Konsumklima setzt Aufwärtstrend fort

Laut der aktuellen GfK-Konsumklimastudie stieg nach kurzer Verschnaufpause im Vormonat die Konsumstimmung im Januar 2011 wieder.

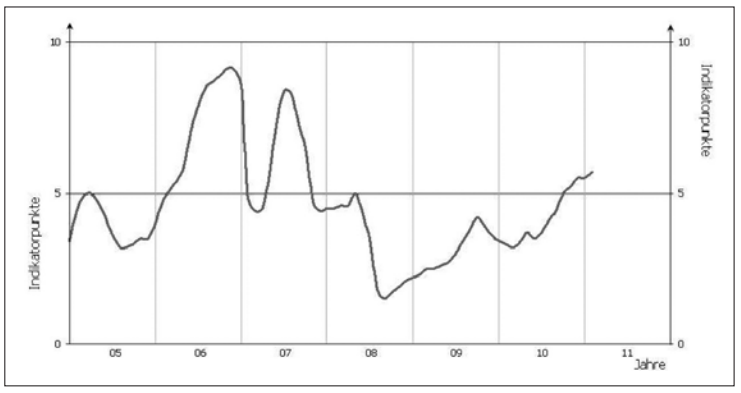
Vor allem die Anschaffungsneigung sorgte im Januar dafür, dass das Konsumklima seinen Aufwärtstrend nach einer kurzen Unterbrechung wieder aufnehmen kann. Vor allem die erfreulichen Aussichten für den Arbeitsmarkt sind dafür verantwortlich, dass die Konjunkturerwartung zu Beginn dieses Jahres ihr hohes Niveau halten kann. Die Einkommenserwartungen der Verbraucher zeigen zwar aktuell leichte Verluste, aber der nach wie vor gute Indikatorwert deutet auf wieder stärkere Einkommenszuwächse hin.

Konjunkturerwartung: sehr hohes Niveau bestätigt

Auch zu Jahresbeginn behalten die deutschen Konsumenten ihren ausgeprägten Konjunkturoptimismus. Die Konjunkturerwartung bleibt im Vergleich zum Vormonat unverändert bei 58,8 Punkten. Die dynamische Entwicklung des Indikators zeigt sich vor allem im Jahresvergleich. Gegenüber Januar 2010 verzeichnet er ein Plus von gut 57 Punkten.

Die Verbraucher erwarten weiterhin eine deutlich positive Entwicklung der deutschen Wirtschaftskraft, wenn sich auch die Dynamik in den kommenden Monaten nicht mehr beschleunigen dürfte. Die vor Kurzem vom Statistischen Bundesamt veröffentlichten Zahlen für das Bruttoinlandsprodukt 2010 belegen eindrucksvoll, dass Deutschland die Krise im vergangenen Jahr überraschend schnell hinter sich gelassen hat. Ein reales Wachstum von 3,6 Prozent ist das höchste seit der Wiedervereinigung. Auch die deutschen Unternehmen teilen laut ifo-Institut diese positive Einschätzung.

Ein weiterer Grund für den Konjunkturoptimismus ist die Arbeitsmarktentwicklung. Der gegenwärtig stattfindende Beschäftigungsaufbau wird im Laufe des Jahres für einen weiteren Rückgang der Arbeitslosigkeit sorgen.



GfK-Indikator Konsumklima (Stand: Januar 2011)

Einkommenserwartung: leichte Einbußen

Die Einkommenserwartung muss im Januar zum zweiten Mal in Folge Einbußen hinnehmen. Mit einem Minus von 2,6 Punkten fallen diese jedoch vergleichsweise bescheiden aus. Mit einem aktuellen Wert von 37,7 Punkten liegt der Indikator immer noch auf einem sehr guten Niveau. Im Vergleich zum Januar 2010 verbucht er ein Plus von gut 25 Zählern.

Nach wie vor setzen die Konsumenten hohe Erwartungen in ihre künftige Einkommensentwicklung. So hoffen vor allem die Beschäftigten, dass sich die Löhne und Gehälter in diesem Jahr wieder stärker erhöhen als zuletzt. Zudem werden viele der vereinbarten Lohn- und Gehaltserhöhungen in diesem Jahr um zwei Monate vorverlegt.

