



Stimmung in der Marketingbranche bleibt weiter angespannt

Nachdem die Marketingbranche, mit zum Teil massiven Verlusten im Januar, bereits äußerst pessimistisch in das neue Jahr gestartet war, zeigt sich im Februar kaum eine Besserung. Zwar bewerteten die Verantwortlichen die Geschäftslage leicht besser als im Vormonat (+0,4 Punkte). Vor dem Hintergrund eines Verlustes von 3,6 Punkten bei den Geschäftserwartungen konnte dies das weitere Absinken des DMV-ifo-Geschäftsklimas aber kaum abdämpfen. Im Mittel verschlechterte sich das DMV-ifo-Geschäftsklima im Februar somit um 1,7 Punkte, bereits die fünfte Verschlechterung in Folge. Ähnlich sieht es auch in der deutschen Gesamtwirtschaft aus. Mit einer Abnahme von 0,8

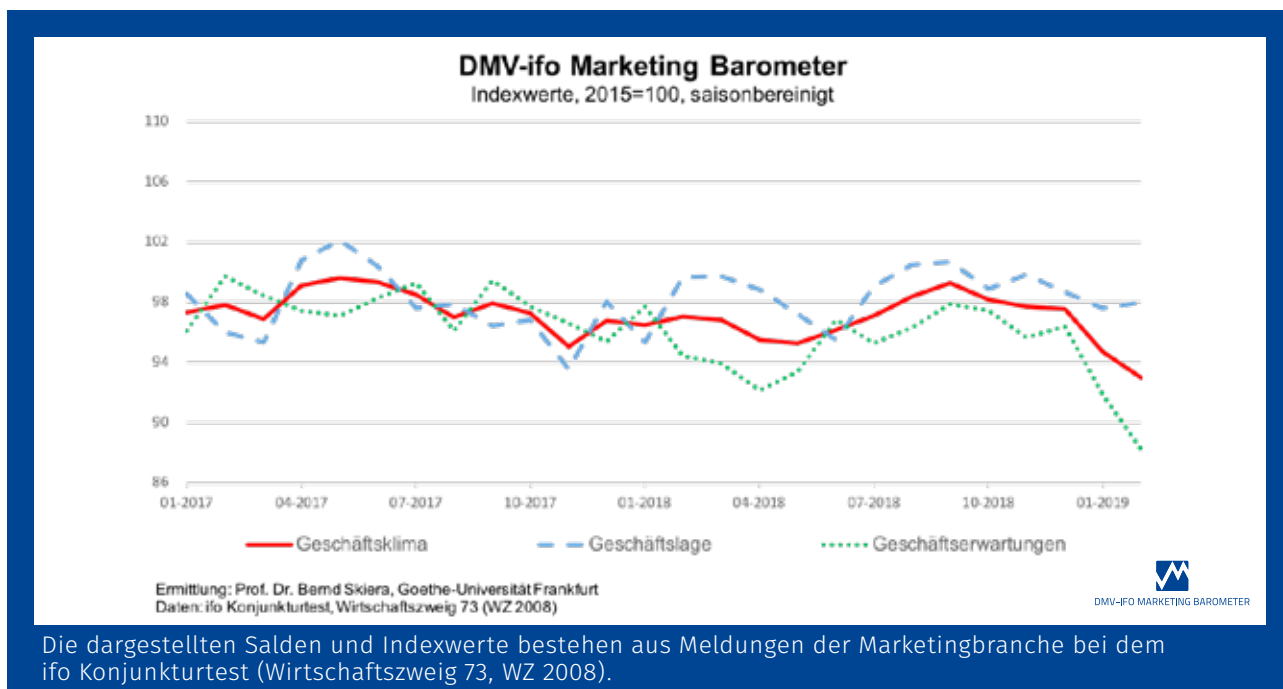
Punkten musste deren ifo-Geschäftsklimaindex im Februar sogar bereits den sechsten Verlust in Folge verkraften.

Interessant ist vor dem Hintergrund des Abwärtstrends des Geschäftsklimas in der Marketingbranche der genauere Blick auf die weiteren Indikatoren. Anders als der generelle Trend vermuten lassen würde, bringt der Februar hier sogar einige Verbesserungen mit sich.

