



# Stimmungseinbruch in der Marketingbranche setzt sich fort

**Nachdem im Juni beim Geschäftsklima-Index der Marketingbranche bereits ein Einbruch zu verzeichnen war (-3,3 Punkte), setzt sich dieser Trend im Juli weiter fort. Es lässt sich ein Einbruch von -3,1 Punkten beobachten.**

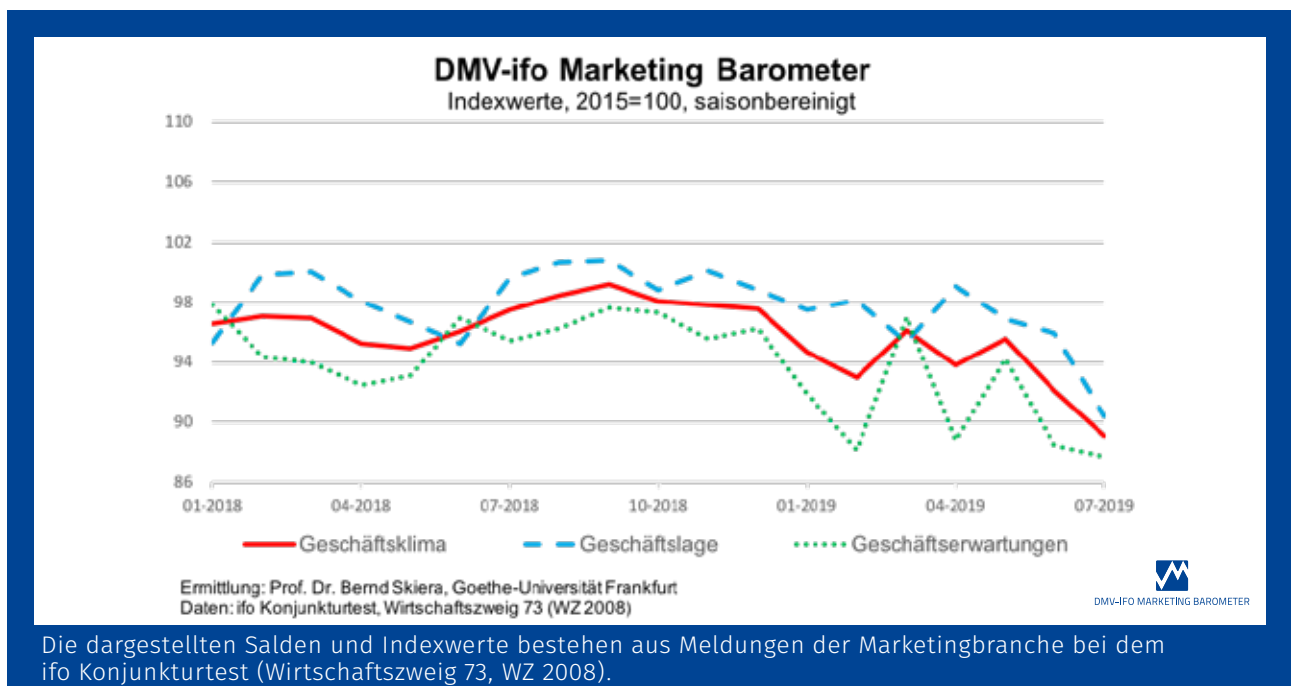
Das DMV-ifo-Geschäftsklima folgt damit weiter dem Trend des ifo-Geschäftsklima-Index der deutschen Gesamtwirtschaft. Der ifo-Geschäftsklima-Index verzeichnet einen Einbruch von -1,8 Punkten. Somit ist der Ein-

bruch zwar schwächer als der des DMV-ifo-Geschäftsklimas, trotzdem lassen sich hier ähnliche Entwicklungen beobachten.

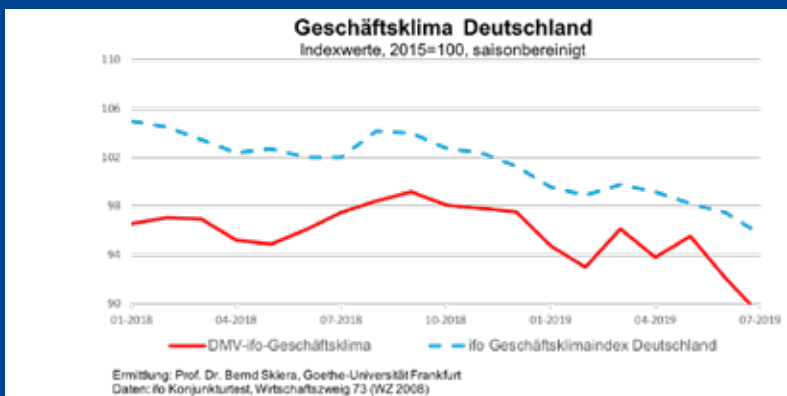
Der Ursprung der Abnahme des DMV-ifo-Geschäftsklimas liegt dabei in den niedrigen Geschäftserwartungen, da hier ein absteigender Trend vorliegt, wenn auch schwächer als im Vormonat. Nachdem im Juni ein starker Rückgang um -5,8 Punkten verzeichnet wurde, sind es diesen Monat „nur“ 0,8 Punkte. Der Wert zur

Geschäftslage sinkt dabei mit einem Rückgang von -5,5 Punkten deutlich stärker.

