

ZUKUNFTS LETTER

Der Zukunftsletter gibt ausschließlich die aktuelle Einschätzung des Autors Prof. Dr. Werner Beutelmeyer, market Institut, wieder.



WAS ERWARTET UNS 2015

Und wie kann man aus 2015 ein erfolgreiches Jahr machen?

Zunächst ist eines klar: 2015 wird kein Selbstläufer. Hände in den Schoß legen und abwarten, was die nächsten Monate bringen werden, hilft wenig. Im Gegenteil, wer zögerlich zuwartet, von einem Tag auf den anderen hofft, dass sich das Geschäft schon entwickeln wird, hat derzeit schlechte Karten. Von selbst wird keine Nachfragedynamik entstehen. Viele Märkte sind verunsichert und der Konsument macht sich Zukunftssorgen.

Es gingen nur 43% der Österreicher mit Optimismus und Zuversicht ins laufende Jahr. Die Mehrheit (49%) ist pessimistisch. Diese Stimmungswerte alarmieren, schließlich gab es in den letzten Jahren vergleichsweise keine derart negative Stimmung. Jetzt könnte man dieses Ergebnis abtun und sagen, es ist ja bloß die Stimmung schlecht. Doch Stimmung und Wirtschaft stehen in engem Zusammenhang. Mit anderen Worten: Ist die Stimmung gut, läuft die Wirtschaft rund. Ist die Stimmung eingetrübt, verlangsamt sich das Wachstum. Damit deckt sich die augenblickliche Stimmungslage ziemlich gut mit den wenig optimistischen Wirtschaftsprognosen der Volkswirte.

Stellt man den Stimmungsdaten die erwartete persönliche Kaufkraftentwicklung gegenüber, also die Antworten auf die Frage, ob man sich für 2015 mehr, gleich viel oder eher weniger Geld im eigenen Geldbörserl erwartet, so findet sich eine Mehrheit, die von etwa gleich viel Geld ausgeht.

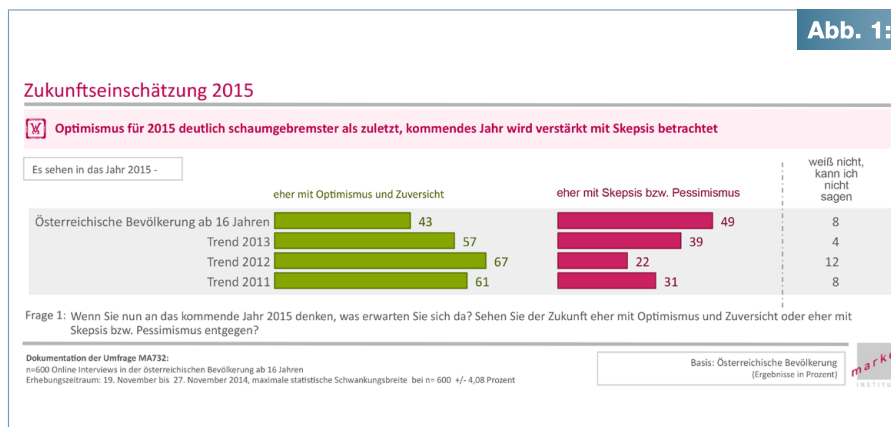
Die Kaufkraft ist 2015 weitgehend stabil.

In der Abfrage für das abgelaufene Jahr 2014 (entspricht in der Abb. 3 dem Trend 2013) war eine deutliche private Investitionsbremse festzustellen (nur 28% Investitionsabsicht). Diese Investitionslücke scheint sich heuer wieder zu glätten. Das ist ein Beleg, dass sich sehr wohl interessante Aufträge abholen lassen.

Ein positiver Ausblick für Unternehmen, die aktiv sind und sich um Kunden bemühen.

Wohin fließt die Kaufkraft? Wo bestehen besondere Chancen 2015? Die Top-Position bei den geplanten Mehrausgaben nimmt der Bereich Wohnen ein. Ins gute Wohnen wird auch heuer wieder kräftig investiert. Das ist eine gute Botschaft für viele Gewerbebetriebe. An zweiter Stelle bei Mehrausgaben für 2015 befindet sich der Urlaub. Urlaubsbudgets werden nicht gekürzt, sondern genießen weiterhin einen hohen Stellenwert. An dritter Stelle bei den Mehrausgaben liegt die Ernährung bzw. die Gesundheitsvorsorge. Bei der Ernährung dürfte der Faktor „Regionalität“ weiter an Bedeutung gewinnen.

Spannend ist noch die dynamische und optimistische Zielgruppe der unter 30-Jährigen. Sie planen im Vergleich zum Durchschnittsösterreicher bei allen abgefragten Kategorien höhere Ausgaben ein.



HANDWERK STATT MUNDWERK.
Wo Handwerk draufsteht, ist Kopfarbeit drin.

