

Konjunkturindikator | 20.06.2019 | Lesezeit 1 Min.

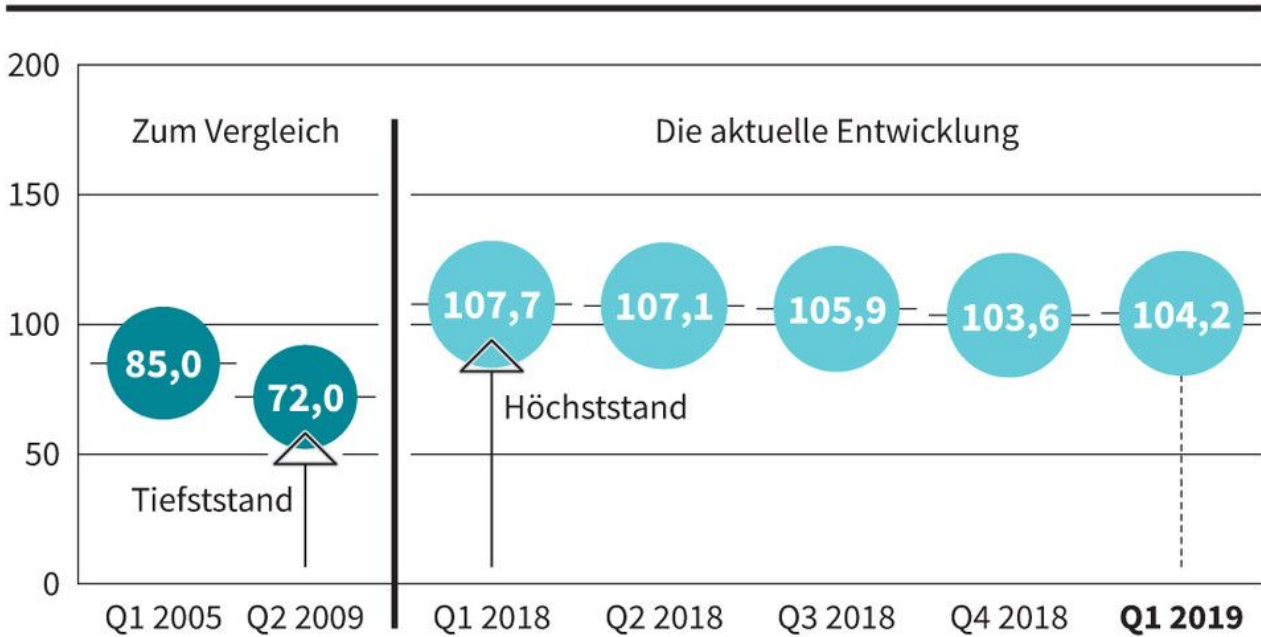
Verbrauchervertrauen in Deutschland immer noch hoch

Das sogenannte Verbrauchervertrauen misst die Kauflaune der Menschen in einem Land und fungiert als Konjunktur-Frühindikator. Der aktuelle Wert für Deutschland im gemeinsamen Index von Conference Board und IW liegt im langfristigen Vergleich auf einem hohen Niveau.

Deutschland kam im ersten Quartal 2019 auf 104 Punkte im Verbrauchervertrauensindex des US-Forschungsinstituts „The Conference Board“ und des IW. Die Kauflaune der Bundesbürger ist damit zwar um knapp vier Punkte schlechter als vor Jahresfrist, liegt im Langzeitvergleich aber immer noch auf einem sehr hohen Niveau (Grafik). Im Zuge der globalen Finanzkrise war das Konsumklima Mitte 2009 auf seinen bisherigen Tiefstand von 72 Zählern abgerutscht.

Der TCB-IW-Verbrauchervertrauensindex für Deutschland

in Punkten auf einer Skala von 0 = schlecht bis 200 = ausgezeichnet



Q1 2005: Der Verbrauchervertrauensindex wird für Deutschland seit dem ersten Quartal 2005 ermittelt

Quellen: The Conference Board (TCB), Institut der deutschen Wirtschaft (IW)
© 2019 IW Medien / iwd

iwd

In den USA ist das Verbrauchervertrauen ein seit Jahrzehnten etablierter Konjunktur-Frühindikator. Der 2005 aufgelegte „Global Consumer Confidence Index“ des Conference Board wird in Kooperation mit dem globalen Marktforschungsinstitut Nielsen ermittelt und deckt 64 Länder ab. Die Werte für Deutschland werden künftig quartalsweise gemeinsam mit dem IW veröffentlicht.

Das Verbrauchervertrauen ergibt sich aus drei Kriterien: Rund 500 Befragte schätzen ihre Beschäftigungsperspektiven sowie ihre finanzielle Lage ein und geben außerdem

Auskunft über ihre aktuelle Kaufneigung. Es gibt jeweils vier Antwortmöglichkeiten von „schlecht“ (0 Punkte) bis „ausgezeichnet“ (200 Punkte). Keine Angaben zu machen, ist ebenfalls zulässig. Ein Wert von 100 Punkten markiert die Mitte zwischen den Antwortkategorien „nicht so gut“ und „gut“.

Für jeden Teilnehmer der Befragung wird aus allen drei Fragen ein Durchschnittswert gebildet. Die Länderpunktzahl wiederum ist ein nach Alter und Geschlecht der Einwohner gewichteter Durchschnitt der Individualergebnisse.

Die Veränderung des Verbrauchervertrauens gibt Unternehmen wichtige Hinweise darauf, wie sich ihre Absatzmärkte entwickeln.

Die Bundesbürger sind derzeit ähnlich konsumfreudig wie beispielsweise die Schweizer, die Kanadier und die Neuseeländer. Zwar sind internationale Niveauvergleiche nur eingeschränkt aussagekräftig, weil kulturelle Unterschiede und der Entwicklungsstand eine wichtige Rolle spielen. Die Veränderung des Verbrauchervertrauens gibt Unternehmen jedoch wichtige Hinweise darauf, wie sich ihre Absatzmärkte entwickeln.

Kernaussagen in Kürze:

- Mit 104 Punkten im Verbrauchervertrauensindex von Conference Board und IW lag die Kauflaune der Bundesbürger im ersten Quartal 2019 auf einem hohen Niveau.
- Auf ihrem bisherigen Tiefpunkt war die hiesige Konsumfreudigkeit im Zuge der Finanzkrise Mitte 2009 angelangt. Der damalige Wert betrug 72 Punkte.
- Das Verbrauchervertrauen ergibt sich aus den Beschäftigungsperspektiven der Befragten, ihrer finanziellen Lage sowie aktuellen Kaufneigung und wird mittlerweile für 64 Länder ermittelt.