

Auch eine verschärfte Euro-Schuldenkrise kann den deutschen Verbrauchern die Konsumlaune nicht verderben. Zu diesem Ergebnis kommt die GfK in ihrer aktuellen Konsumklimastudie. „Eine sinkende Sparneigung sowie steigende Beschäftigung und Einkommen geben dem Konsumklima Rückenwind“, so, oder so ähnlich ist die augenblickliche [Berichterstattung](#). Es gibt also mal wieder eine Kampagne, um den deutschen Konsum nach oben zu schreiben. Das Schaubild zum realen saisonbereinigten Einzelhandel von der Deutschen Bundesbank liefert ein ganz anderes Bild als es die Pulsfühler aus Nürnberg vorgaukeln. Im Oktober hat der Umsatz im Einzelhandel immer noch nicht die Marke von 100 erreicht, von der er 1998 gestartet war... Sehen Sie das Schaubild:

