



Feiern Börsianer und Verbraucher?

Der 28. März war der letzte Dienstag im Monat. Für Börsianer bedeutet das: Es ist Konsumenten-Vertrauen-Tag. Seit 1985 veröffentlicht das unabhängige Forschungsinstitut „The Conference Board“ jeweils am letzten Dienstag im Monat um 10 Uhr Ortszeit den „USConsumer Confidence Index (CCI)“. Und der CCI hat das Zeug dazu, die Börsen zu bewegen. So auch diesmal.

Hinter der dürren Zahl von 125,6 Punkten verbarg sich eine handfeste Überraschung. Nicht nur, dass der Index gegenüber dem Vormonat um satte 9,5 Punkte zulegte – der Wert übertraf auch bei weitem die Erwartungen der Analysten, die mit rund 114 Punkten gerechnet hatten. Die Aktienmärkte brauchten nur ein paar Minuten, um auf diese Daten mit einem deutlichen Kursaufschwung zu reagieren, der den DAX auf neue Jahreshöchststände hievte, nachdem in den Tagen zuvor die Anleger noch eher zittrig unterwegs waren.

Die positive Reaktion liegt nicht zuletzt an der Frühindikator-Funktion des CCI für die wirtschaftliche Entwicklung in den Vereinigten Staaten. Zu seiner Berechnung werden 5.000 repräsentativ ausgewählte Konsumenten zu ihren Konsumplanungen, insbesondere der Anschaffungsneigung langlebiger Konsumgüter, befragt. Das Verbrauchervertrauen gilt deswegen als zentraler Indikator der US-Konjunktur, weil die Konsumausgaben etwa zwei Drittel der US-Wirtschaftsleistung ausmachen. Die Stimmung der Verbraucher sei nun auf dem höchsten Stand seit Dezember 2000, erklärte die Herausgeberin der Umfrage, Lynn Franco. Das schlage sich auch in den besseren Zukunftserwartungen nieder. So weit ist die

Sache klar. Bedeutet die Entwicklung nun aber, dass nicht nur die Konsumenten Grund zur Freude haben, sondern auch die Börsianer?

Das ist nicht ganz so einfach. Ein Blick auf die letzten 30 Jahre der Beziehung zwischen dem CCI und dem Aktienmarkt in den USA zeigt einen über weite Strecken parallelen Verlauf der beiden Indizes. In den 90er-Jahren stiegen Aktienmarkt und Verbrauchervertrauen deutlich an. Doch im Jahr 2001, auf dem Höhepunkt der Technologieblase, erreichte auch der CCI seinen absoluten Höchstwert bei 145 Punkten. Einen Hinweis auf den katastrophalen Absturz des Aktienmarktes konnten die Börsianer demnach aus der Entwicklung des Verbrauchervertrauens nicht ablesen.

Etwas anders stellte sich die Sachlage zu Beginn der Finanzkrise dar, als das Verbrauchervertrauen kurz vor dem Höhepunkt des Aktienmarktes bereits seine Abwärtsbewegung einleitete. Die jüngste Bewegung scheint eng mit der Wahl Donald Trumps verknüpft zu sein. Denn noch im Oktober vergangenen Jahres notierte der Wert des CCI bei rund 100 Punkten; der Anstieg seit der Wahl Trumps ist also spektakulär. Gleichzeitig legte auch der US-Aktienmarkt bereits um mehr als zehn Prozent zu.

Die Spaltung des Landes, wie sie sich bei der Wahl des Präsidenten zeigte, spiegelt sich auch in den Umfrageergebnissen für das Verbrauchervertrauen wider. Republikanische Konsumenten bewerten ihre Lage und die wirtschaftlichen Aussichten dramatisch besser als Anhänger der Demokraten oder politisch unabhängige Verbraucher. Auch das „Conference Board“ als Initiator dieser allseits beachteten Umfrage muss sich wohl darauf einstellen, dass Umfrageergebnisse heutzutage Besonderheiten aufweisen, die ihre Aussagekraft beeinflussen können. Für die Börsianer gilt das natürlich ebenso.