



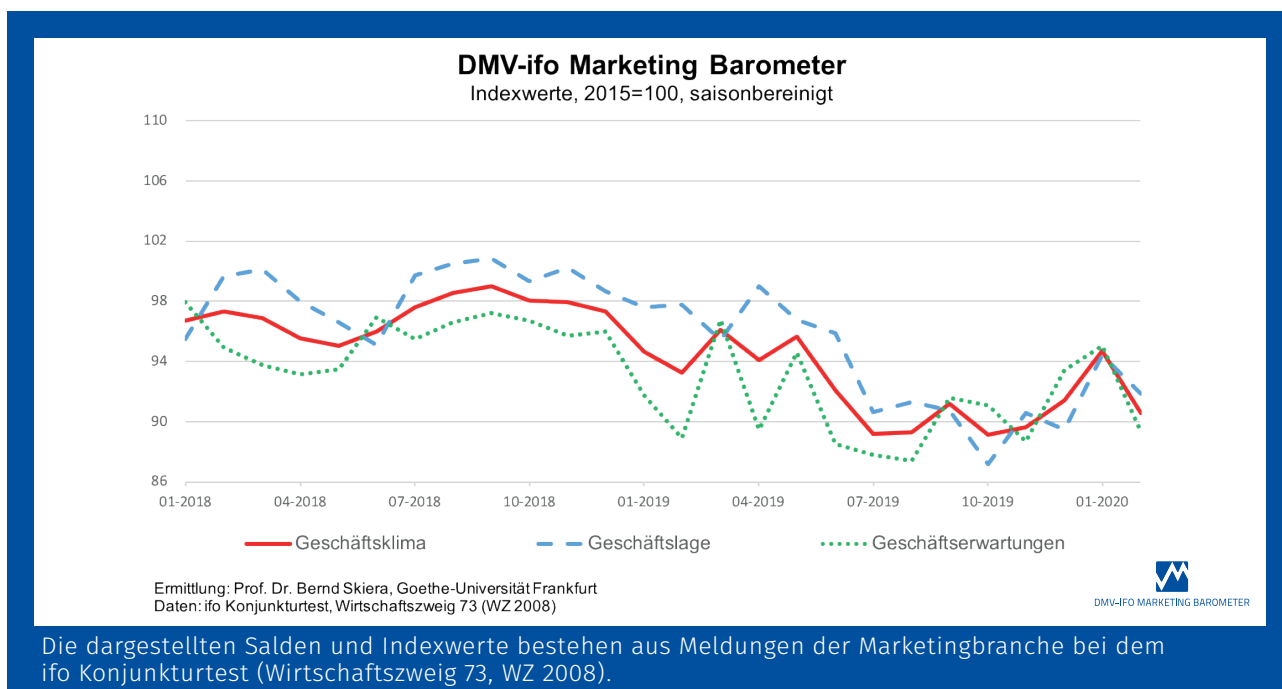
Einbruch bei der Stimmung in der deutschen Marketingbranche

Nachdem der Wert des Geschäftsklimas der deutschen Marketingbranche in den letzten Monaten gestiegen ist, wird nun das erste Mal seit vier Monaten ein Einbruch verzeichnet. Damit weist er eine unterschiedliche Entwicklung zu dem ifo-Geschäftsklimaindex der deutschen Gesamtwirtschaft auf, dessen Wert sich im Vergleich zu den Vormonaten nur wenig verändert hat.

Die Geschäftserwartungen der deutschen Marketingbranche gehen auch zurück. Nachdem der Wert im Januar um 1,4 Punkte anstieg, geht er nun deutlich -5,6 Punkte zurück. Der Wert der Beurteilung der Geschäftslage entwickelt sich in die gleiche Richtung und sinkt um einen Wert von -2,6 Punkten. Damit liegen alle drei Indexwerte auf einem ähnlichen absoluten Niveau von etwa 90

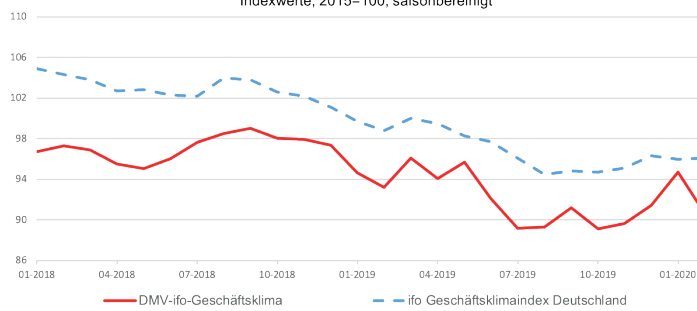
Punkten.

