

Gute Konsumentenstimmung



Fritz Elmer, Stellvertretender Direktor, Clientis Sparkasse Horgen

Der Aufschwung beginnt bekanntlich im Kopf. Wenn die Konsumenten positiv gestimmt sind, werden sie kaufen, und eine negative Stimmung schlägt auf die Binnenwirtschaft durch. Wobei die Binnenwirtschaft auch in einem Exportland wie der Schweiz ins Gewicht fällt.

Die Januarzahlen des Staatssekretariats für Wirtschaft (Seco), sind deshalb erfreulich. Tatsächlich hat der Index erstmals seit Mitte 2008 wieder den langjährigen Durchschnitt übertraffen (vgl. Grafik). Das ist ein recht verlässliches Zeichen für die Erholung der Wirtschaft.

Gemäss der Umfrage erwarten die Schweizerinnen und Schweizer in

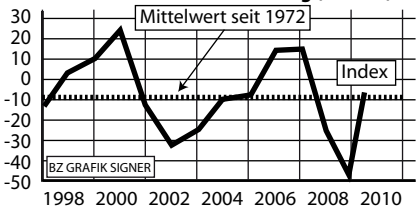
den kommenden Monaten einen günstigen Verlauf der Arbeitslosigkeit. Das ist der Lohn dafür, dass mittels Kurzarbeit und anderen Massnahmen bisher verhindert wurde, dass zu viele Stellen verloren gingen.

In diesem Punkt unterscheidet sich Europa von den USA. Dort entlassen die Unternehmen bei Krisen regelmässig mehr Arbeitnehmer als auf dem alten Kontinent, weil der Arbeitsmarkt flexibler ist. Darum steigt die Arbeitslosigkeit in den USA bei Einbrüchen regelmässig stärker an. Dafür erholen sich die Unternehmen schneller.

Ängste weckt das Szenario „Wachstum ohne neue Arbeitsplätze“. Dieses Schreckgespenst mit leeren Staatskassen und sozialer Unrast bedroht die USA stärker als Europa. Auch unter diesem Aspekt ist die bessere Konsumentenstimmung in der Schweiz erfreulich.

Optimistische Konsumenten

Index der Konsumentenstimmung (Punkte)



Clientis Sparkasse Horgen
www.skh.clientis.ch