iwd

Der Informationsdienst
des Instituts der deutschen Wirtschaft

Verbrauchervertrauen | 28.07.2020 | Lesezeit 2 Min.

Verunsichert durch die Corona-Krise

Die Corona-Krise hat das Vertrauen der Verbraucher in Deutschland in den Keller rutschen lassen. Vor allem die deutlich schlechteren Beschäftigungsperspektiven verunsichern die Menschen.

Mit dem Ausbruch der Corona-Pandemie ist die Stimmung der Konsumenten in Deutschland drastisch gesunken, das geht aus dem aktuellen TCB-IW-Verbrauchervertrauen hervor – einem Index, den das Institut der deutschen Wirtschaft in Zusammenarbeit mit dem Forschungsnetzwerk The Conference Board vierteljährlich veröffentlicht.

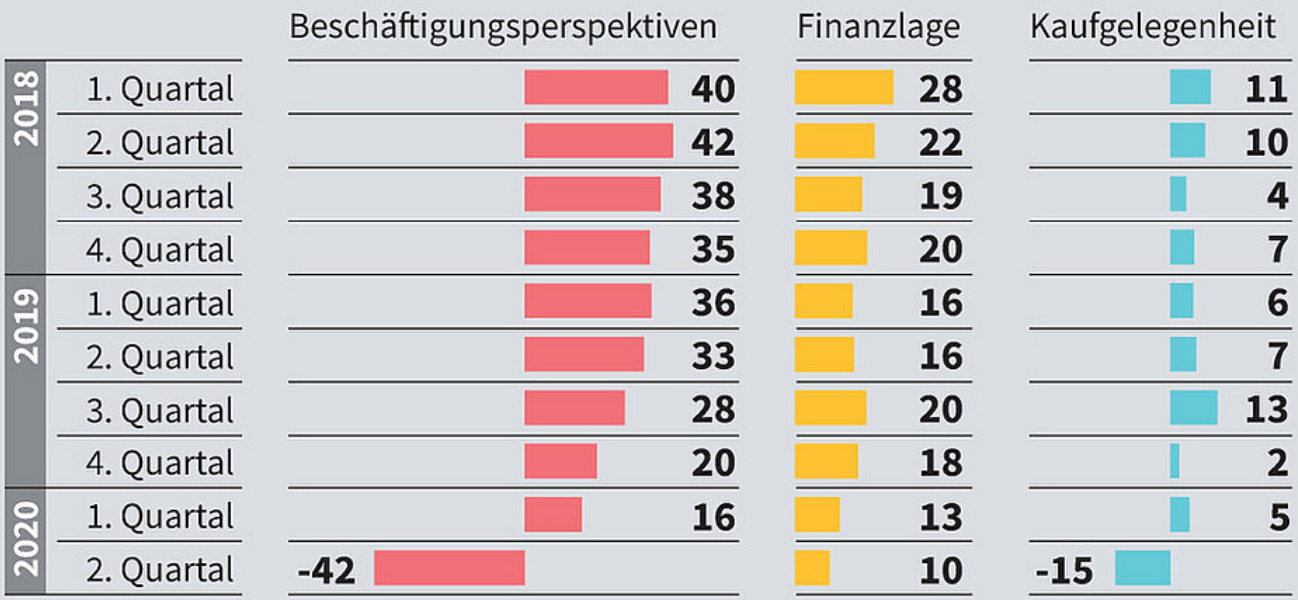
Während der Index im ersten Quartal 2020 auf einer Skala von 0 bis 200 noch bei 101,5 Punkten lag, sackte er im zweiten Quartal auf 86,8 Punkte ab.

Der Einbruch des Konsumklimas in Deutschland ist kein Sonderfall. Auch im Rest von Europa und in anderen Teilen der Welt sieht es ähnlich aus. In Deutschland wirken sich vor allem die Sorgen um den eigenen Job negativ aus (Grafik):

Der Saldo zwischen positiven und negativen Einschätzungen der eigenen Beschäftigungsaussichten lag im ersten Quartal 2020 noch bei 16 Prozentpunkten, fiel im zweiten Quartal aber auf minus 42 Prozentpunkte.

Beschäftigungsperspektiven brechen ein

So bewerten die Verbraucher in Deutschland diese Aspekte; Saldo aus positiven und negativen Wertungen in Prozentpunkten



Kaufgelegenheit: Bewertung, ob es derzeit eine gute Zeit für die Anschaffung von Waren und Dienstleistungen ist

Quellen: The Conference Board, Institut der deutschen Wirtschaft
© 2020 IW Medien / iwd

iwd

Vergleichsweise positiv bewerten die Bundesbürger die eigene Finanzlage. Trotz eines leichten Abwärtstrends ist der Anteil derjenigen Bundesbürger, die mit ihrer finanziellen Situation zufrieden sind, noch immer rund 10 Prozentpunkte höher als der Anteil der Unzufriedenen. Die Einkommensverluste scheinen sich also durch Kurzarbeit und Unterstützungsleistungen des Staates in Grenzen zu halten.

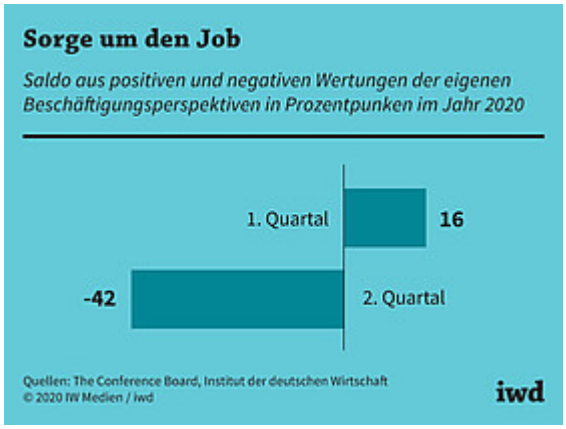
Entscheidend für das künftige Verbrauchervertrauen wird aber die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt sein.

Aufgrund der insgesamt unsicheren Wirtschaftslage und der Sorge um den Arbeitsplatz sehen aber nur noch 40 Prozent der befragten Konsumenten derzeit einen guten Zeitpunkt für Anschaffungen. Das könnte dazu führen, dass vor allem der Kauf von langlebigen Gebrauchsgütern wie Autos oder Möbeln erst mal verschoben wird.

Mit ihrem Konjunkturprogramm hat die Bundesregierung versucht, den Konsum

wieder anzukurbeln, unter anderem durch eine zeitlich begrenzte Senkung der Mehrwertsteuer (siehe: „Steuersenkung soll die Wirtschaft ankurbeln“).

Entscheidend für das künftige Verbrauchervertrauen wird aber die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt sein. Positive Signale können die Bürger dazu bewegen, ihre Zurückhaltung beim Konsum abzulegen. Die Regierung und die Tarifpartner müssen daher einen starken Anstieg der Arbeitslosigkeit unbedingt verhindern.



Kernaussagen in Kürze: