



Geschäftsklima in der Marketingbranche setzt positiven Trend fort

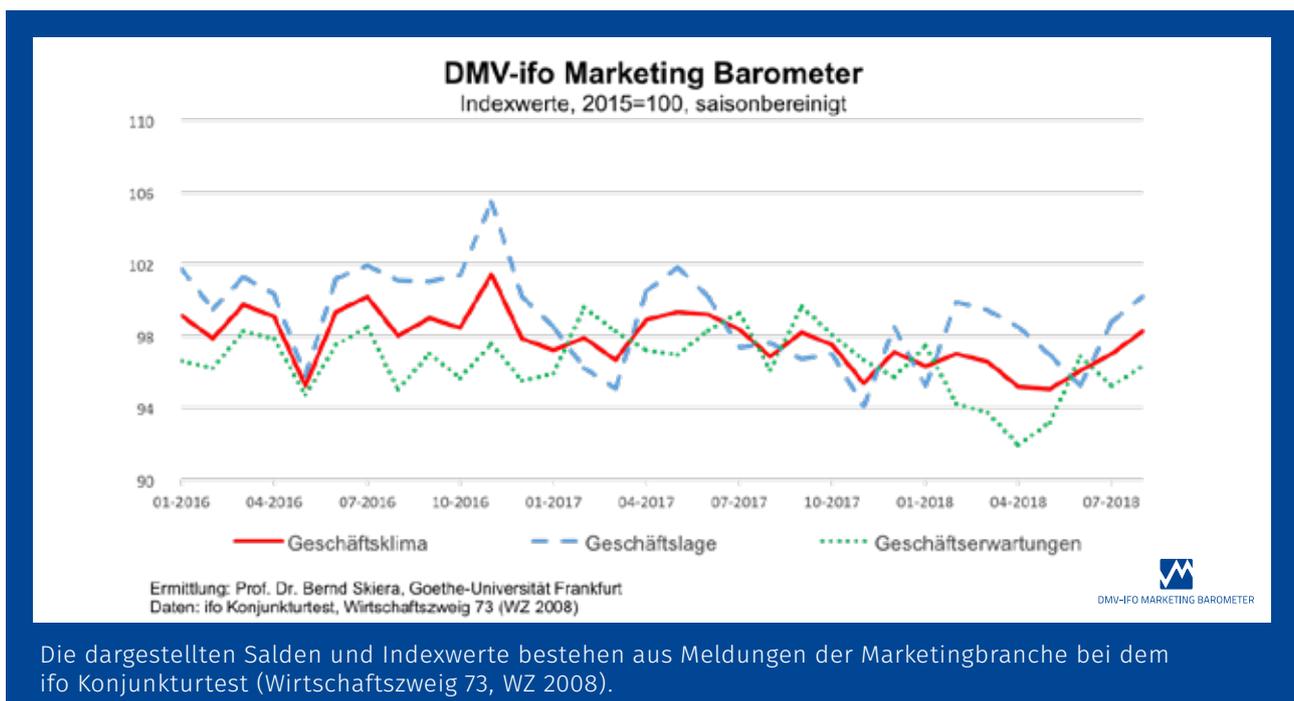
Im August hat sich der positive Trend des Geschäftsklimas in der Marketingbranche weiter fortgesetzt. Nach einem Zuwachs von 1,3 Punkten, bereits der dritte Anstieg in Folge, liegt der Indexwert nun bei 98,2 Punkten und damit erstmals seit November 2017 wieder über dem Zweijahresdurchschnitt von 97,5 Punkten. Getrieben wurde diese deutliche Aufwärtsbewegung von einer Verbesserung von sowohl der wahrgenommenen Geschäftslage (+1,4 Punkte) als auch der Geschäftserwartung (+1,1 Punkte). In den vergangenen Monaten hatten sich die beiden Indizes noch stets

gegenläufig entwickelt. Mit dieser positiven Tendenz entspricht die Entwicklung in der Marketingbranche auch der in der deutschen Gesamtwirtschaft, deren ifo Geschäftsklimaindex im August einen Aufschwung von 2,1 Punkten verzeichnen konnte.