Die Beurteilungen des Auftragsbestandes steigen hingegen um 4 Punkte an. Die Erwartungen der Beschäftigtenanzahl und die Umsatzerwartungen folgen wiederum dem negativen Trend, mit einem Abschwung von -0,8 und -1,1 Punkten.



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.

Geschäftsklima Deutschland
Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



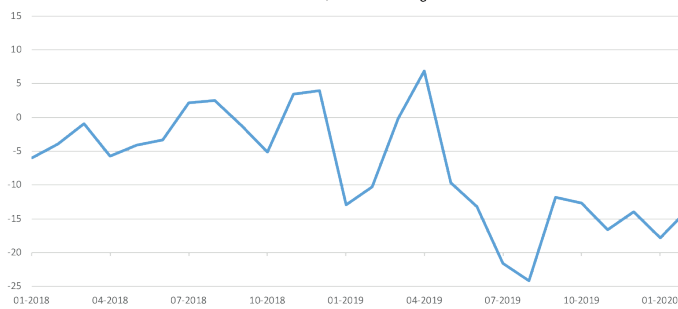
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest



Nachdem im Vormonat beide Werte des Geschäftsklimas sich bereits in unterschiedliche Richtungen entwickelt haben, geht dieser Trend im Februar weiter. Nach einem Rückgang von -4,1 Punkten liegt der Wert des DMV-ifo-Geschäftsklimas im Februar bei 90,6 Punkten, während der Wert des Ifo-Geschäftsklimaindex der deutschen Wirtschaft leicht um 0,1 Punkte ansteigt und bei 96,1 Punkten liegt.

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



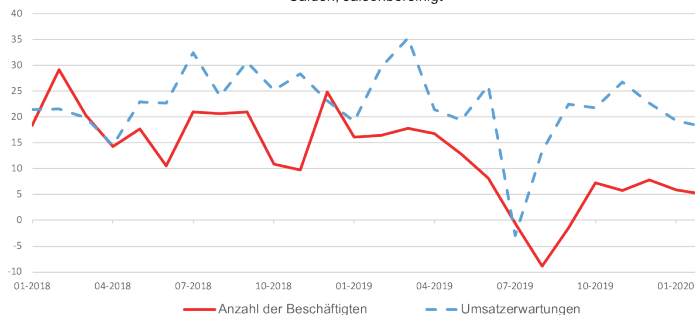
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Der Indikator des Auftragsbestandes steigt im Februar um 4 Punkte an, nachdem er im Vormonat um -3,8 Punkte gefallen ist. Aufgrund des Anstieges liegt der Wert nun bei -13,9 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“.

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate
Salden, saisonbereinigt



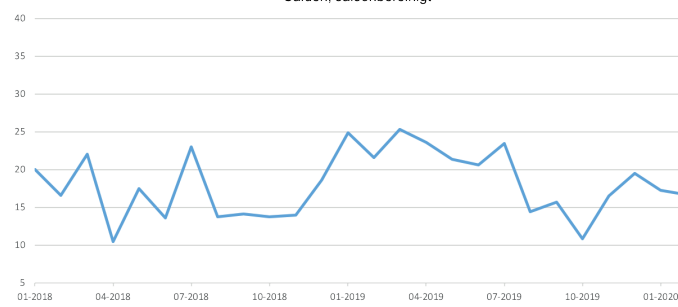
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Nachdem der Indikator der Umsatzerwartungen im Januar bei 19,3 Punkten lag, fällt er nun erneut und liegt damit bei 18,2 Punkten. Die Erwartungen für die Beschäftigtenzahl folgen dem fallenden Trend und liegen jetzt bei 5,2 Punkten.

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)



Wie bereits im Vormonat fällt der Wert der Preiserwartungen. Im Februar wird ein Rückgang von -0,6 Punkten beobachtet. Damit liegt der absolute Wert bei 16,7 Punkten.

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“.