



## Geschäftserwartungen drücken das Geschäftsklima in der Marketingbranche

Wie bereits im Vormonat hat sich das Geschäftsklima in der Marketingbranche, mit einer Abnahme von 0,5 Punkten, im November leicht verschlechtert. Der seit April dieses Jahres bestehende Trend der kontinuierlichen Verbesserung des wahrgenommenen Klimas scheint somit vorerst beendet. Hintergrund der Verschlechterung war im November die deutliche Verschlechterung der Geschäftserwartungen (-1,8 Punkte), welche von der moderat positiveren Wahrnehmung der Geschäftslage (+0,9 Punkte) nicht ausgeglichen werden konnte.

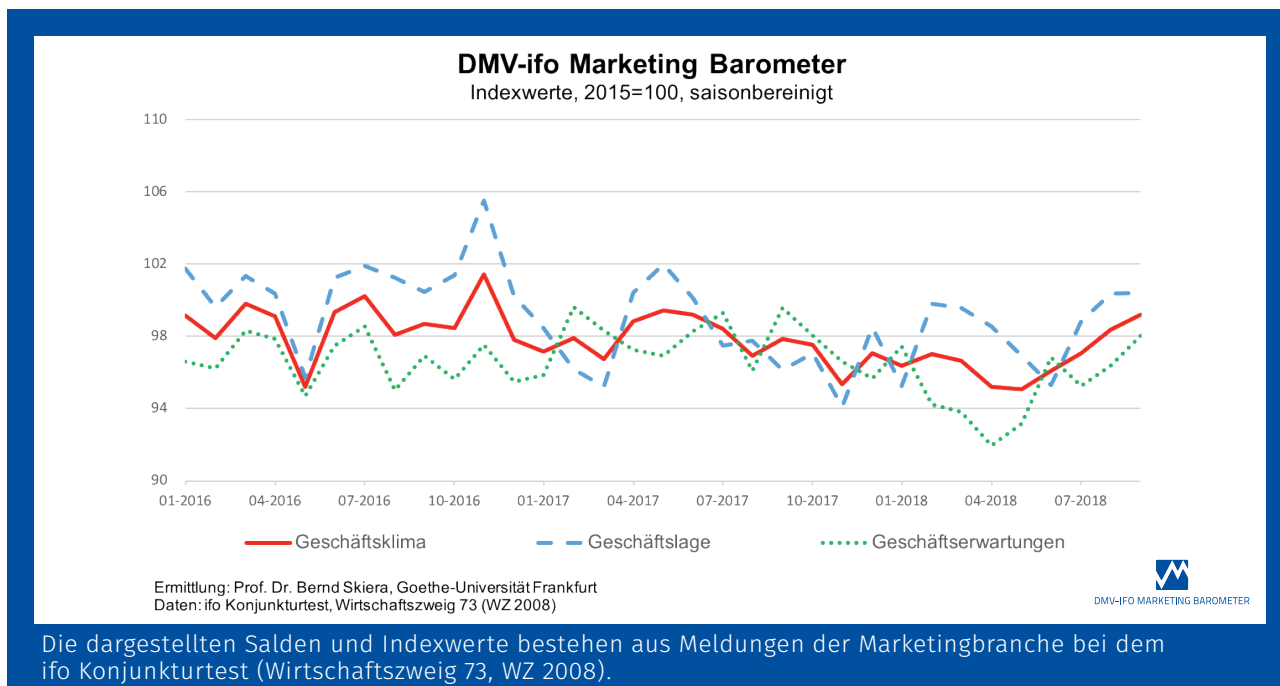
Auch in der deutschen Gesamtwirtschaft hat sich das Geschäftsklima im November verschlechtert.

Wie bereits im Vormonat verlor der ifo Geschäftsklimaindex im November -0,9 Punkte und steht somit nun bei einem Indexwert von 102,0. Der deutliche Anstieg aus dem August ist somit endgültig negiert.

Umgekehrt ist die Situation bei der Beurteilung des Auftragsbestands innerhalb der Marketingbranche. Nachdem deren Indikator in den vergangenen beiden Monaten insgesamt 5,7 Punkte verlor, wurde diese Entwicklung im November durch einen Zuwachs von 5,7 Punkten wieder ausgeglichen. Der Indikator der Beurteilung des Auftragsbestands steht somit wieder bei einem Saldowert von 3,1 Punkten.

