Stabiles Konsumklima Ende 2011

ZT Fortsetzung von Seite 1

Folge Verluste hinnehmen musste, legte er im Dezember um gut 6 Punkte zu. Mit –0,9 Zählern hatte er sich damit wieder seinem langjährigen Durchschnittswert von 0 Punkten angenähert. Damit trotzte der Konjunkturindikator den zunehmenden Rezessionsängsten sowie der jüngsten Verschärfung der Schuldenkrise im Euro-Raum. Die Verbraucher nahmen offensichtlich die nach wie vor sehr guten konjunkturellen Rahmenbedingungen stärker wahr als in den vergangenen Monaten. Der Arbeitsmarkt zeigte sich überaus robust und verzeichnete weiter rückläufige Arbeitslosenzahlen. Die meisten deutschen Unternehmen waren überdurchschnittlich gut ausgelastet. Ob dieser Trend anhalten kann, bleibt jedoch abzuwarten. Die europäische Schuldenkrise dürfte für die deutsche Exportwirtschaft zunehmend zu einem Problem werden, wenn eine Reihe von Staaten aufgrund des Konsolidierungszwangs ihrer öffentlichen Haushalte ihre Importe verringern. Damit wären auch die deutschen Exportaussichten betroffen. Dies machte sich bereits in den Wachstumsprognosen für 2012 bemerkbar. Nach der aktuellen Prognose der Deutschen Bundesbank soll das Bruttoinlandsprodukt in diesem Jahr real nur noch um 0,6 Prozent zulegen.

Einkommenserwartung: auf hohem Niveau zugelegt

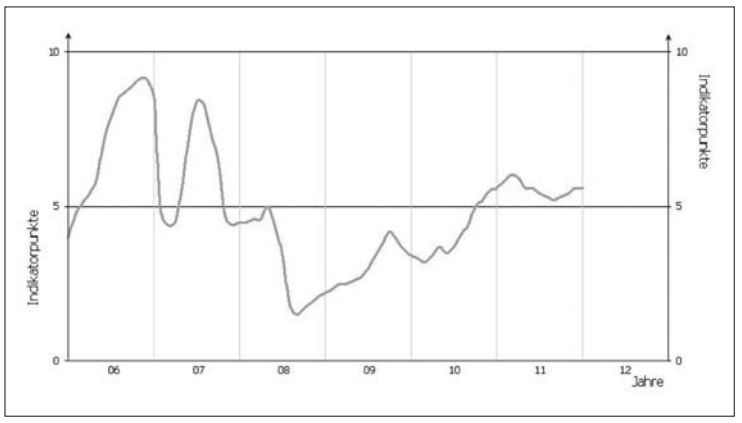
Die gestiegene Konjunkturerwartung dürfte ein wichtiger Grund dafür sein, dass die Einkommenserwartung im Dezember zugelegt hat. Im Dezember betrug das Plus 2,9 Punkte. Der Indikator verzeichnete einen Wert von 34,0 Punkten und bestätigte damit eindrucksvoll sein hohes Niveau. Wesentliche Einflussgröße für die Einkommensaussichten der Verbraucher sind die Beschäftigungsaussichten. Und hier sind die Nachrichten überaus erfreulich. Der Umfang der Erwerbstätigkeit steigt stetig, dementsprechend verringert sich die Arbeitslosigkeit. Dies hat positive Wirkung auf die Entwicklung der Tarifeinkommen, die zuletzt stärker gestiegen sind als in den vergangenen Jahren. Aufgrund der Tatsache, dass sich der Arbeitsmarkt auch in 2012 günstig entwickeln dürfte, sind auch die Erwartungen der Haushalte an eine bessere Einkommensentwicklung hoch.

