

**KOMMENTAR** | Trotz Schuldenkrise steigt die Konsumlaune. Doch als Konjunkturmotor taugt sie nicht. *Von Konrad Fischer*



## Wir Frustkäufer

**D**ass die Elektronik-kette Media Markt in ihrer jüngsten Kampagne „das Ende des Preisirrsinns“ ausruft, könnte einen einfachen Grund haben: Es achtet ohnehin keiner mehr aufs Preisschild. Die deutschen Konsumenten scheinen plötzlich um des Kaufens, nicht des Sparens willens shoppen zu gehen. Es klingt paradox, doch während sich die Konjunkturaussichten eintrüben und das Vertrauen in Politiker und Finanzinstitutionen sinkt, ist der vom Marktforschungsunternehmen GfK ermittelte Konsumklimaindex zuletzt gestiegen, das Niveau vor der Finanzkrise hat er längst wieder erreicht.

### PERSÖNLICHE REGUNG

Doch nicht umsonst wird der Index alternativ als „Konsumlaune“ bezeichnet, denn als verlässlicher Konjunkturindikator taugt er nicht. 2000 zufällig ausgewählte Verbraucher befragt die GfK, die sich zu drei Themen äußern sollen: der Konjunktur-entwicklung, ihrer persönlichen Einkommenserwartung und ihren persönlichen Plänen, in nächster Zeit größere Anschaffungen zu tätigen. Was aus den Antworten spricht, ist eine zutiefst menschliche und vor allem höchstpersönliche Regung: Angst oder Hoffnung. Und der erste Anblick darf nicht täuschen, im Moment überwiegt die Angst. Es ist die Angst um seine eigene Ersparnis. Denn die Konjunkturerwartung der Konsumenten befindet sich seit dem Frühjahr im freien Fall. Hinzu kommt ein abnehmendes Vertrauen in die europäische Währung und in die Sicherheit der Banken. Die Ereignisse von 2008

waren von den meisten deutschen Sparern zwar weit entfernt, doch sie haben zum ersten Mal seit Jahrzehnten klargemacht, wie real ein plötzlicher und vollständiger Vermögensverlust auch hierzulande ist, wenn es anderswo kracht. Und so stehen viele vor einem Dilemma: Nach dem kräftigen Aufschwung der vergangenen zwei Jahre schwillt das Lohnkonto kräftig an, doch attraktive Anlageoptionen sieht kaum noch einer. So tun auf einmal viele, was jahrelang als die undeutscheste aller Regungen galt: Geld ausgeben. Wurde es im jüngsten Aufschwung dem Konsum genannten Sparer noch zum Vorwurf gemacht, zu wenig seines Geldes dem Wirtschaftskreislauf zuzuführen, stehen die Deutschen heute Anschaffungen so offen gegenüber wie keine andere Nation auf dem Kontinent. Schon frohlocken die GfK-Forscher, der Konsum könne zum stabilisierenden Faktor in der Krise werden. Doch der Schein trügt: Im Wort Laune steckt luna, der Mond, dem mancher unterstellt, das Befinden des Menschen sehr plötzlich in die eine oder andere Richtung beeinflussen zu können. Verlassen kann man sich darauf nicht. Denn ausschlaggebend für die Entwicklung des realen Konsums ist letztlich der dritte Indikatorteil, die Erwartung in Bezug auf das eigene Einkommen. Wenn die abnimmt, vergeht die Lust am Konsum so plötzlich, wie sie vorher spross. Das wird der Fall sein, sobald die Arbeitslosenzahl nicht mehr fällt, sondern steigt. Sollte es für die Wirtschaft also richtig eng werden, wird sich der Konsum auch nicht retten.

## NEW ECONOMICS

# Zurück ins Glück

Wenn deutsche Unternehmen ihre Produktion nach Hause verlagern, geschieht das nicht aus Heimatliebe, sondern, um Fehler zu korrigieren.

Als 2006 die Verträge für ein neues Stahlwerk in Brasilien unterzeichnet wurden, feierte ThyssenKrupp das Fünf-Milliarden-Investment als bisher größtes Projekt in der Konzerngeschichte. Fünf Jahre später ist die Laune gekippt: Der Ausflug nach Brasilien hat sich zum teuren Fiasko gewandelt. Die Baukosten haben sich verdoppelt, mehrere Klagen von Anwohnern laufen mit dem Vorwurf der Umweltverschmutzung. Damit steht ThyssenKrupp anscheinend für große Teile der deutschen Wirtschaft, wie der Bayreuther Wirtschaftswissenschaftler Dominik Schultheiß jetzt in einer Studie\* aufzeigt. Denn es sind nicht Heimatliebe oder gute Wachstumsaussichten auf dem deutschen Markt, die Unternehmen zur Rückkehr bewegen, sondern meist eigene Fehler.

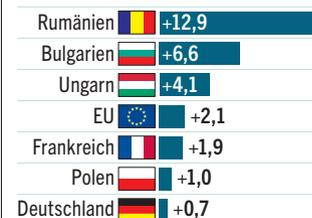
### TEURER AUSFLUG

Schultheiß hat die Gründe von fast 100 Unternehmen seziert, die Deutschland in den vergangenen Jahren den Rücken gekehrt haben und später zurückkehrten. In mehr als 50 Prozent der untersuchten Fälle verlagerten die Unternehmen Aktivitäten nach Deutschland, die im Ausland ursprünglich als zusätzliche Kapazitäten etabliert worden waren. Dass sich die Rahmenbedingungen zugunsten Deutschlands geändert hätten, wurde von den befragten Unternehmen jedoch nur selten als ausschlaggebender Grund für den Rückzug genannt. Viel eher gestanden die Unternehmen

Fehler bei der Planung des Auslandsausfluges ein. Sie hätten die Rahmenbedingungen falsch eingeschätzt und dies erst erkannt, nachdem die Produktion im Ausland angelaufen war, schreibt Schultheiß. Beispielsweise wurden die Kosten unterschätzt, die durch den Betrieb paralleler Produktionsaktivitäten im In- und Ausland entstehen. Als wichtigster Grund (30 Nennungen) wurden für die

### Der Preis der Arbeit

Entwicklung der Lohnstückkosten von 2000 bis 2010 im Vergleich (in Prozent)



Quelle: Eurostat, EU-Kommission

WirtschaftsWoche

Rückverlagerung von den Unternehmen die hohen Transportzeiten genannt, die durch den Auslandsausflug entstanden sind. Mit 23 Nennungen an zweiter Stelle lag das Argument, dass der Produktionsprozess in Deutschland optimiert wurde und somit Faktoren wie höheren Lohnkosten nicht länger eine hohe Bedeutung beigemessen wird. Geld verdient hat kaum einer mit der befristeten Expansion. Schultheiß bilanziert, dass „in der Mehrzahl der Fälle“ durch die Verlagerung ins Ausland sowie die Rückverlagerung nicht mehr Wert geschaffen wurde, als durch eine Fortführung der Aktivitäten im Inland erreicht worden wäre.

johannes bockenheimer | politik@wiwo.de