

TauBlog

Écrasez l'infâme!

Dreiste Lügen in der Neuen Presse Hannover über das Verbraucherverhalten

André Tautenhahn · Friday, August 28th, 2009

Es musste ja so kommen. Gestern meldete sich die GfK mal wieder zu Wort und präsentierte ihren abermals gestiegenen Konsumklimaindex. Und prompt nutzt die Neue Presse Hannover die sich bietende Chance, mal wieder etwas über Kauflust und freudiges Einkaufen in der Krise zu schreiben. Dirk Busche kommentiert in der heutigen Ausgabe und vermischt in manipulierender Art und Weise den Datenmüll der GfK und die Meldung des statistischen Bundesamtes, wonach die Abwrackprämie zu einem Anstieg des privaten Konsums im ersten Halbjahr 2009 führte.

Zunächst einmal zu den Daten. Das [statistische Bundesamt](#) teilte gestern mit, dass der private Konsum infolge gestiegener Verkaufszahlen bei Kraftfahrzeugen im ersten Halbjahr 2009 doch noch mit 0,1 Prozent ins Plus drehte. Ohne die Zahlen der Autohändler stünde da ein Minus von 1 Prozent beim privaten Konsum. Die privaten Haushalte in Deutschland hätten im ersten Halbjahr rund 36 Milliarden Euro für den Kauf neuer Kraftfahrzeuge ausgegeben.

An dieser Stelle möchte ich sie als erstes bitten, einen Taschenrechner zu nehmen und mal nachzurechnen, wie hoch der Mehrwertsteueranteil liegt. Also ich komme bei ausgegebenen 36 Mrd. Euro und einem Mehrwertsteuersatz von 19 Prozent auf 6,84 Mrd. Euro, die die privaten Haushalte mit ihrem Kauf eines neuen PKW in Vorleistung an den Staat überwiesen haben. Und nun schauen sie bitte noch einmal nach, wie hoch die Summe ist, die der Staat im Abwracktopf zur Verfügung gestellt hat und erst ausbezahlt, sobald der Neuwagenkauf vollzogen und das Altfahrzeug verschrottet worden ist. Richtig, 5 Mrd. Euro. Wer jetzt also immer noch behauptet, die Abwrackprämie koste den Steuerzahler viel Geld und treibe die öffentliche Verschuldung in die Höhe, sollte sich in die Ecke stellen und schämen. Volkswirtschaft sechs. Ferdinand Dudenhöffer gehört dazu wie auch die Schmierfinken der Neuen Presse Hannover.

Doch die kommen gar nicht erst darauf, mal die Abwrackgeschichte genau nachzurechnen, um sich zu schämen, laufend dummes Zeug erzählt zu haben. Nein, der feine Herr Busche setzt auf die alte Kaufrausch-Kampagne der Neuen Presse. So bildet die Zeitung im Innenteil ein Foto vom neuen ECE-Center in Hannover ab, mit vielen Menschen darauf – wahrscheinlich ein Bild vom Eröffnungswochenende aus dem Archiv gekramt. Darüber die wirklich dämliche Überschrift.

„Die Lust am Shoppen wächst wieder – Gute Stimmung bei Verbrauchern. Allein 36 Milliarden Euro gaben sie für Autos aus.“

Ich wusste gar nicht, dass man in den zahlreichen Modgeschäften der neuen Shopping-Mall Autos

kaufen kann. Hier wird wieder dermaßen manipuliert und gelogen, dass sich die Balken biegen. Dirk Busche schreibt in seinem Kommentar wahrheitswidrig Folgendes:

„Große Teile der Bevölkerung gingen im ersten Halbjahr so lustvoll shoppen, als gäbe es keine Furcht vor Einkommenseinbußen durch Kurzarbeit oder Entlassung. Statt den Euro dreimal umzudrehen, bevor man ihn über den Ladentisch schiebt, gaben die Verbraucher seit Januar sogar mehr aus – zwar nur 0,1 Prozent, doch Pessimisten unter den Experten hatten erwartet, dass die Konsumausgaben in der Krise deutlich sinken.“

Die Deutschen sind eben nicht lustvoll shoppen gegangen. Die Daten sprechen deutlich dagegen. Zuletzt am 3. August 2009. Da meldete das [statistische Bundesamt](#)...