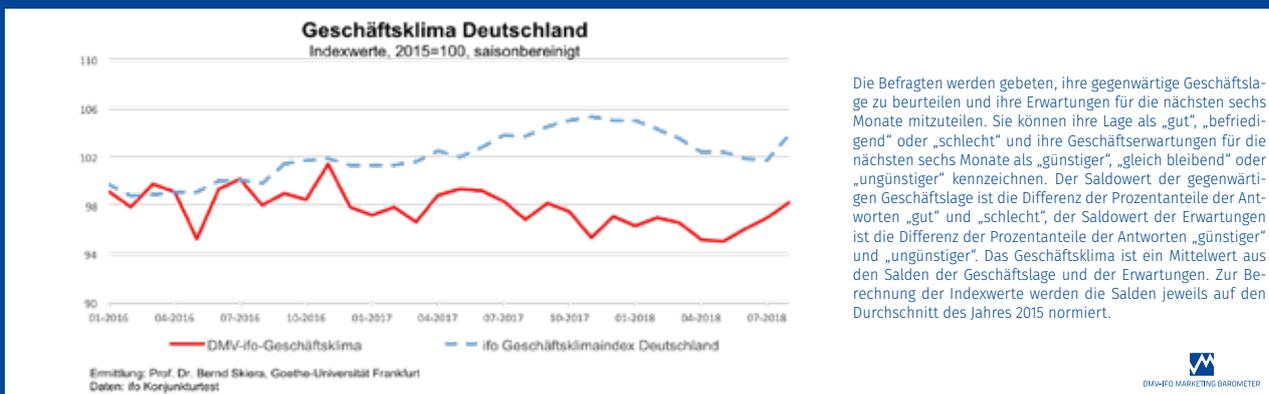
Anders als im Juli ist der Auslöser der positiveren Wahrnehmung der momentanen Geschäftslage in der Marketingbranche im August nicht eindeutig zu identifizieren. Zwar stieg die vermutlich treibende Kraft des Vormonats, die Beurteilung des Auftragsbestands,

abermals an, der Anstieg war mit 1,2 Punkten aber bei weitem nicht so stark ausgeprägt wie im Juli (+5,8 Punkte).

Mit Blick auf die Einstellungspläne in der Marketingbranche hat sich im August, mit einem kleinen Zuwachs von 0,3 Punkten im Vergleich zum Vormonat, kaum etwas verändert. Mit einem Saldowert von 19,9 Punkten liegt der Indikator nun allerdings wieder über dem Durchschnitt der letzten zwei Jahre.



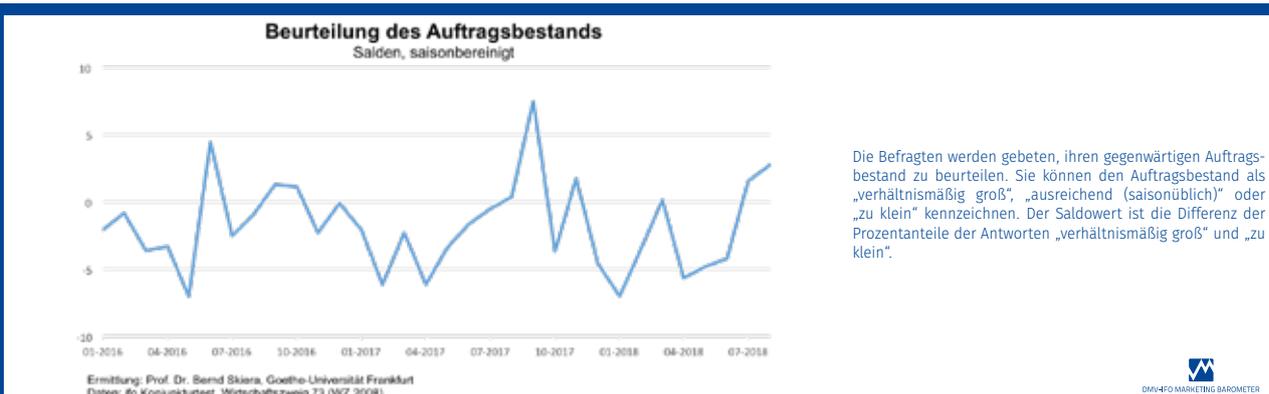
¹ Das ifo Geschäftsklima Deutschland basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Dienstleistungssektors sowie des Groß- und Einzelhandels. Die Teilnehmer werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen 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.



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.