Konjunkturerwartung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Was glauben Sie, wie wird sich die allgemeine wirtschaftliche Lage in den kommenden zwölf Monaten entwickeln?“ (verbessern – gleichbleiben – verschlechtern)
Einkommenserwartung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Wie wird sich Ihrer Ansicht nach die finanzielle Lage Ihres Haushalts in den kommenden zwölf Monaten entwickeln?“ (verbessern – gleichbleiben – verschlechtern)
Anschaffungsneigung	Diesem Indikator liegt folgende Frage an die Verbraucher zugrunde: „Glauben Sie, dass es zurzeit ratsam ist, größere Anschaffungen zu tätigen?“ (Der Augenblick ist günstig – weder günstig noch ungünstig – ungünstig)
Konsumklima	Dieser Indikator soll die Entwicklung des privaten Verbrauchs erklären. Seine wesentlichen Einflussfaktoren sind die Einkommenserwartung, die Anschaffungs- und die Sparneigung. Die Konjunkturerwartung wirkt eher indirekt über die Einkommenserwartung auf das Konsumklima.

Anschaffungsneigung: Kauflust erhält Dämpfer

Von den gestiegenen Konjunktur- und Einkommensaussichten konnte im Dezember 2011 die Anschaffungsneigung nicht profitieren. Der Indikator verzeichnete ein deutliches Minus von 12,9 Punkten. Damit wurden die Zugewinne aus dem Vormonat in Höhe von gut 9 Zählern mehr als kompensiert. Im Dezember wies die Konsumneigung einen Wert von 27,4 Punkten auf und lag damit noch immer auf einem vergleichsweise hohen Niveau.
Trotz des Dämpfers war die Kauflust der deutschen Konsumenten noch immer stark ausgeprägt. Vor dem Hintergrund der verschärften Finanzkrise tendieren die Verbraucher weiterhin dazu, eher werthaltige Anschaffungen zu tätigen als ihre finanziellen Mittel gegen historisch niedrige Zinsen auf die hohe Kante zu legen.

	Dezember 2011	November 2011	Dezember 2010
Konjunkturerwartung	–0,9	7,2	58,8
Einkommenserwartung	34,0	31,1	40,3
Anschaffungsneigung	27,4	40,3	33,8
Konsumklima	5,6	5,4	5,5



GfK-Indikator Konsumklima (Stand: Dezember 2011). *Quelle: GfK*

Konsumklima: stabile Entwicklung

Der Gesamtindikator prognostiziert für Januar 2012 einen Wert von 5,6 Punkten nach ebenfalls 5,6 Zählern im Dezember 2011. Das Konsumklima startet damit stabil in das neue Jahr 2012.
Der private Konsum wird damit seiner Rolle als wichtige Stütze der Konjunktur gerecht. Dies dürfte gerade mit Blick auf 2012 von großer Bedeutung sein. Nach den bislang vorliegenden Prognosen wird der Aufschwung 2012 spürbar an Dynamik verlieren. Der wesentliche Grund hierfür ist die deutlich schwächere Entwicklung der Exporte, da sich die Weltwirtschaft abkühlen wird und in einigen wichtigen europäischen Abnehmerländern sogar eine Rezession droht.
Somit dürfte dem privaten Konsum die wichtige Rolle zukommen, auch für Deutschland eine Rezession zu vermeiden. Damit der Konsum seine ihm zugedachte Funktion als Konjunkturstütze auch erfüllen kann, ist es unabdingbar, dass die Bürger wieder Vertrauen in die politischen Entscheidungsträger gewinnen, die die Krise entschlossen angehen und einer nachhaltigen Lösung zuführen müssen.
Die Tabelle zeigt die Entwicklung der einzelnen Indikatoren im Dezember 2011 im Vergleich zum Vormonat und Vorjahr. ZT

Quelle. GfK

„Gesund + Regional = Genial“

PR-Expertin Dr. Karin Uphoff zeigte beim KpZ-Infotag in Köln, worauf Patienten Wert legen.

