

07. August 2013, von Michael Schöfer

Das Friede-Freude-Eierkuchen-Spiel

Die von der GfK gemessene Kauflaune und die unkritische Distanz von Journalisten gegenüber den Verlautbarungen der Konsumforscher wurden hier schon öfter thematisiert. Das letzte Mal war es im Mai wieder so weit. [1] Die Süddeutsche hatte sich damals in den Untiefen der Statistik verheddert, weil sie "Vorquartal" mit "Vorjahresquartal" verwechselte. Der Redakteur des Zeitungsartikels hat auch gleich eingeräumt, sich vertan zu haben. Nicht schlimm, kann ja mal passieren, wenngleich sich dadurch die Grundlage seiner Botschaft ins Gegenteil verkehrte.

Aber er muss sich trotzdem über meinen Artikel geärgert haben, denn er rügte in seiner Antwort: "Ob ein solcher Flüchtigkeitsfehler als Aufhänger für einen Blogbeitrag dieser Länge und als Beleg für die vermeintliche Dummheit aller Journalisten taugt, überlasse ich Ihrem eigenen Urteil." Nun, Aufhänger war ursprünglich nicht der Flüchtigkeitsfehler, sondern die Tatsache, dass Journalisten der GfK ständig auf den Leim gehen, obgleich sie es im Grunde besser wissen müssten. Selbstverständlich liegt es mir fern, alle Journalisten als dumm zu bezeichnen. Ich könnte einige nennen, die ich sehr schätze. Zudem sind meine Artikel generell etwas länger, ganz unabhängig vom jeweiligen Thema. Mich kurz zu fassen entspricht eben nicht meinem Naturell. Doch das steht auf einem anderen Blatt.

Kritik sollte zumindest Anlass sein, kurz innezuhalten und nachzudenken, gelegentlich kann das sogar helfen. Dies gilt wohlgerne für beide Seiten. Allerdings las ich bald danach in der Süddeutschen: Die Deutschen "kennen mitten in der schwersten Wirtschaftskrise, die die EU je erlebt hat, nur noch eines: Sie kaufen, kaufen, kaufen. Der sogenannte Konsumklima-Index, mit dem die GfK aus Nürnberg die Kauflaune der Deutschen misst, ist jetzt auf den höchsten Stand seit sechs Jahren gestiegen." [2] Ach, lass die doch, dachte ich zunächst. Warum soll ich immer den gleichen Käse schreiben, die lernen es halt nie.

Stimmt, denn auch die FAZ meldete unlängst: "Kauflaune der Deutschen so stark wie seit sechs Jahren nicht mehr." [3] Die "Verbraucherstimmung" bessere sich angeblich. Die Bundesregierung machte beim Jubilieren ohne zu zögern mit (verständlicherweise, es stehen ja Wahlen vor der Tür): "Von der insgesamt recht optimistischen Verbraucherstimmung profitiert im Juli auch die Anschaffungsneigung. (...) Der private Konsum ist weiter eine verlässliche Stütze der deutschen Konjunktur." [4] Die Tagesschau-Redaktion zerstreute von vornherein jegliche Zweifel an der Qualität der Aussage: "Die GfK-Konsumklimastudie gilt als wichtiger Konjunkturindikator." [5] Na klar, sogar als ungeheuer wichtig. Wer wollte dem noch widersprechen? Niemand, schon gar kein einfacher und bescheidener Blogger im Weingarten des Herrn Gutenberg.

Aber zum Glück gibt es ja noch das Statistische Bundesamt, dessen Zahlen sprechen eine deutliche Sprache: "Einzelhandelsumsatz im Juni 2013 real um 2,8 % niedriger als im Vorjahresmonat", meldeten die Wiesbadener Statistiker. Einzelne Monate geben naturgemäß keine hinreichende Auskunft über einen Trend. Allerdings sind die Einzelhandelsumsätze im ersten Halbjahr 2013 im Vergleich zum ersten Halbjahr 2012 ebenfalls real um 0,1 Prozent gesunken. [6] Das ist schon wesentlich aussagekräftiger. Hier wird abermals deutlich, dass "Kauflaune" und "Anschaffungsneigung" nicht mit tatsächlichem Konsumverhalten gleichzusetzen sind. Oft sinken nämlich trotz steigender Kauflaune die Einzelhandelsumsätze.

Die Deutschen kennen nur noch eines: Sie kaufen, kaufen, kaufen? Sie konsumieren wie noch nie? Das ist falsch, es ist vielmehr genau umgekehrt: Die Deutschen geben weniger

Geld aus. So löst sich - allen anderslautenden Meldungen zum Trotz - der Konsument als verlässliche Stütze der Konjunktur peu à peu auf. Aber nicht in Wohlgefallen. Die Deutschen sind vielleicht wirklich in Kauflaune, haben dafür jedoch nicht genug Geld in der Tasche, was wiederum an stagnierenden respektive sinkenden Einkommen liegt. Wollen und Können sind bekanntlich zwei Paar Stiefel.

- 2010 arbeiteten laut Statistischem Bundesamt 41 Prozent der Beschäftigten in Betrieben ohne Tarifbindung.
- Rund 21 Prozent der Beschäftigten bekamen nur einen Niedriglohn - Tendenz steigend.
- 2011 mussten sich etwa 2,8 Millionen (8,9 %) der insgesamt 31,6 Millionen abhängig Beschäftigten mit einem befristeten Arbeitsvertrag begnügen.
- Die Reallöhne in Deutschland sind vom ersten Quartal 2012 bis zum ersten Quartal 2013 um durchschnittlich 0,1 Prozent gesunken.
- Der Reallohnindex (Veränderung der Verdienste unter Berücksichtigung der Preisentwicklung) lag im vergangenen Jahr 0,4 Punkte unter dem Niveau von vor zehn Jahren.

Die Ursache der Flaute beim Einzelhandel liegt also klar auf der Hand. Aber um die Ursache zu bekämpfen, müsste man unbequeme Entscheidungen treffen, zum Beispiel den gesetzlichen Mindestlohn einführen. Angesichts dessen ist es offenbar leichter Friede-Freude-Eierkuchen zu spielen, auf Optimismus zu machen und die Welt durch die rosarote Brille zu vermitteln. Im Übrigen wäre es äußerst ungewöhnlich, wenn ausgerechnet die überwiegend von Unternehmen getragenen Konsumforscher die Einführung des gesetzlichen Mindestlohns fordern würden. Es bleibt daher bloß die eigentliche Kernfrage zu klären: Warum spielen Journalisten da mit?

[1] siehe Die Untiefen der Statistik vom 25.05.2013

[2] Süddeutsche vom 27.06.2013, online nur noch kostenpflichtig erhältlich

[3] FAZ.Net vom 30.07.2013

[4] Bundesregierung vom 30.07.2013

[5] tagesschau.de vom 30.07.2013

[6] Statistisches Bundesamt, Pressemitteilung Nr. 255 vom 31.07.2013