Der leichte Rückgang des Indikators ist vermutlich auf die zuletzt wieder gestiegenen Preiserwartungen zurückzuführen.

ANZEIGE

	Januar 2011	Dezember 2010	Januar 2010
Konjunkturerwartung	58,8	58,8	1,5
Einkommenserwartung	37,7	40,3	12,5
Anschaffungsneigung	41,8	33,8	25,4
Konsumklima	5,5	5,5	3,4

Denn zuletzt haben vor allem die Energie- und Lebensmittelpreise angezogen.

Anschaffungsneigung: gutes Niveau noch verbessert

Die Anschaffungsneigung kann das Minus aus dem Vormonat im Januar mehr als kompensieren. Der Indikator legt um 8 Punkte zu und weist nun mit 41,8 Zählern den höchsten Stand seit Dezember 2006 auf. Damit zeigt der Trend der Konsumneigung zu Jahresbeginn wieder deutlich nach oben. Die anhaltende Belebung auf dem Arbeitsmarkt und die damit einhergehende schwindende Angst vor Jobverlust stimuliert die Kauflaune der Konsumenten.

Konsumklima: wieder im Aufwärtstrend

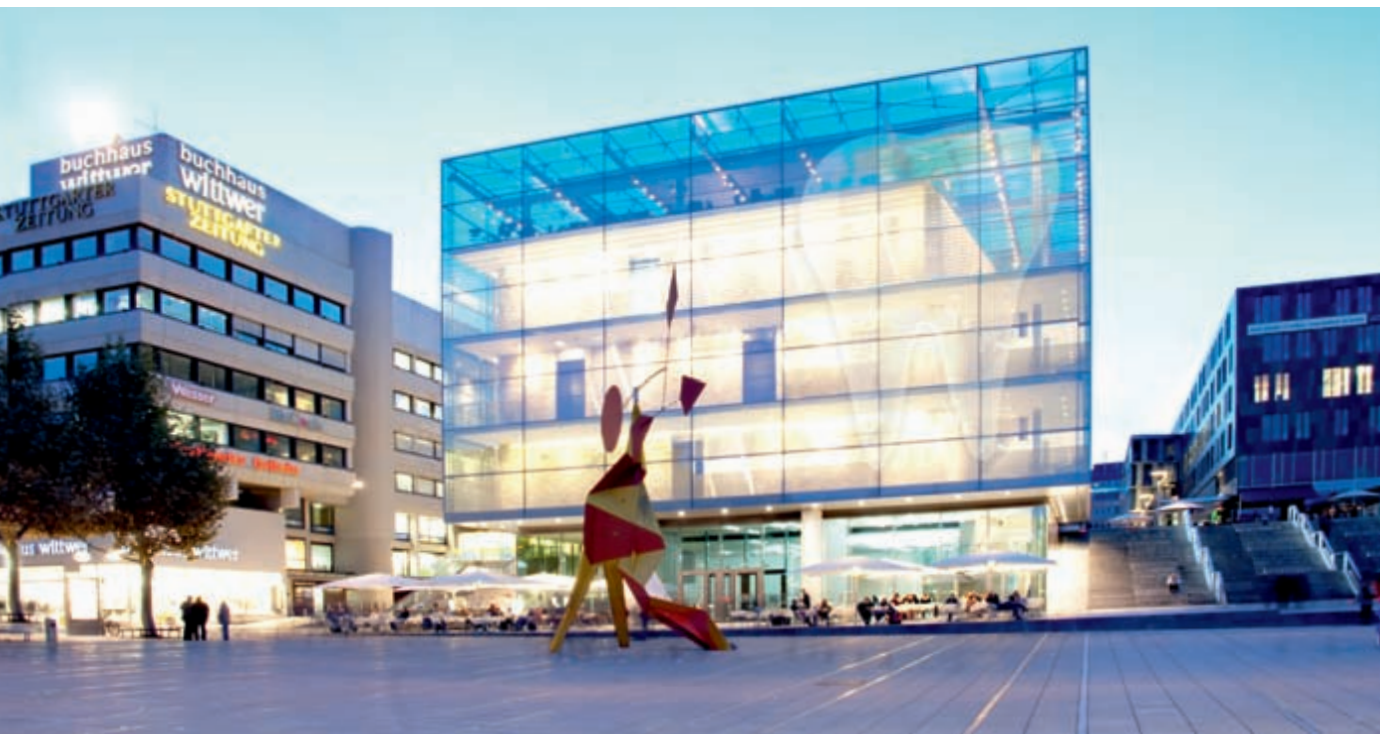
Der Gesamtindikator prognostiziert für Februar 2011 einen Wert von 5,7 Punkten nach revidiert 5,5 Zählern im Januar. Damit zieht das Konsumklima wieder an. Die Binnennachfrage, und hier insbesondere der Konsum, wird damit zu einem zunehmend wichtigeren Faktor der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung. Die Konjunktur in Deutschland erhält neben dem Export ein starkes zweites Standbein und ist damit nicht ausschließlich von Erfolg oder Misserfolg der Ausfuhren abhängig. Deutschlands weitere wirtschaftliche Entwicklung steht auf einem breiteren Fundament und hat dadamit die Chancen auf eine nachhaltig positive wirtschaftliche Entwicklung spürbar verbessert. Die Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Januar im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr. Das Chart zeigt die Entwicklung des Konsumklimaindikators im Verlauf der letzten Jahre.