Im ersten Halbjahr 2009 wurde im deutschen Einzelhandel nominal 2,3 und real 2,1% weniger als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum umgesetzt.

Das ist ein dramatischer Rückgang und trotzdem faselt Busche etwas von „German Angst“ – sie hat ausgedient. Schließlich hätten die Deutschen zum Beispiel nicht weniger, sondern mehr Elektrogeräte gekauft.

„Es wurden 37 Prozent mehr Flachbildfernseher als 2008 erworben, 6,6 Prozent mehr Elektrokleingeräte und 3,6 Prozent mehr große Hausgeräte. Das belegt: „German Angst“ ist weg. Jedenfalls die finanzielle Variante.“

Diese letzte Begründung ist so eine bodenlose Unverschämtheit und eine dreiste Lüge, dafür sollte Herr Busche seinen Presseausweis freiwillig abgeben. Denn diese Daten stammen wohl allesamt aus einem Bericht der [GfK](#) vom 17.08.2009. Selbst wenn man diese Daten ernst nähme, müsste man auch dazu schreiben, dass andere Branchen laut diesem Bericht dramatische Verluste erlitten haben. Aber zunächst einmal hätte der Journalist Busche zur Kenntnis nehmen müssen, dass selbst die GfK zugeben musste, dass die Umsätze zurückgegangen sind.

Der Gesamtmarkt der Elektrogeräte in Deutschland zeigt sich bislang vergleichsweise krisenresistent. Der GfK TEMAX® verbucht für das erste Halbjahr 2009 nur einen geringen Rückgang um 0,2 Prozent auf 19,8 Milliarden Euro, wobei das zweite Quartal etwas schlechter abschneidet. Der Umsatz sank in diesem Zeitraum um 3,8 Prozent auf 9,2 Milliarden Euro. Während die Märkte der Elektroklein- und -großgeräte sowie der In-formationstechnologie im zweiten Quartal noch positive Zuwächse verzeichnen, sind die Verluste in den Bereichen Foto, Office Equipment & Consumables (Bürogeräte und Verbrauchsmaterialien), Telekommunikation und Unterhaltungselektronik größer.

- Elektrogroßgeräte: verlangsamtes Wachstum
- Fotomarkt: Entwicklung der Teilmärkte gespalten

- Office Equipment: fast zweistellige Verluste
- Unterhaltungselektronik: Fußballfreie Zeiten verursachen Minus
- Telekommunikation: Erholung setzt sich nicht fort

Und als Fazit steht da:

Trotz mancher Verluste in den Teilsegmenten verhält sich der Markt der Elektrogeräte auch in der Krise insgesamt robust. Der GfK TEMAX® zeigt, dass der Vergleich mit den guten Vorjahres-ergebnissen und der anhaltende Preisrückgang die Umsätze mindern. Eine generelle oder krisenbedingte Zurückhaltung der Konsumenten ist bei der Anschaffung von Elektrogeräten bisher nicht zu spüren.

Lesen sie bitte genau. Umsätze sind zurückgegangen! In den einzelnen Abschnitten werden deflationäre Mechanismen beschrieben, aber im Fazit schreiben die Klimaexperten von einem robusten Markt. Angesichts dieser Energie, die Menschen in diesem Lande an der Nase herumzuführen und so zu tun, als sei die Krise schon vorbei, bevor sie richtig spürbar geworden ist, zeugt von einem kriminellen Willen, die Öffentlichkeit bewusst zu täuschen und zu manipulieren. Es bleibt die Frage, wie lange die Menschen sich das noch gefallen lassen.

This entry was posted on Friday, August 28th, 2009 at 3:02 pm and is filed under [Medienkritik](#), [Nachrichten](#)

You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. Both comments and pings are currently closed.