geht zurück, die Konjunktur zieht an, die ersten Institute gehen inzwischen von einem Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von um die zwei Prozent aus. Die Stimmung bei der Wirtschaft ist so gut, dass der Chef des Ifo-Instituts, Hans-Werner Sinn, in der vergangenen Woche von "Partylaune" sprach. Diese positive Grundhaltung überträgt sich offensichtlich auch auf die Verbraucher, die nun weniger um ihren Arbeitsplatz fürchten und so sehr glauben, dass die positive Entwicklung der deutschen Wirtschaft weitergeht, dass der entsprechende Wert so hoch ist wie seit Oktober 2007 nicht mehr.

Dass das Konsumklima freundlicher geworden sei, erklärt auch der Geschäftsführer des Bremer Einzelhandelsverbands, Wolfgang Brakhane. Auch er macht in erster Linie den Rückgang der Arbeitslosigkeit und die Abnahme von Kurzarbeit dafür verantwortlich. Der Bremer Einzelhandel verzeichne im Moment ein kleines Plus und sei damit durchaus zufrieden.

Gefühlte Wirklichkeit

Zwei Bremer Wissenschaftler sind beim Konsumklimaindex skeptischer. Die Einschätzung der Befragten gebe in erster Linie eine Stimmung wieder, sagt etwa Peter M. Rose, der an der Hochschule Bremen den Studiengang Management im Handel leitet, "die Aktualität überlagert hier oftmals die reale Situation". Und auch der Wirtschaftswissenschaftler Rudolf Hickel meint: "In diesen Zahlen reflektiert sich eine Partystimmung, die mit der Realität nicht viel zu tun hat." Was die Abfrage von Konjunkturerwartung und vor allem der Einkommensentwicklung betrifft, bilde die Studie eher die gefühlte Wirklichkeit der Befragten ab, und nicht die reale Lage.

Und diese gefühlte Realität war im untersuchten Monat nicht nur geprägt von der Partylaune der Wirtschaft, sondern auch von der erfolgreich bestrittenen Fußballweltmeisterschaft. Zusammen mit dem hochsommerlichen Wetter habe auch dies die Laune verbessert und zusammen mit den positiven Arbeitsmarktzahlen offenbar belastende Faktoren wie das Sparpaket der Bundesregierung oder die Erhöhung der Beiträge zur Krankenversicherung überlagert, heißt es in dem Bericht der GfK. Aber gute Laune ist nicht alles. Einen Aspekt der Studie halten die Wissenschaftler daher für aufschlussreicher. Die Anschaffungsneigung der befragten Verbraucher sank auf hohem Niveau ein wenig ab. Die Forscher der GfK erklären sich das mit einem Normalisierungseffekt, nachdem im Vorfeld der WM viele Verbraucher Unterhaltungselektronik wie etwa einen neuen Fernseher gekauft hätten und diese Anschaffung nun nicht mehr ansteht. Hickel sieht das anders. "Der private Konsum wird zur Entwicklungsbremse", meint der Forschungsleiter des Instituts Arbeit und Wirtschaft an der Universität Bremen. Die Prognosen gingen derzeit noch davon aus, dass dieser am Ende des Jahres leicht gesunken sein wird - trotz des guten Klimas. Peter M. Rose erklärt das unter anderem mit der speziellen Mentalität in Deutschland. "Die Deutschen könnten durchaus mehr ausgeben, sie tun es aber nicht", sagt er. Dahinter stehe ein bestimmtes Sicherheitsbedürfnis hierzulande. Die Motivation, etwas zu kaufen, sei sicher vorhanden, meint er, und die werde in der Konsumklimastudie auch erfragt. Den Kauf dann wirklich umzusetzen sei dann aber nochmal eine andere Sache. Dafür brauche der deutsche Käufer ein höheres Maß an gefühlter finanzieller Sicherheit als in anderen europäischen Ländern. Soll der private Konsum steigen, gelte es, diese emotionalen Barrieren zu durchbrechen, sagt Rose. Dazu könne eine Politik beitragen, die ein nachvollziehbares soziales Konzept habe, das den Verbrauchern ein Gefühl der Stabilität gebe.

Aber auch ein anderes Mittel, das Rudolf Hickel vor kurzem in unserer Zeitung vorgeschlagen und das er nun wiederholt hat, wäre für Rose ein positives Signal. "Will man den privaten Konsum wieder ankurbeln, kommt es darauf an, die Löhne zu erhöhen", sagt Hickel. "Viele erliegen dem Kurzschluss zu denken, wenn es der Wirtschaft gut geht, wird es auch ihnen bald besser gehen", erklärt Hickel. Dabei habe sich seit einigen Jahren das Wirtschaftswachstum von der Entwicklung des privaten Konsums abgekoppelt. Während die Wirtschaft gewachsen sei, hätten die Nettoallöhne abgenommen. Daher wären gerade Lohnsteigerungen ein Mittel, um den privaten Konsum tatsächlich und nicht nur klimatisch wieder anzukurbeln.

© Copyright Bremer Tageszeitungen AG Ausgabe: Verdener Nachrichten Seite: 17 Datum: 28.07.2010