

Konsum | 21.10.2021 | Lesezeit 2 Min.

## Die Stimmung der Verbraucher steigt weiter

*Nach dem coronabedingten Absturz im Jahr 2020 ist das Vertrauen der Verbraucher in Deutschland wieder deutlich gewachsen. Vor allem die Beschäftigungsperspektiven sind nach Ansicht der Bundesbürger derzeit wesentlich besser, als dies noch Ende 2020 der Fall war. Die steigenden Preise bremsen die Erholung des Konsums allerdings ab.*

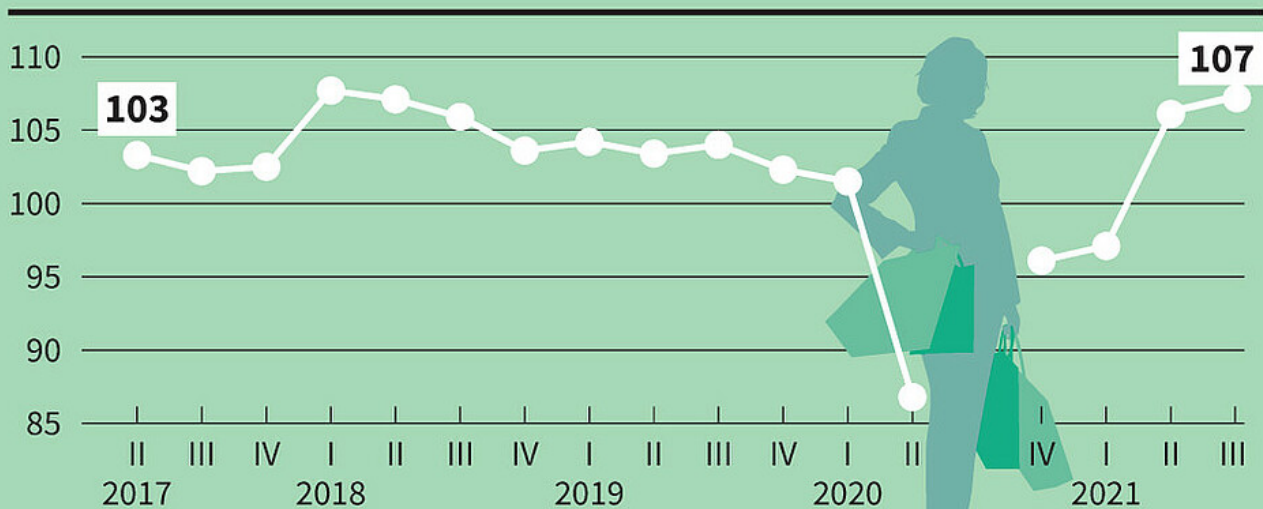
Gastronomie, Kultureinrichtungen, Einzelhandel – alles war im vergangenen Jahr zumindest zeitweise „dicht“, um die Pandemie zu bekämpfen. Die Folge: In Deutschland gingen 2020 nahezu 150 Milliarden Euro an Konsumausgaben verloren, im ersten Quartal des laufenden Jahres waren es nochmals rund 50 Milliarden Euro.

Weil sich die Corona-Lage in Deutschland aber seither verbessert hat und Restriktionen gelockert oder gar aufgehoben wurden, ist auch die Stimmung der Konsumenten positiver als zuletzt. Dies zeigt der gemeinsam vom Unternehmens- und Forschungsverbund The Conference Board (TCB) und dem Institut der deutschen Wirtschaft (IW) veröffentlichte Verbrauchervertrauensindex (Grafik):

**Auf einer Skala von 0 bis 200 stieg das Verbrauchervertrauen in Deutschland im dritten Quartal 2021 auf 107 Punkte und erreichte damit den höchsten Wert seit Mitte 2018.**

## Verbraucher in Deutschland: Die Zuversicht wächst

Verbrauchervertrauen in Punkten auf einer Skala von 0 (schlecht) bis 200 (exzellent)