So zeigten sich die Befragten im Vergleich zu Vormonat zufriedener mit ihrem Auftragsbestand (+5,6 Punkte) und schätzten auch die Entwicklung von Beschäftigtenanzahl und Umsätzen in den kommenden Monaten wieder positiver

ein (+0,7 / +11,0 Punkte). Beachtet werden muss bei diesen Betrachtungen allerdings, dass all diese Indikatoren im Vormonat zum Teil einschneidende Verluste zu verkraften hatten. Mit Blick darauf sind vor allem die Verbesserungen bei der Bewertung des Auftragsbestands und den Einstellungsplänen mehr als Erholungen und weniger als Verbesserungen zu verstehen.

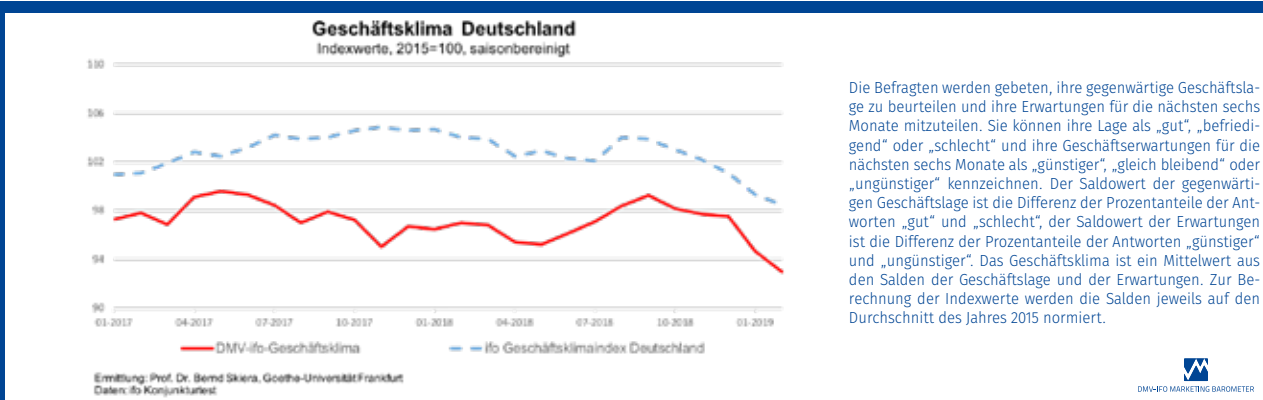
Verloren hat im Februar der Indikator der Preiserwartungen; sein Saldowert sank um 3,2 Punkte. Erstmals seit drei Monaten rechnet demnach wieder ein zunehmender Teil der Befragten mit einer Abwärtsentwicklung der Preise.



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.

Impressum:

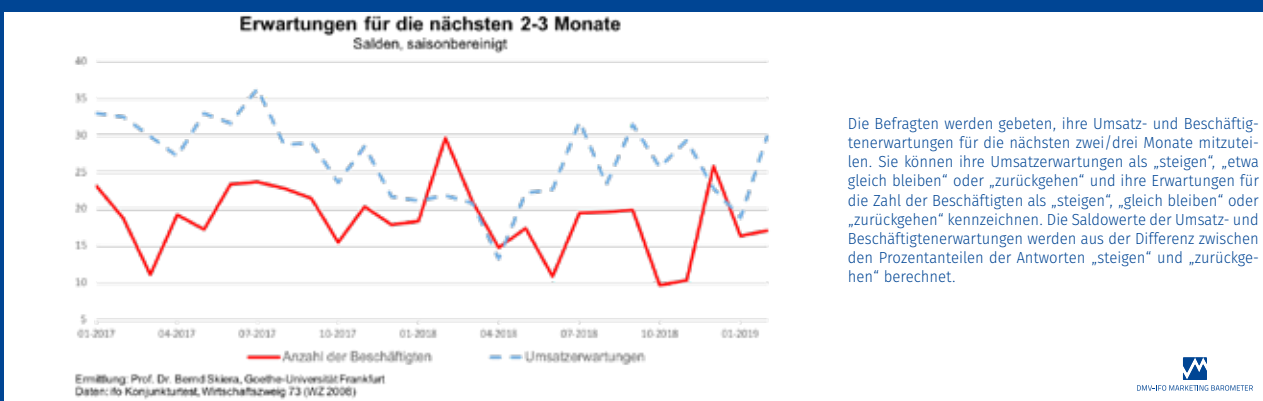
Herausgeber Deutscher Marketing Verband e. V. (DMV), Sternstraße 58, 40479 Düsseldorf
Fon: +49 (0) 211.864 06-0 | Fax: +49 (0) 211.864 06-40
info@marketingverband.de | www.marketingverband.de
http://www.marketingverband.de/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer/
Bildquellen: DMV-ifo Marketing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



