



Stimmung der deutschen Marketingbranche auf tiefstem Stand seit Beginn der Erhebung

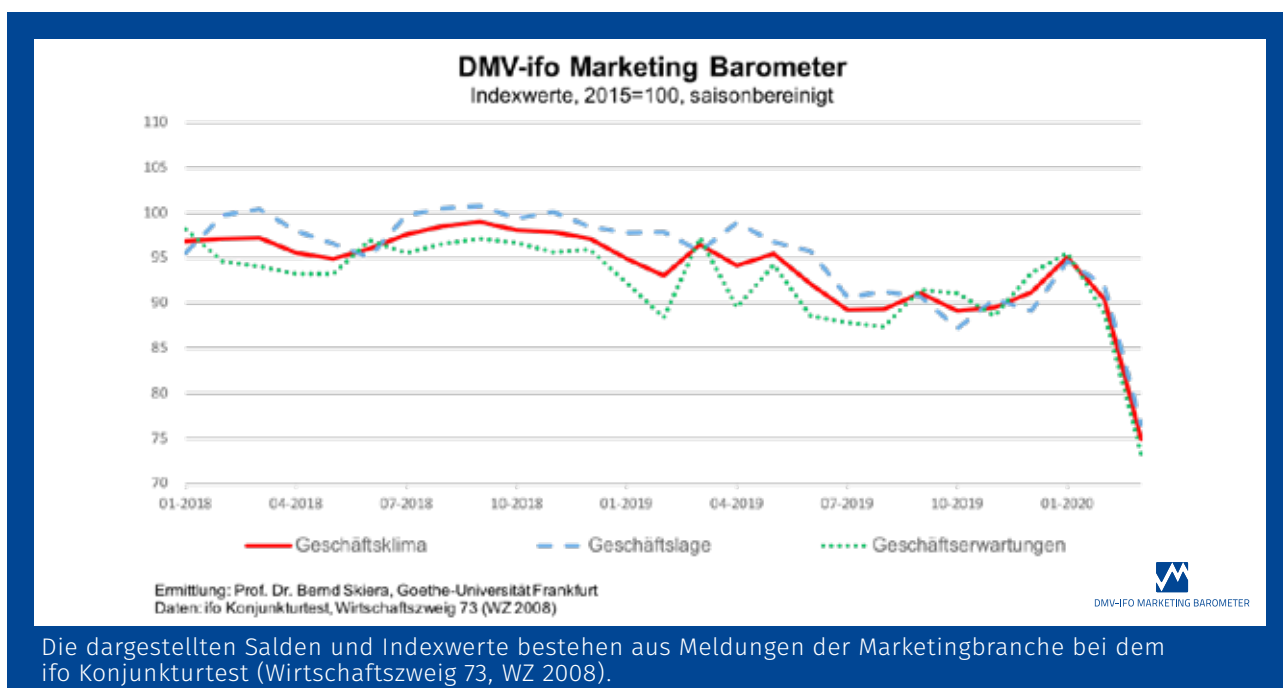
Die deutsche Marketingbranche schätzt die aktuelle Geschäftslage sowie die Geschäftserwartungen der kommenden Monate so schlecht ein wie noch nie seit Beginn der Erhebung im Jahr 2005. Nachdem der Geschäftsklimaindex der deutschen Marketingbranche im letzten Monat den negativen Trend andeutete, bricht dieser im März um weitere 15,5 Punkte im Vergleich zum Vormonat auf 74,9 Punkte ein. Die Verschlechterung des Geschäftsklimas in der Marketingbranche geht mit einem deutlichen Rückgang der Einschätzung

der gesamtwirtschaftlichen Situation im ifo-Geschäftsklimaindex einher.

Ebenso deutlich gehen die Geschäftserwartungen der Marketingbranche in Deutschland zurück: Nach einem Verlust von 6,7 Punkten im Februar gibt der Index um weitere 15,5 Punkte im Vergleich zum Vormonat nach. Die aktuelle Geschäftslage wird von der deutschen Marketingbranche ebenfalls um 15,4 Punkte schlechter als im Februar eingeschätzt. Damit befinden sich alle drei Indizes mit Werten um 75 Punkten auf

einem Allzeittief.

