



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Gute Perspektiven in der Marketingbranche

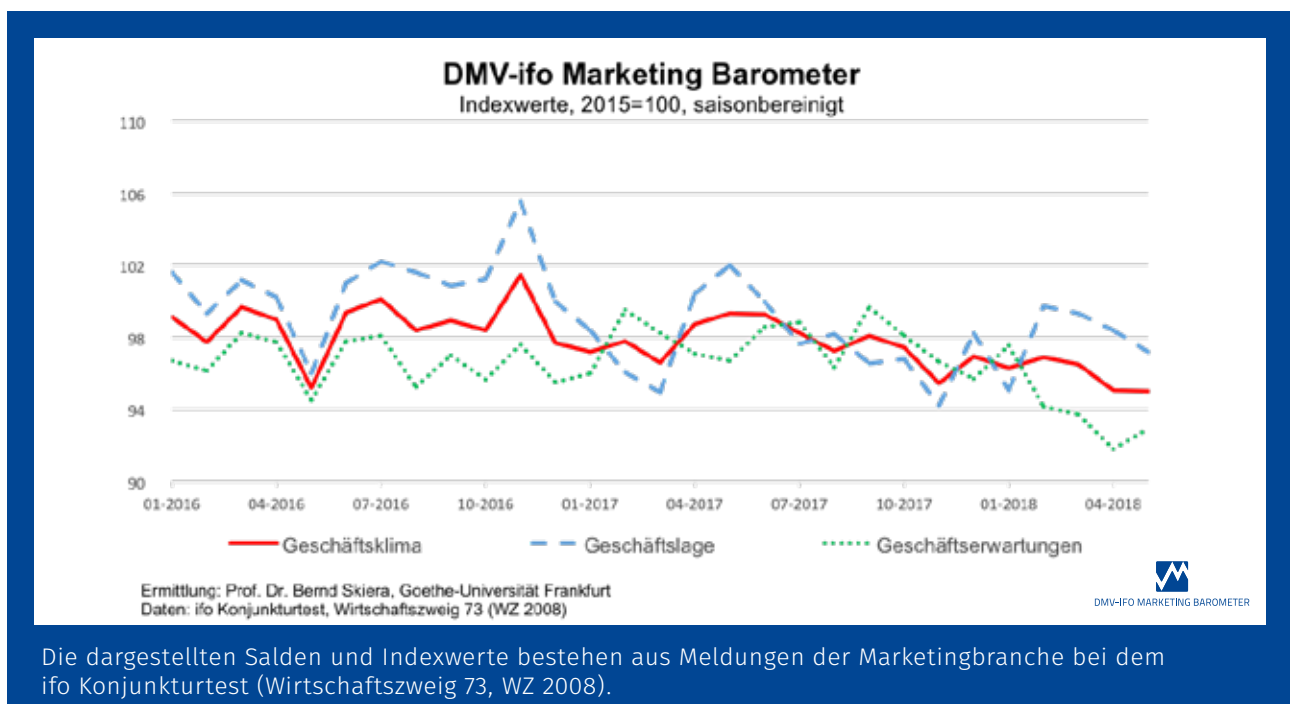
Im Vergleich zum Vormonat ist der Geschäftsklimaindex in der Marketingbranche im Mai stabil geblieben und lag mit 95,0 Punkten unter dem Durchschnitt der letzten zwei Jahre. Während die Geschäftserwartungen für die kommenden Monate gestiegen sind, verzeichnete die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage einen Rückgang von knapp einem Punkt. Diese Beurteilungen stehen auch mit der Stimmung in der gesamten deutschen Wirtschaft im Einklang. Der ifo Geschäftsklimaindex Deutschland blieb im Mai unverändert und lag bei 102,2 Punkten.

Trotz dieses milden Stimmungsbilds zeigten sich die Befragten zufriedener mit der aktuellen Nachfrage: Die Beurteilung des Auftragsbestands hat sich leicht verbessert und ist im Mai um knapp einen Punkt gestiegen. Die leicht optimistischeren Meldungen waren aber nicht ausreichend, um den negativen Bereich zu verlassen.

