



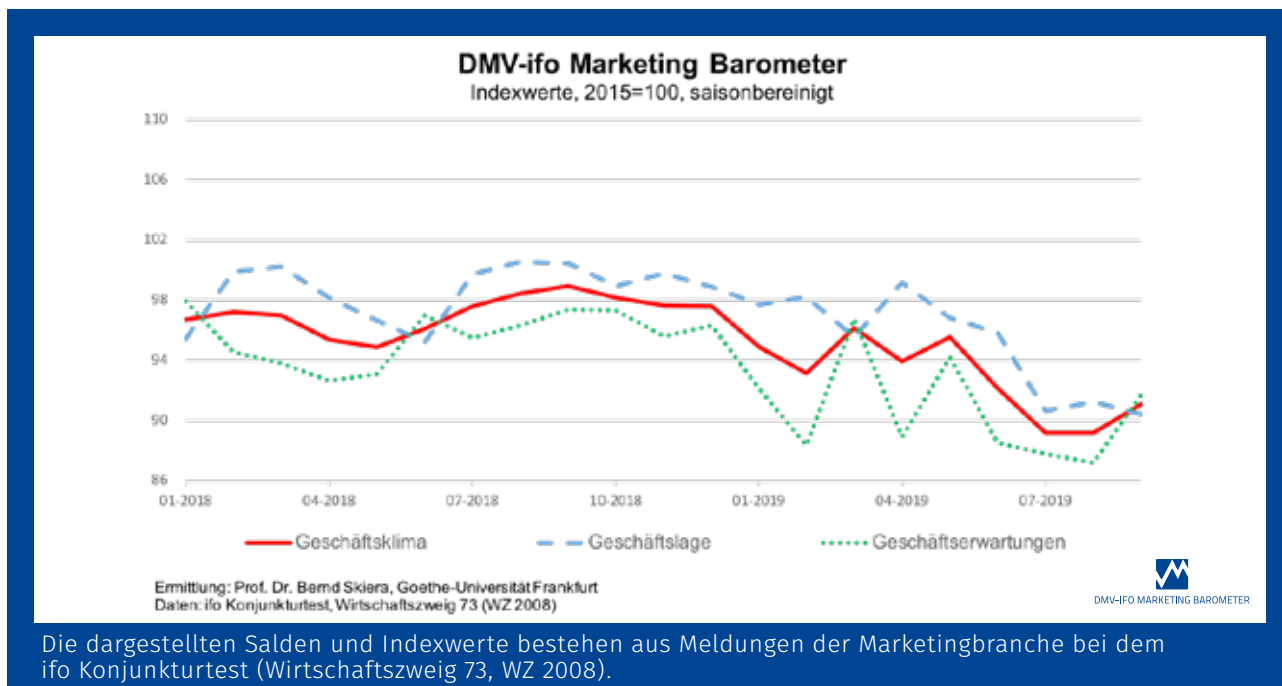
Neuer Aufschwung bei der Stimmung in der Marketingbranche

Nachdem im August der Geschäftsklima-Index der Marketingbranche stabil im Vergleich zum Vormonat blieb, lässt sich im September ein neuer Aufschwung beobachten. Damit steigt der Wert das Erste Mal seit April wieder an. Der ifo-Geschäftsklima-Index der deutschen Gesamtwirtschaft folgt auch diesem Trend und es wird hier der erste Aufschwung seit März beobachtet, wenn er auch relativ gering mit 0,3 Punkten ausfällt.

Deutlicher hingegen ist der Aufschwung bei den Geschäftserwartungen. Nachdem diese in den letzten Monaten einen leichten Rückgang verzeichneten, steigen sie nun wieder um 4,5 Punkte an. Bei der Beurteilung der Geschäftslage lässt sich hingegen einen Rückgang um -0,9 Punkte beobachten.

Die Beurteilung des Auftragsbestandes folgt dem steigenden Trend mit noch stärkerem Wachstum. Nachdem diese im

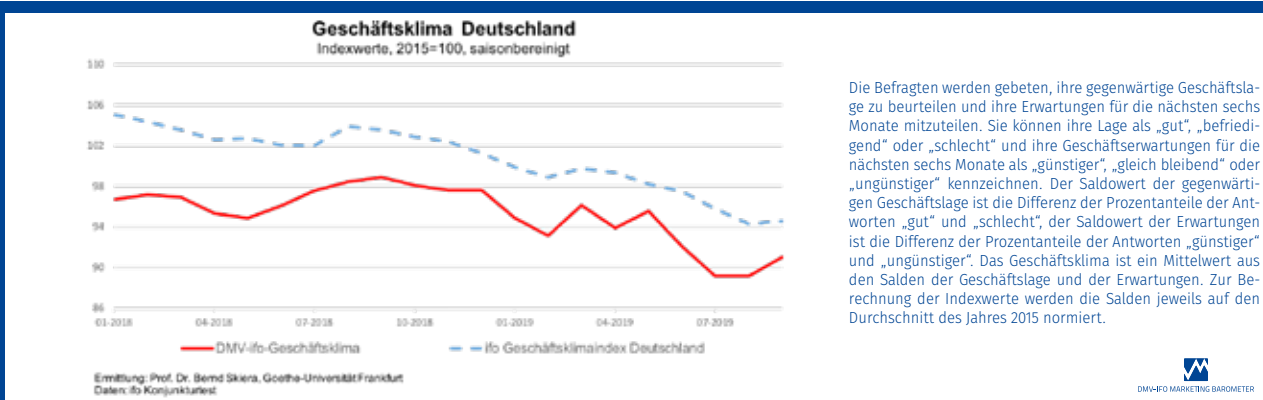
August einen Rückgang von -0,8 Punkten verzeichnete, steigt dieser Wert im September nun um 12,7 Punkte. Auch die Erwartungen der Beschäftigtenanzahl, Umsatzerwartungen und Preiserwartungen folgen diesem Trend und auch hier lassen sich Aufschwünge beobachten.