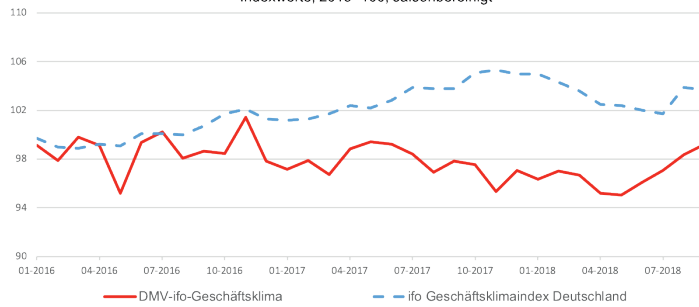
Die Indikatoren der Preis- und Umsatzerwartungen konnten die Verluste des Vormonats immerhin zu Teilen wieder ausgleichen. Ersterer konnte dem vorangegangenen Verlust von 1,6 Punkten im November einen Zuwachs von 1,2 Punkten gegenüberstellen. Letzterer setzte seinen stark volatilen Kurs weiter fort und gewann, nach einem Minus von 7,0 Punkten im Vormonat, immerhin 5,0 Punkte zurück.

Anders sah es hingegen beim Indikator der Einstellungspläne aus. Dieser konnte, nach dem stärksten Verlust seit über drei Jahren (-10,3% Punkte) im Vormonat, nur marginale 0,4 Punkten zurückgewinnen.



<sup>1</sup> 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.

**Geschäftsklima Deutschland**  
Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest



Sowohl in der Marketingbranche also auch in der deutschen Gesamtwirtschaft wurde das Geschäftsklima im November, im Vergleich zum Vormonat, als abermals schlechter wahrgenommen. Anders als der ifo Geschäftsklimaindex liegt das DMV-ifo-Geschäftsklima, mit einem Indexwert von 97,9 Punkten, aber trotz dieser Entwicklung weiterhin deutlich über dem Durchschnitt der letzten 12 bzw. 24 Monate (96,8 / 97,5 Punkte).

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.

**Beurteilung des Auftragsbestands**  
Salden, saisonbereinigt



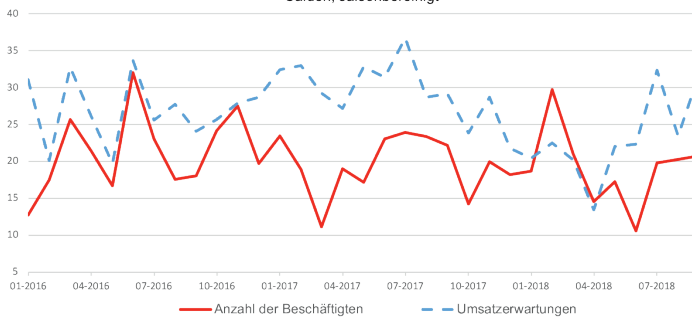
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Der Indikator des Auftragsbestands konnte im November einen kräftigen Zuwachs von 5,7 Punkten verzeichnen und liegt, mit einem Saldowert von 3,1 Punkten, nun wieder im positiven Bereich.

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“.

**Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate**  
Salden, saisonbereinigt



Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Auch im November setzte der Indikator der Umsatzerwartungen sein seit Juli bestehendes Verlaufsmuster monatlich alternierender, starker Zu- und Abnahmen weiter fort. Die Zunahme in diesem Monat fiel dabei allerdings etwas kleiner aus. Der Indikator der Einstellungspläne blieb im November, nachdem er im Vormonat auf den tiefsten Stand seit über drei Jahren gefallen war, weitgehend unverändert.

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.

**Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate**  
Salden, saisonbereinigt



Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Der Indikator der Preiserwartungen konnte im November seine Verluste aus dem Vormonat (-1,6 Punkte) mit einem Zuwachs von 1,2 Punkten weitestgehend ausgleichen. Gemessen an den üblichen Schwankungen des Indikators können die letzten Monate somit als weitestgehend stabil bezeichnet werden.

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“.