Zur Studie

Die Ergebnisse sind ein Auszug aus der Studie „GfK-Konsumklima MAXX“ und basieren auf monatlich rund 2.000 Verbraucherinterviews, die im Auftrag der EU-Kommission durchgeführt werden. In diesem Report werden die Indikatoren grafisch aufbereitet, prognostiziert und ausführlich kommentiert. Darüber hinaus finden sich darin auch Informationen über die Ausgabevorhaben der Verbraucher für 20 Bereiche der Gebrauchsgüter-, Verbrauchsgüter- und Dienstleistungsmärkte. Die GfK-Konsumklimastudie wird seit 1980 erhoben. ZT

Quelle: GfK SE, Corporate Communications

ANZEIGE



2. CAMLOG ZAHNTECHNIK-KONGRESS

FASZINATION IMPLANTATPROTHETIK

9. APRIL 2011, STUTTGART LIEDERHALLE

Referenten:
Dr. Karl-Ludwig Ackermann, Filderstadt
Hans-Joachim Bock, Baden-Baden
Christian Hannker, Hüde
Andreas Kunz, Berlin
Friedrich Linder, Wimsheim
Hans-Joachim Lotz, Weikersheim
Hardi Mink, Fellbach
Klaus Müterthies, Gütersloh
Andreas Nolte, Münster
Stefan Picha, Fürth
MSc. Dipl. Ing. (FH) Bogna Stawarczyk, Zürich
Josef Schweiger, München
Sascha Wethlow, Wimsheim

Moderatoren:
Gerhard Neuendorff, Filderstadt
Siegbert Witkowski, Freiburg

CAMLOG steht für anwenderfreundliche Produkte, erstklassige Serviceleistungen, partnerschaftliche Kundenbeziehungen, ein faires Preis-Leistungs-Verhältnis – und einzigartige Events.

Nach dem großen Erfolg des 1. CAMLOG Zahntechnik-Kongresses im Jahr 2009 präsentieren wir Ihnen am 9. April 2011 in der Stuttgarter Liederhalle erneut ein anspruchsvolles Programm und hochkarätige Referenten. Lassen Sie sich von der FASZINATION IMPLANTATPROTHETIK begeistern!

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:
CAMLOG Vertriebs GmbH
Katja Steiper, Veranstaltungsorganisation
Maybachstraße 5, 71299 Wimsheim
Telefon 07044 9445-603
Telefax 07044 9445-11603
katja.steiper@camlog.com

www.faszination-implantatprothetik.de

In Kooperation mit:
tw media
THE DENTAL PUBLISHERS

camlog