Auch die Perspektiven für das kommende Quartal sind als gut einzustufen: Eine höhere Anzahl der Befragten erwartet einen Umsatzanstieg in den nächsten drei Monaten. Der Saldowert steigerte

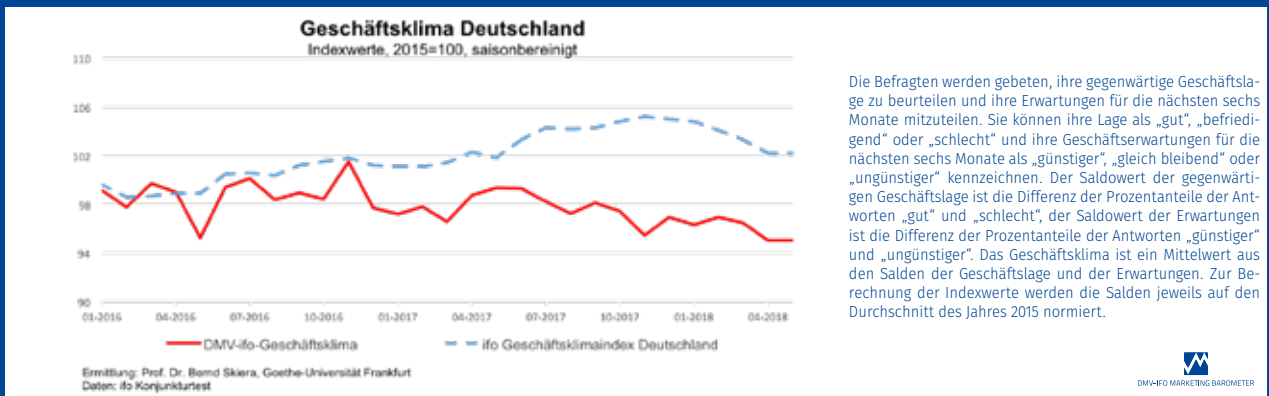
sich um 8,0 Punkte gegenüber dem Vormonat. Dementsprechend stieg auch die Bereitschaft, neue Mitarbeiter einzustellen, und lag mit einem Saldowert von 17,6 Punkten weit über dem langfristigen Mittelwert (gemessen seit Januar 2005).

Zudem lassen die Meldungen entnehmen, dass die Marketingbranche überwiegend mit einer Steigerung der Preise in den kommenden Monaten rechnet: Die Anzahl der optimistischen Meldungen ist kräftig gestiegen, sodass der Indikator bei 17,9 Punkten lag.



Das ifo Geschäftsklima Deutschland basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Dienstleistungssektors sowie des Groß- und Einzelhandels. Die Teilnehmer werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate mitzuteilen. Sie haben zu beiden Fragen die Möglichkeit, ihre Einschätzung auf einer dreistufigen Skala (gut/befriedigend/schlecht bzw. günstiger/gleich bleibend/ungünstiger) anzugeben. Um den Indikator zu berechnen, werden die Antworten zunächst bezüglich der Größe bzw. der Jahresumsätze der jeweiligen Unternehmen gewichtet. Anschließend werden für beide Variablen aus den Anteilen der »Positiv«- und »Negativ«-Antworten Salden gebildet. Das Geschäftsklima ist ein Mittelwert aus den Salden der Geschäftslage und der Erwartungen. Seit Januar 2015 wird das X-13ARIMA-SEATS-Verfahren für die Saisonbereinigung bei der Berechnung der Ergebnisreihen des ifo Konjunkturtests verwendet. Zur Berechnung der Indexwerte werden die Salden jeweils auf den Durchschnitt des Jahres 2015 normiert. Quelle: ifo Geschäftsklima Deutschland.