Die Daten werden im Rahmen des Global Consumer Confidence Survey erhoben; für das dritte Quartal 2020 wurden keine Werte erhoben

Quellen: The Conference Board, Institut der deutschen Wirtschaft  
© 2021 IW Medien / iwd

iwd

Allerdings haben sich die einzelnen Komponenten des TCB-IW-Verbrauchervertrauens zuletzt unterschiedlich entwickelt:

- **Die Verbraucher sind hinsichtlich ihrer Beschäftigungsperspektiven wieder überwiegend zuversichtlich.** Im dritten Quartal 2021 lag der Anteil jener Befragten, die von guten Jobaussichten berichteten, um 20 Prozentpunkte über dem Anteil jener, die sich diesbezüglich skeptisch äußerten. Ein Quartal zuvor betrug dieser Saldo lediglich 6 Prozentpunkte, Ende 2020 lag er deutlich im Minus.

Verglichen mit den wirtschaftlich dynamischen Zeiten vor der Pandemie – damals war der Anteil der Beschäftigungsoptimisten um bis zu 40 Prozentpunkte höher als jener der Pessimisten – ist allerdings noch Luft nach oben. Ein Grund dafür dürfte sein, dass die Konjunktur derzeit von stockenden Zulieferungen gebremst

wird, was sich negativ auf die Arbeitsmarktlage auswirkt.

- **Die Konsumenten stehen finanziell überwiegend gut da.** Der Anteil jener, die mit ihrer Finanzlage zufrieden oder sogar sehr zufrieden sind, überstieg den Anteil derjenigen mit einer negativen Einschätzung im dritten Quartal des laufenden Jahres um 27 Prozentpunkte. Das war zwar geringfügig weniger als im Vorquartal, der Wert liegt aber immer noch in etwa auf dem Spitzenniveau des sehr guten Konsumjahres 2018.
- **Die Kaufneigung der Verbraucher bleibt fast konstant.** Danach gefragt, ob die Zeit für neue Anschaffungen derzeit gut sei, fällt die Antwort der Verbraucher aktuell mehrheitlich positiv aus, allerdings mit leichter Tendenz nach unten. Ein Konsumrausch, in dessen Zuge die Bundesbürger all jene Käufe von Waren und Dienstleistungen nachholen, die in der Pandemie nicht möglich waren, ist damit vorerst nicht zu erwarten.

## Preisanstieg schwächt Konsumkonjunktur

Geschwächt wird die Konsumkonjunktur nicht zuletzt auch durch die aktuelle Preisentwicklung. Höhere Energiepreise, Engpässe bei Rohstoffen und Vorprodukten – wie beispielsweise Halbleitern oder Baumaterialien –, vom Staat verordnete Mehrbelastungen durch die CO<sub>2</sub>-Bepreisung und auch die Rückkehr zum alten Mehrwertsteuersatz treiben die Teuerungsrate in die Höhe.

Um den konjunkturellen Aufschwung nicht noch weiter auszubremsen, darf der aktuelle Anstieg der Inflationsrate nun nicht Anlass zu deutlich höheren Lohnforderungen sein. Denn dann droht eine Lohn-Preis-Spirale, die die Konjunkturerholung insgesamt gefährden würde.

### Kernaussagen in Kürze:

- Die Konsumenten in Deutschland sind wieder zuversichtlicher – auf einer Skala von 0 bis 200 stieg das Verbrauchervertrauen im dritten Quartal 2021 auf 107 Punkte und damit auf den höchsten Wert seit Mitte 2018.
- Die meisten Verbraucher sehen wieder deutlich bessere Beschäftigungsperspektiven, stehen finanziell gut da und sind auch wieder eher bereit, neue Konsumgüter anzuschaffen.
- Geschwächt wird die Konsumkonjunktur allerdings durch den aktuellen Preisanstieg.