Nicht überraschend ist daher die Beurteilung des Auftragsbestandes. Nachdem dieser bereits im Juni mit einem Rückgang von -4,5 Punkten sehr hoch war, sinkt dieser Wert im Juli sogar noch um weitere 13,2 Punkte. Ähnlich negative Trends liegen bei den Erwartungen der Beschäftigtenanzahl und den Umsatzerwartungen vor.



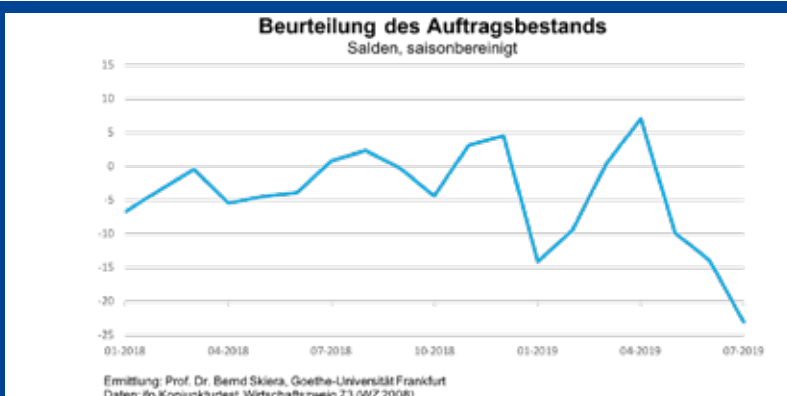
<sup>1</sup> Das ifo Geschäftsklima Deutschland basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Dienstleistungssektors sowie des Groß- und Einzelhandels. Die Teilnehmer werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und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



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.



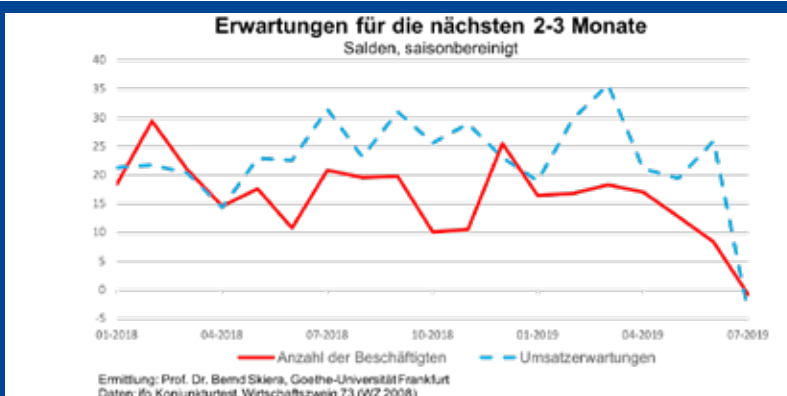
Nachdem im Vormonat sich das DMV-ifo-Geschäftsklima und der ifo Geschäftsklimaindex bereits negativ entwickelt hatten, geht es im Juli für beide Indizes weiter bergab. Beide Indizes erreichen diesen Monat den Tiefpunkt des bisherigen Jahres, mit 89,1 Punkten für das DMV-ifo-Geschäftsklima und 95,7 Punkten für den ifo Geschäftsklimaindex.



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 bereits im Juni der Indikator des Auftragsbestands einen erheblichen Rückgang verzeichnen musste, wird nun mit einem weiteren Rückgang von -13,2 Punkten ein neuer Tiefpunkt von -23,1 Punkten erreicht, der damit weit unter dem ehemaligen Langzeittief vom Januar 2019 (-14,1 Punkte) liegt.



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.



Während der Indikator der Umsatzerwartungen im Juni noch ein starkes Wachstum von 5 Punkten verzeichnen konnte, ist er nun wieder stark eingebrochen und landet auf einem Allzeittief von -3,8 Punkten. Das Gleiche gilt für die Erwartungen der Beschäftigtenanzahl, die bei -0,8 Punkten landen.



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“.



Nach einem geringen Verlust von -0,25 Punkten im Juni, bewegen sich die Preiserwartungen im Juli nun wieder nach oben, mit einem Aufschwung von 2,8 Punkten. Damit bewegt sich der Indikator weiter auf einem hohen Niveau, von 24,2 Punkten.