Abb. 2:

Zur Verfügung stehende Kaufkraft 2015

Konstant rund ein Drittel rechnet im nächsten Jahr mit weniger Geld im Börserl, Anteil der Personen mit steigendem Haushaltsbudget geht zudem zurück; rund die Hälfte erwartet kaum Änderungen

Man wird 2015 im Vergleich zu 2014 haben -							
	Σ	deutlich mehr Geld	etwas mehr Geld	in etwa gleich viel Geld	etwas weniger Geld	deutlich weniger Geld	Σ
Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren	15	4	11	51	24	10	34
Trend 2013	22	3	19	45	24	8	32
Trend 2012	23	2	21	46	25	6	31
Trend 2011	20	2	18	47	23	8	31

Frage 4: Werden Sie dabei konkret 2015 mehr, weniger oder gleich viel Geld zur Verfügung haben als noch 2014?

Dokumentation der Umfrage MA732:

n=800 Online Interviews in der österreichischen Bevölkerung ab 16 Jahren
Erhebungszeitraum: 19. November bis 27. November 2014, maximale statistische Schwankungsbreite bei n= 600 +/- 4,08 Prozent

Basis: Österreichische Bevölkerung
(Ergebnisse in Prozent)

Abb. 3:

Geplante Investitionen für das Jahr 2015

Entgegen dem Trend scheinen allerdings private Investitionsvorhaben wieder anzuwachsen, 2013 stellt damit im langfristigen Trend einen negativen Ausrutscher nach unten dar

Es planen für 2015 größere Investitionen -					
	JA, auf jeden Fall	JA, eher doch	Σ	NEIN, ist nicht der Fall	weiß nicht, kann ich nicht sagen
Österreichische Bevölkerung ab 16 Jahren	15	25	40	53	7
Trend 2013	10	18	28	65	7
Trend 2012	18	23	41	53	6
Trend 2011	21	26	47	49	4

Frage 5: Haben Sie vor, im nächsten Jahr 2015 größere Investitionen zu tätigen, d.h. planen Sie größere Anschaffungen oder auch Umbau-/Renovierungsarbeiten, oder ist das nicht der Fall?

Dokumentation der Umfrage MA732:

n=800 Online Interviews in der österreichischen Bevölkerung ab 16 Jahren
Erhebungszeitraum: 19. November bis 27. November 2014, maximale statistische Schwankungsbreite bei n= 600 +/- 4,08 Prozent

Basis: Österreichische Bevölkerung
(Ergebnisse in Prozent)

Abb. 4:

Wo sind für 2015 Mehrausgaben geplant

	Mehrausgaben Gesamt	Mehrausgaben unter 30-Jährige
Wohnen	19	23
Urlaub	18	25
Ernährung	17	20
Gesundheitsvorsorge	17	
Wohlbefinden/Sport	16	25
Aus- und Weiterbildung	15	25
Freizeit/Hobbys	14	24
Auto/Mobilität	13	24
Sparen	13	28
Mode/Kleidung		19

(Ergebnisse in Prozent)

Was kann das Unternehmen machen, um die Chancen 2015 besser zu nutzen? Aus einer breit angelegten aktuellen Gewerbebefragung resultieren nachfolgende fünf Top-Empfehlungen:

Maßnahmen zur Kundenbindung verstärken:

Wer es nur anlassbezogen mit der Kundenbindung versucht, also dann, wenn das Geschäft schlecht läuft, der wird enttäuscht sein. Gute Ergebnisse lassen sich nur erzielen, wenn man vier- bis sechsmal pro Jahr Aktivitäten zur Kundenbindung durchführt.

Produkte handwerklich perfekt ausführen:

Produkte perfekt auszuführen betrifft nicht nur die Produktionsqualität oder die handwerkliche Qualität, sondern setzt vor allem auch eine adäquate niveauevolle Präsentation der Produkte voraus. Der Rahmen, die Bühne und die Inszenierung sind entscheidend. Und nicht vergessen: Über die handwerkliche Fertigungsqualität mit dem Kunden sprechen.

Kooperationen in der eigenen Branche suchen und aktiv betreiben:

Kooperationen werden meistens nicht oder nur halbherzig durchgeführt. Das ist ein weiterer großer Fehler. Gemeinsam lässt sich mehr erreichen. Der Gärtnerbetrieb, kann mit dem örtlichen Steinmetz, dem Baumeister, einem Gartenmöbelanbieter etc. kooperieren und eine gemeinsame Outdoor-Ausstellung machen, Kundenadressen austauschen und gemeinsame Kommunikation betreiben.

Teilleistungen zukaufen, nicht alles selber machen:

Wer alles selber macht, hat schnell einen Bauchladen. Dazu gesellt sich meistens noch ein Kostenproblem. Deshalb Teilleistungen zukaufen. Man gewinnt dadurch Flexibilität und Kostenvorteile.

Gute Mitarbeiter ans Unternehmen binden:

Ein aktiver Chef alleine reicht nicht aus, es braucht die begeisterten Mitstreiter. „Miterleben lassen“ erzeugt Begeisterung. Folglich lohnt es sich, gemeinsame Ziele zu setzen und auch hin zum Mitarbeiter wertschätzend und kommunikativ zu sein.