„Der Patient von heute kennt sich besser aus und stellt höhere Ansprüche denn je“, so die PR-Expertin und Leiterin der Pressestelle Marburg des Kuratoriums perfekter Zahnersatz (KpZ) Dr. Karin Uphoff. In ihrem Vortrag „Wertewandel trifft Megatrend: Gesundheit ist Thema!“ zeigte sie am 16. November in der Universität Köln, wohin die Reise beim Thema Gesundheit geht.
„Patienten von heute sind Manager der eigenen Gesundheit. Durch die neuen Medien sind sie wesentlich informierter und kommen mit anderen Bedürfnissen und Vorkenntnissen in Praxis, Labor und Klinik“, erläuterte Uphoff. Bei der Praxiswahl sei Leistung gefragt und werde eingefordert. Ein weiterer Trend: nicht nur sich selbst, sondern auch dem persönlichen Umfeld, der eigenen Region und der Umwelt mit seinem (Konsum-)Verhalten Gutes zu tun. Wo vorher Sparzwang geherrscht habe, wachse die Bereitschaft, verlässliche Qualität von Beratung, Betreuung und Leistung vor Ort entsprechend zu honorieren. „Gesund + Regional = Genial“ lautet eine von Uphoffs Thesen. Gesundheit sei eine Frage des Vertrauens. Und Vertrauen lasse sich am besten im persönlichen Kontakt mit festen Ansprechpartnern aufbauen. „Wer vor Ort ist, kann leichter ein wertschätzendes Miteinander pflegen, persönlich für hohe Produktqualität garantieren und ist bei Bedarf schnell und einfach zu erreichen.“

Dienstleistung macht den Unterschied

Uphoff ist sicher, dass sich mit dem gestiegenen Selbstbewusstsein und den Ansprüchen der Patienten auch der Dienstleistungsgedanke in der Dentalbranche stärker durchsetzen wird: „Wer seine Patienten langfristig an sich binden möchte, muss auch Top-Service bieten.“ Verlängerte und flexible Öffnungszeiten, verkürzte Wartezeiten durch effektives Praxismanagement, Fahrdienste, ausgiebige Beratung und Wohlfühlatmosphäre in Praxis- und Laborräumen werden laut Uphoff künftig gefragt sein. Von Zahnarzt und Zahntechniker erwarten Patienten laut Uphoff, dass sie zu ihrem Wohl wertschätzend zusammenarbeiten. Dabei wünschen sie sich, dass alle Prozesse möglichst transparent gehalten werden, sowohl im Hinblick auf die Kosten als auch bei Herstellung und den Materialien. Die genaue Dokumentation und Informationen zur Zusammensetzung der verwendeten Materialien etwa gebe Patienten ein Gefühl von Sicherheit.

Dentalbranche ist Wachstumsbranche

Gesundheit sieht Uphoff auch als einen Wirtschaftsfaktor: „Angesichts von Fach- und Führungskräftemangel braucht die deutsche Wirtschaft gesunde ältere Mitarbeiter. In einer alternden Gesellschaft gilt es mehr denn je, Gesundheit zu erhalten, Krankheiten vorzubeugen und die Bereitschaft des Patienten zu fördern, sein Wohlbefinden zu verbessern.“ Dank der anspruchsvollen und umfassenden Ausbildung von Zahnmedizinern und Zahntechnikern in Deutschland sowie der hohen Standards zur Gütesicherung und der sich ständig weiterentwickelnden Technik ist die Dentalbranche laut Uphoff eine Wachstumsbranche.
Bei der Fülle an Materialien und Versorgungsformen gebe es für jedes Problem eine individuelle Lösung. Diese entstehe im kooperativen Zusammenspiel von Zahnmediziner, Patient und Zahntechniker vor Ort. ZT

Quelle: KpZ

White Light Medium Intense

Z-CAD® HTL – hochtransluzentes Zirkonoxid für monolithische Kronen und Brücken

Mit Z-CAD® HTL jetzt direkt zur ästhetischen Vollanatomie!

CAD/CAM-Rohlinge vom Schweizer Keramik-Spezialisten, seit vielen Jahren bevorzugter Lieferant bekannter Dentalfirmen. Jetzt für Ihr Dentallabor. Hochtransluzenz in farblich reinster Ästhetik – neu und hochattraktiv von Metoxit! Produktinformationen unter www.metoxit.com. Ihr individuelles Angebot erhalten Sie bei den Metoxit Vertriebspartnern und direkt: Telefon +41 (0)52 645 01 01 oder Fax +41 (0)52 645 01 00.

Digitale Dentale Technologien

3./4. FEBRUAR 2012 | HAGEN

WILLKOMMEN BEI METOXIT!

METOXIT

high tech ceramics