

Dr. Gertrud R. Traud  
Chefvolkswirtin/ Head of  
Research & Advisory  
Tel. 069/91 32-20 24

## Andere Zeiten

Gewohnheiten ändern sich. Üblicherweise dauert es jedoch eine Weile, bis aus einer neuen Entwicklung Normalität wird. Während im Frühjahr letzten Jahres Menschen mit einem Mund-Nasen-Schutz noch beäugt wurden, hat sich das mittlerweile vollkommen gedreht. An vielen Orten sind diejenigen ohne Mund-Nasen-Schutz die Außenseiter bzw. gar nicht mehr zugelassen.

Auch in anderen Bereichen sind solche Veränderungen von Präferenzen zu beobachten: Viele Jahre lang war ein Großteil der Autos schwarz oder dunkelgrau; umgekehrt favorisierten die meisten Menschen für das Haus innen und außen weiß, insbesondere bei Küchen. Wenn ich das heutige Straßenbild anschau, fällt mir auf, dass die Anzahl der weißen PKW zunimmt. Umgekehrt verhält es sich bei den Küchen: In den Ausstellungsräumen der Küchenstudios werden vermehrt dunkelgraue und schwarze Fronten in Szene gesetzt.

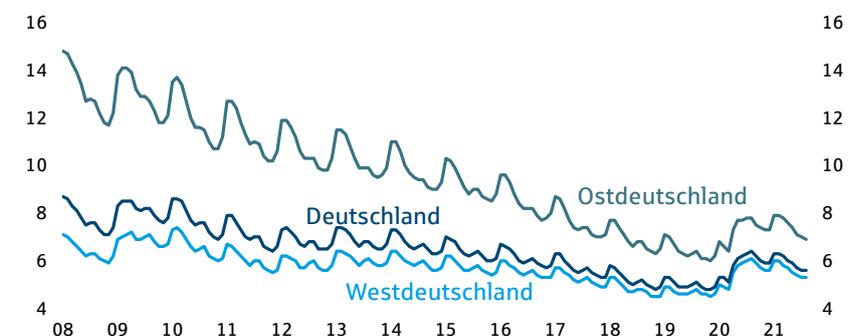
Ähnliche Verhaltensweisen sind auch in der Wirtschaftspolitik und derzeit im Wahlkampf zu beobachten: Es gab einmal Zeiten, in denen Effizienz, Wettbewerbsfähigkeit, Schuldenbremsen, Lieferkettenoptimierung und niedrige Inflationsraten als erstrebenswert galten. Davon hört man kaum noch etwas.

Zuletzt sind die Inflationsraten in vielen Ländern gestiegen, in Deutschland haben wir im August fast die Marke von 4 % erreicht. Die meisten argumentieren noch, dass dies ein temporäres Phänomen sei, haben wir doch in den letzten 40 Jahren im Trend fallende Inflationsraten gesehen. Nun wird dies extrapoliert und nicht erkannt, dass sich die Zeiten geändert haben. Aber gerade die Notenbanken leiten die neue Welt ein, in dem sie mit Nachdruck darauf verweisen, dass es eine gewisse Höhe von Inflation geben „müsse“. Manche der derzeit inflationstreibenden Faktoren sind tatsächlich temporär, wie der Mehrwertsteuereffekt. Aber ob eine steigende CO<sub>2</sub>-Steuer temporär ist, wage ich zu bezweifeln. Und schließlich wird argumentiert, dass die Lohnpreisspirale noch nicht in Gang gekommen sei. Ja, das stimmt. Aber bleibt das so?

Die jüngsten Forderungen der Gewerkschaften fallen schon deutlich höher aus als früher. Dies überrascht nicht, denn die reale Kaufkraft ist bei den aktuellen Inflationsraten deutlich geschmälert. Doch dieses Argument allein wird voraussichtlich nicht die Lohnentwicklung in der Zukunft bestimmen. Vielmehr sind es die demographischen Rahmenbedingungen, die die Verhandlungsmacht der Arbeitnehmer stärken werden. Jüngst wurde gemeldet, dass

### Arbeitslosenquoten schon wieder relativ niedrig

Arbeitslose in % aller zivilen Erwerbspersonen



Quellen: Bundesagentur für Arbeit, Helaba Research & Advisory

die Zahl der neuen Auszubildenden so niedrig sei wie nie zuvor. Corona mag dabei eine Rolle gespielt haben. Aber sowohl die Änderung der Präferenzen der Jungen hin zum Studium als auch die insgesamt abnehmende Zahl der jungen Leute macht sie zu einem „knappen Gut“. Der Chef der Bundesagentur für Arbeit Detlef Scheele warnte bereits, dass Deutschland demografiebedingt allmählich die Arbeitskräfte ausgingen.

Das gilt nicht nur für die Ausbildung, sondern über viele Branchen hinweg. Der Mangel an Fachkräften wird zum größten Problem für die Unternehmen. Gerade die stark von den Corona-Einschränkungen betroffenen Gastronomiebetriebe könnten sich eigentlich darüber freuen, dass sie wieder geöffnet sein dürfen. Manch einer kann das jedoch nicht mehr realisieren, da sich viele seiner früheren Mitarbeiter mittlerweile Jobs in anderen Branchen gesucht haben. Der Aufschwung ist da und die Arbeitslosenzahlen fallen wieder. Bereits vor der Corona-Krise herrschte in vielen Regionen Deutschlands Vollbeschäftigung. Dieser Trend wurde von Corona nur kurzfristig unterbrochen.

So wie an schwarze Küchen und weiße Autos sollten wir uns auf niedrigere Arbeitslosenzahlen und höhere Inflationsraten einstellen – mit all ihren Konsequenzen.



Hier können Sie sich für unsere Newsletter anmelden:

<https://news.helaba.de/research/>

## Herausgeber und Redaktion

Helaba Research & Advisory

Redaktion:

Dr. Stefan Mitropoulos

Verantwortlich:

Dr. Gertrud R. Traud

Chefvolkswirtin /

Head of Research & Advisory

Neue Mainzer Str. 52-58

60311 Frankfurt am Main

Tel. 069/91 32-20 24

Internet: <http://www.helaba.de>

## Disclaimer

Die Publikation ist mit größter Sorgfalt bearbeitet worden. Sie enthält jedoch lediglich unverbindliche Analysen und Prognosen zu den gegenwärtigen und zukünftigen Marktverhältnissen. Die Angaben beruhen auf Quellen, die wir für zuverlässig halten, für deren Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität wir aber keine Gewähr übernehmen können. Sämtliche in dieser Publikation getroffenen Angaben dienen der Information. Sie dürfen nicht als Angebot oder Empfehlung für Anlageentscheidungen verstanden werden.