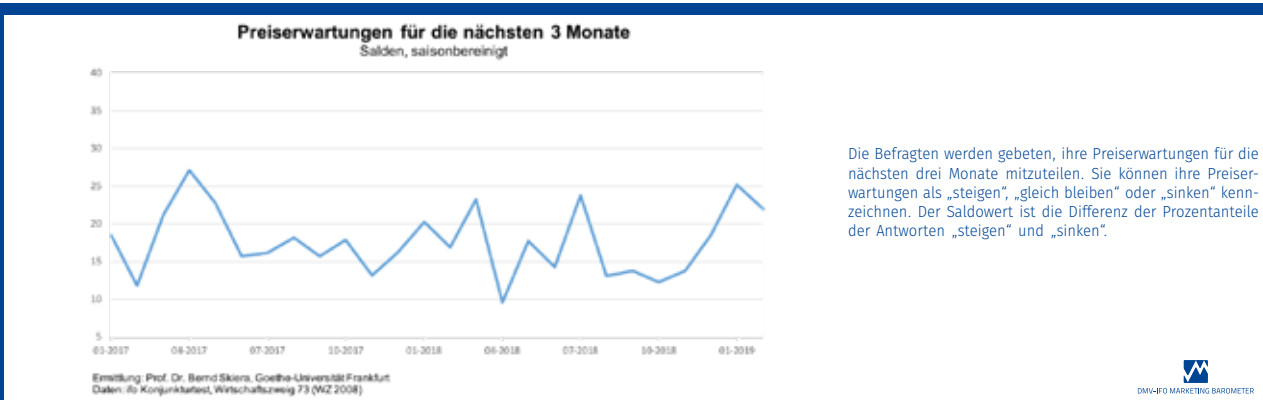
Sowohl das DMV-ifo-Geschäftsklima als auch der Ifo Geschäftsklimaindex haben ihren abnehmenden Trend erneut fortgesetzt und sind mit Verlusten in das neue Jahr gestartet. Mit seinem neuen Indexwert von 94,7 Punkten hat das DMV-ifo-Geschäftsklima nun sowohl seinen Zweijahres- als auch seinen Gesamtdurchschnitt (97,4 / 96,0 Punkte) unterschritten. Derweil hat der Ifo Geschäftsklimaindex mit 99,1 Punkten den tiefsten Stand seit fast drei Jahren erreicht.



Die Befragten zeigten sich im Januar so unzufrieden mit ihrem aktuellen Auftragsbestand wie seit fünf Jahren nicht mehr. Mit einem Saldowert von -14,3 Punkten liegt der Indikator des Auftragsbestands erstmals seit Februar 2014 wieder unter seinem Gesamtdurchschnitt von aktuell -11,2 Punkten.



Der Indikator der Einstellungspläne zeigt sich weiterhin sehr volatil. Nach der äußerst starken Zunahme im Vormonat (+15,5 Punkte) bewegt er sich nun, mit einem Minus von 9,6 Punkten, wieder deutlich in die Gegenrichtung. Der Indikator der Umsatzerwartungen konnte im Januar sein seit Juli 2017 anhaltendes Verlaufsmuster monatlich alternierender Zu- und Abnahmen hinter sich lassen - zum zweiten Mal in Folge verlor er deutlich.



Der Indikator der Preiserwartungen zeigt aktuell einen, in Anbetracht seiner ansonsten relativ starken Volatilität, verhältnismäßig stabilen positiven Trend. Der angespannten Marktlage trotzend konnte er im Januar seinen bereits dritten Anstieg (+6,7 Punkte) in Folge verzeichnen.