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:

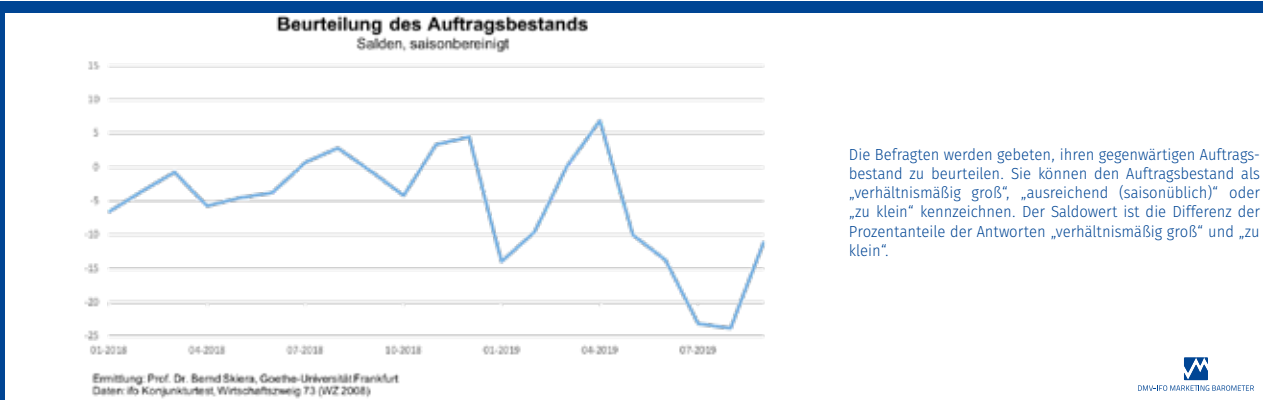
Herausgeber Deutscher Marketing Verband e. V. (DMV), Sternstraße 58, 40479 Düsseldorf
Fon: +49 (0) 211.864 06-0 | Fax: +49 (0) 211.864 06-40
info@marketingverband.de | www.marketingverband.de
<http://www.marketingverband.de/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer/>
Bildquellen: DMV-ifo Marketing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



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.



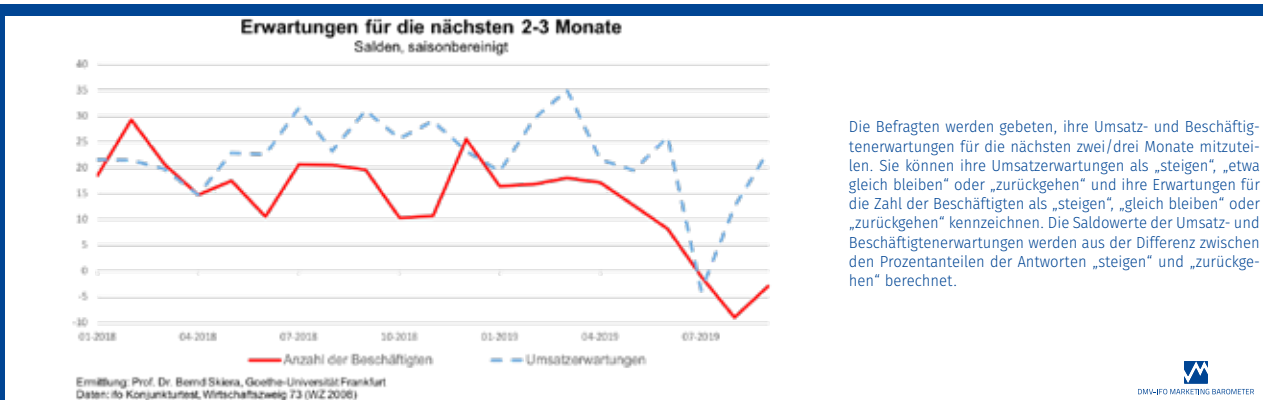
Nachdem im Vormonat das DMV-ifo-Geschäftsklima stagniert hat und der Ifo Geschäftsklimaindex ein neues Jahrestief erreichte, entwickeln sich jetzt beide Indikatoren in eine positive Richtung. Für den Ifo Geschäftsklimaindex bedeutet das einen Anstieg von 0,3 Punkten und für das DMV-ifo-Geschäftsklima einen Aufschwung von 1,9 Punkten.



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“.



Während sich der Indikator des Auftragsbestandes im August auf einem Zweijahrestief von -24 Punkten befand, wird nun ein starker Anstieg verzeichnet. Damit landet er bei -11,1 Punkten, dem höchsten Wert der letzten 3 Monate.



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.



Nachdem der Indikator der Umsatzerwartungen im August bereits um 16,3 Punkte gestiegen ist, steigt er nun weiter um 10,6 Punkte an und erreicht damit ein Niveau von 23 Punkten. Die Erwartungen der Beschäftigtenanzahl steigen zudem von ihrem Allzeittief im August um 6 Punkte an und erreichen somit -3 Punkte.



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“.



Während die Preiserwartungen im August um -9,3 Punkte zurückgingen und ein Jahrestief von 14,3 Punkten erreichten, lässt sich nun ein neuer Aufschwung beobachten. Mit einem Anstieg von 1,5 Punkten wird ein Niveau von 15,8 Punkten erreicht.