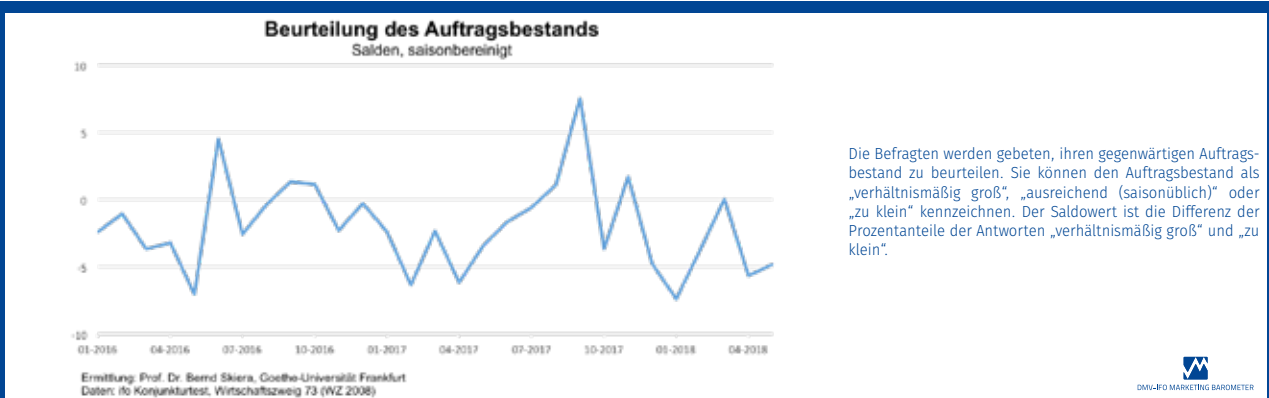
Impressum:
Herausgeber Deutscher Marketing Verband e. V. (DMV), Sternstraße 58, 40479 Düsseldorf
Fon: +49 (0) 211.864 06-0 | Fax: +49 (0) 211.864 06-40
info@marketingverband.de | www.marketingverband.de
http://www.marketingverband.de/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer/
Bildquellen: DMV-ifo Marketing Barometer



Die Befragten werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate mitzuteilen. Sie können ihre Lage als „gut“, „befriedigend“ oder „schlecht“ und ihre Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate als „günstiger“, „gleich bleibend“ oder „ungünstiger“ kennzeichnen. Der Saldowert der gegenwärtigen Geschäftslage ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „gut“ und „schlecht“, der Saldowert der Erwartungen ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „günstiger“ und „ungünstiger“. Das Geschäftsklima ist ein Mittelwert aus den Salden der Geschäftslage und der Erwartungen. Zur Berechnung der Indexwerte werden die Salden jeweils auf den Durchschnitt des Jahres 2015 normiert.



Der Geschäftsklimaindex in der Marketingbranche blieb im Mai nahezu unverändert: seine Entwicklung in den letzten zwei Jahren lässt aber eine leichte Abwärtstendenz erkennen. In der gesamten deutschen Wirtschaft blieb der Geschäftsklimaindex nach wiederholten Rückgängen in den letzten fünf Monaten ebenfalls stabil.



Die Befragten werden gebeten, ihren gegenwärtigen Auftragsbestand zu beurteilen. Sie können den Auftragsbestand als „verhältnismäßig groß“, „ausreichend (saisonüblich)“ oder „zu klein“ kennzeichnen. Der Saldowert ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „verhältnismäßig groß“ und „zu klein“.



Die Befragten zeigten sich geringfügig zufriedener mit dem aktuellen Auftragsbestand. Trotz dieser optimistischeren Meldungen blieb der Indikator mit -4,9 Punkten weiterhin im negativen Bereich. Dieser Saldowert steht dennoch weit über dem Durchschnitt der Mai-Meldungen der letzten 13 Jahre.



Die Befragten werden gebeten, ihre Umsatz- und Beschäftigterwartungen für die nächsten zwei/drei Monate mitzuteilen. Sie können ihre Umsatzerwartungen als „steigen“, „etwa gleich bleiben“ oder „zurückgehen“ und ihre Erwartungen für die Zahl der Beschäftigten als „steigen“, „gleich bleiben“ oder „zurückgehen“ kennzeichnen. Die Saldowerte der Umsatz- und Beschäftigterwartungen werden aus der Differenz zwischen den Prozentanteilen der Antworten „steigen“ und „zurückgehen“ berechnet.



Die Erwartungen für die kommenden Monate haben sich in mehreren Aspekten aufgehellt. Die Befragten rechnen vermehrt mit mehr Beschäftigten sowie einem Anstieg der Umsätze, sodass der gesamte Ausblick für die nächsten drei Monate als positiv einzustufen ist.



Die Befragten werden gebeten, ihre Preiserwartungen für die nächsten drei Monate mitzuteilen. Sie können ihre Preiserwartungen als „steigen“, „gleich bleiben“ oder „sinken“ kennzeichnen. Der Saldowert ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „steigen“ und „sinken“.



Die Befragten blickten wieder sehr optimistisch auf die Entwicklung der Preise in den kommenden Monaten. Der Saldowert der Preiserwartungen ist um 8,2 Punkte kräftig gestiegen und lag damit weit über seinem langfristigen Mittelwert (gemessen seit Januar 2005).