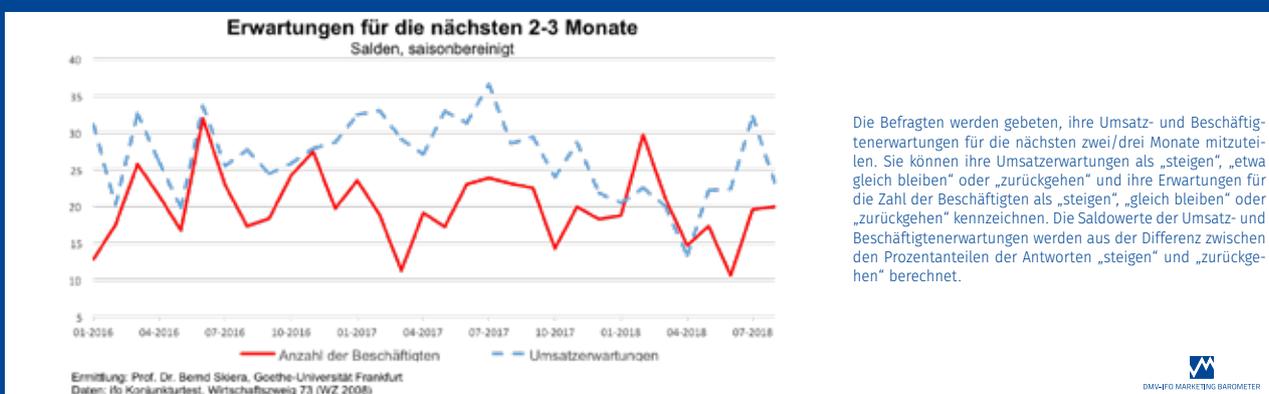
Wie bereits im Juni und Juli ist das Geschäftsklima in der Marketingbranche auch im August wieder gestiegen. Nach dem diesmaligen Anstieg von 1,3 Punkten liegt der Indexwert mit 98,2 Punkten nun auch wieder über dem Zweijahresdurchschnitt von 97,5 Punkten. Auch das Geschäftsklima in der deutschen Gesamtwirtschaft hat sich im August positiv entwickelt. Mit einem Zuwachs von 2,1 Indexpunkten konnte der Ifo Geschäftsklimaindex den ersten Anstieg seit November 2017 verzeichnen.



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“.



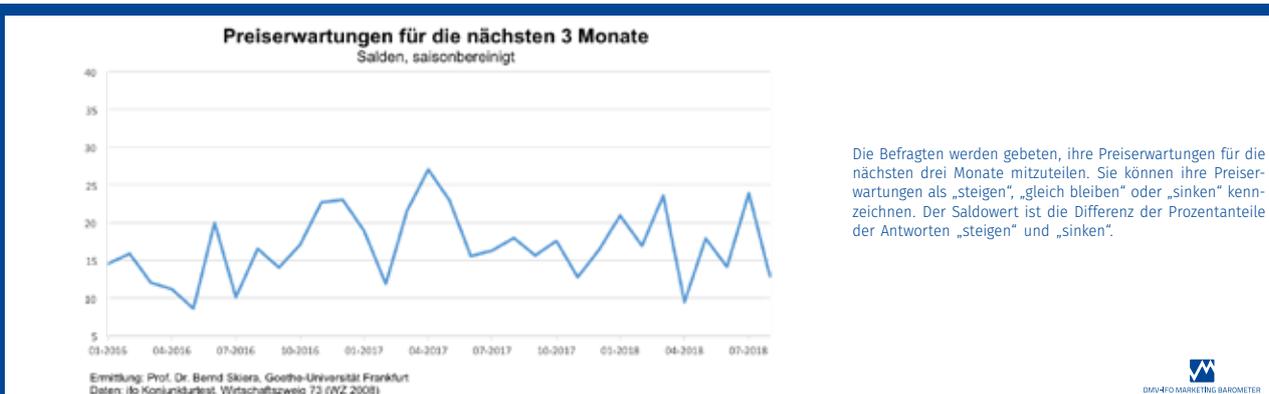
Nachdem der Indikator des Auftragsbestands im letzten Monat den zweitgrößten Anstieg der letzten zwei Jahre verzeichnen konnte, stieg er im August mit einem Plus von 1,2 Punkten etwas gemäßiger. Nach dem Juli ist der August somit der zweite Monat in diesem Jahr, in dem deutlich mehr Umfrageteilnehmer einen „verhältnismäßig großen“ gemeldet haben.



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.



Im August ist im Vergleich zum starken Anstieg im Vormonat (+9,1 Punkte), ist die Bereitschaft neue Mitarbeiter einzustellen nur sehr moderat, um 0,3 Punkte, angestiegen. Mit Blick auf die erwarteten Umsätze haben die befragten Unternehmen ihre positive Einschätzung aus dem Vormonat weitestgehend revidiert. Nachdem der Saldowert erst im Juli um 9,9 Punkte anstieg, wurde diese Entwicklung im August mit einem Rückgang von 9,0 Punkten größtenteils aufgehoben.



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“.



Der Indikator der Preiserwartungen setzt seinen volatilen Kurs auch im August weiter fort. Nachdem im Juli die stärkste Steigerung der letzten zwei Jahre (+9,8 Punkte) verbucht werden konnte, musste der Saldowert, mit einem Minus von 11,0 Punkten, nun einen der stärksten Verluste seit Beginn der Untersuchungen vor über 13 Jahren hinnehmen. Mit seinem neuen Saldowert von 13,0 Punkten liegt der Indikator der Preiserwartungen jetzt auch wieder deutlich unter dem Zweijahresdurchschnitt von 18,1 Punkten.