

TauBlog

Écrasez l'infâme!

Wie es gerade passt – Zu den Einzelhandelsumsätzen

André Tautenhahn · Thursday, March 31st, 2011

Das statistische Bundesamt betreibt mal wieder Irreführung. Heute gab es die Meldung, dass die Einzelhandelsumsätze im Monat Februar um 1,1 Prozent gestiegen seien. Schaut man in der Pressemitteilung etwas genauer nach, wird deutlich, dass der Vergleich nicht etwa zum Vormonat, wie sonst üblich, sondern zum Vorjahresmonat gezogen wird. Der Grund liegt auf der Hand. Im Vergleich zum Vorjahr steigen die Umsätze, im Vergleich zum Januar sinken sie.

Die deutschen Einzelhandelsunternehmen setzten im Februar 2011 nach vorläufigen Ergebnissen des Statistischen Bundesamtes (Destatis) nominal 3,0% und real 1,1% mehr um als im Februar 2010. Beide Monate hatten jeweils 24 Verkaufstage. Im Vergleich zum Januar 2011 ist der Umsatz im Februar 2011 unter Berücksichtigung von Saison- und Kalendereffekten (Verfahren Zensus X-12-ARIMA) nominal um 0,8% gestiegen und real um 0,3% gesunken.

Quelle: [destatis](#)

Die jeweils positiveren Zahlen bestimmen dann auch die Überschrift. Allerdings setzt sich das Verwirrspiel in den Schlagzeilen der Medien fort.

„Umsatz im Einzelhandel steigt“

Der deutsche Einzelhandel setzt seinen Aufwärtstrend fort, das Tempo hat aber nachgelassen.

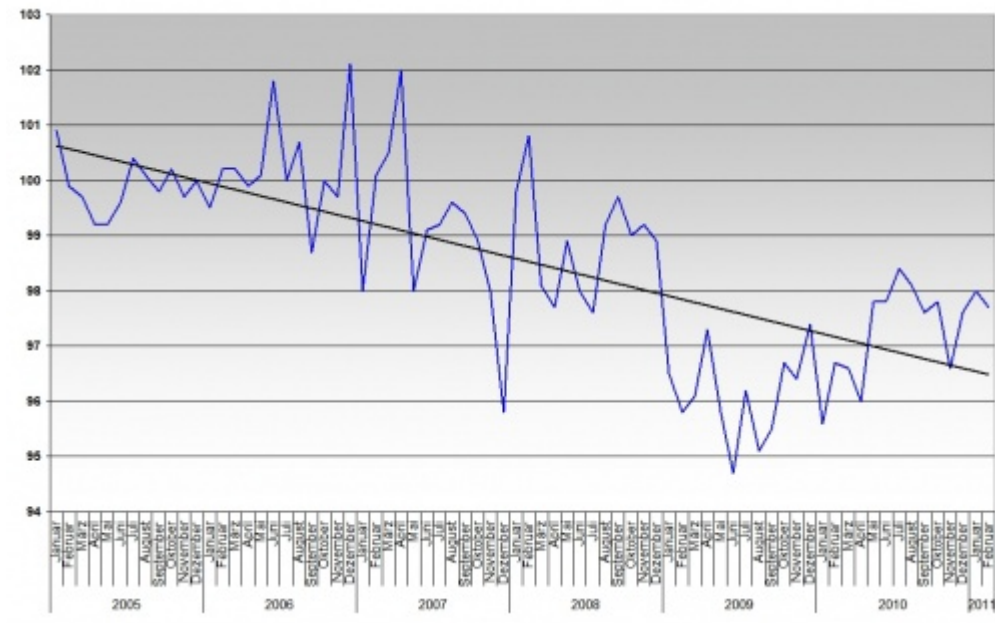
Quelle: [Handelsblatt](#)

„Umsatz im Einzelhandel überraschend gesunken“

Der deutsche Einzelhandel setzt seinen Aufwärtstrend fort, das Tempo hat aber nachgelassen.

Quelle: [Rhein-Neckar-Zeitung](#)

Was ist nun richtig? Wie immer hilft ein Blick auf die grafische Umsetzung der statistischen Daten. Über einen längeren Zeitraum betrachtet, erkennt man eine stetige Abnahme der Umsätze im Einzelhandel. Selbst die leichte Erholungsphase im Jahr 2010, die nach dem tiefen Einbruch in 2009 stattfand, ist bereits einer Stagnation gewichen. Ein Konsumboom oder eine Kaufrauschorgie sehen anders aus.



Das scheint inzwischen auch die Propaganda-Abteilung der Bundesregierung für den privaten Konsum, die GfK (Gesellschaft für Konsumforschung) begriffen zu haben.

Die Stimmung der deutschen Verbraucher kann ihr überaus hohes Niveau im März dieses Jahres nicht weiter verbessern. Sowohl Konjunktur- und Einkommenserwartung wie auch die Anschaffungsneigung müssen Einbußen hinnehmen. Der Gesamtindikator prognostiziert nach 6 Punkten im März für April einen Wert von 5,9 Punkten.

Quelle: GfK

Allerdings scheinen die Gründe für den überrschenden Pessimismus der GfK sehr weit hergeholt zu sein.

Ein zuletzt unsicherer gewordenes internationales Umfeld sowie wachsende Inflationsängste haben im März dafür gesorgt, dass die Verbraucherstimmung leicht an Wert verloren hat. Diese Faktoren haben damit die nach wie vor günstigen Rahmenbedingungen für die Verbraucher, wie steigende Beschäftigung und Einkommen, überlagert. Dennoch bleibt das Niveau der Konsumstimmung weiterhin recht hoch. Mögliche Effekte der Natur- und Umweltkatastrophe in Japan können noch nicht berücksichtigt werden, da zum Zeitpunkt des verheerenden Erdbebens und seiner Folgen die Befragung bereits abgeschlossen war.

Warum sollten Gaddafi oder Fukushima Auswirkungen auf die Kaufneigung der Deutschen haben? Liegt es nicht viel näher, die nach wie vor schlechte Einkommenssituation der Arbeitnehmer sowie die zunehmend prekären Beschäftigungsverhältnisse als Begründung für die Kaufzurückhaltung heranzuziehen? Was ist mit der Altersarmut, der Jugend- und Langzeitarbeitslosigkeit? Stattdessen Inflationsängste. Nein, es geht doch vielmehr um Existenzängste.

This entry was posted on Thursday, March 31st, 2011 at 8:46 pm and is filed under [Nachrichten](#), [Wirtschaft](#)

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