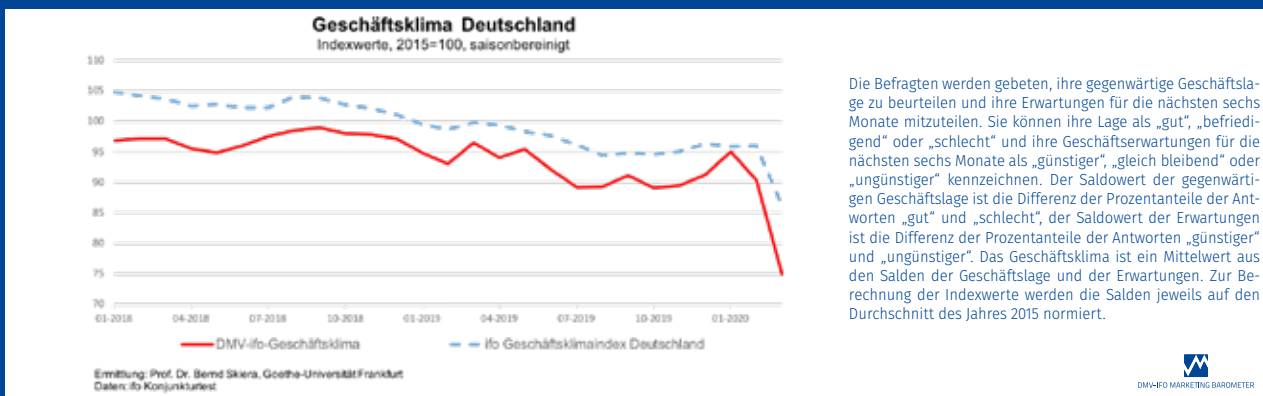
Nach kleinem Plus im Vormonat wird der Auftragsbestand im März mit -35,8 Punkten beträchtlich schlechter eingeschätzt. Ebenso deutlich verschlechtern sich die Aussichten hinsichtlich der Anzahl an Beschäftigten auf -24,1 Punkte. Der Einbruch der Branche wird auch in den Umsatzerwartungen sichtbar, welche im März von deutlich positiven Aussichten im Vormonat spürbar um 50,8 Punkte auf -32,8 Punkte fallen.



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.

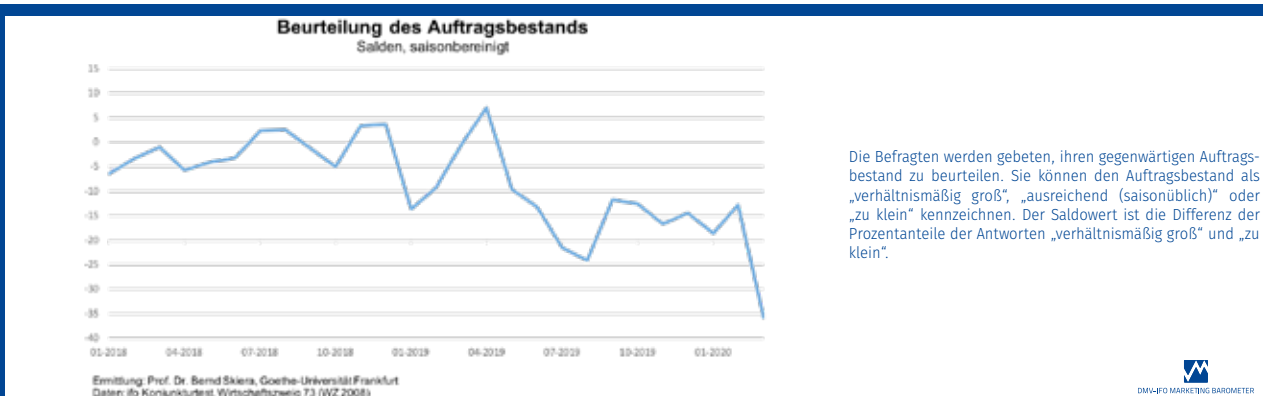
Impressum:

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



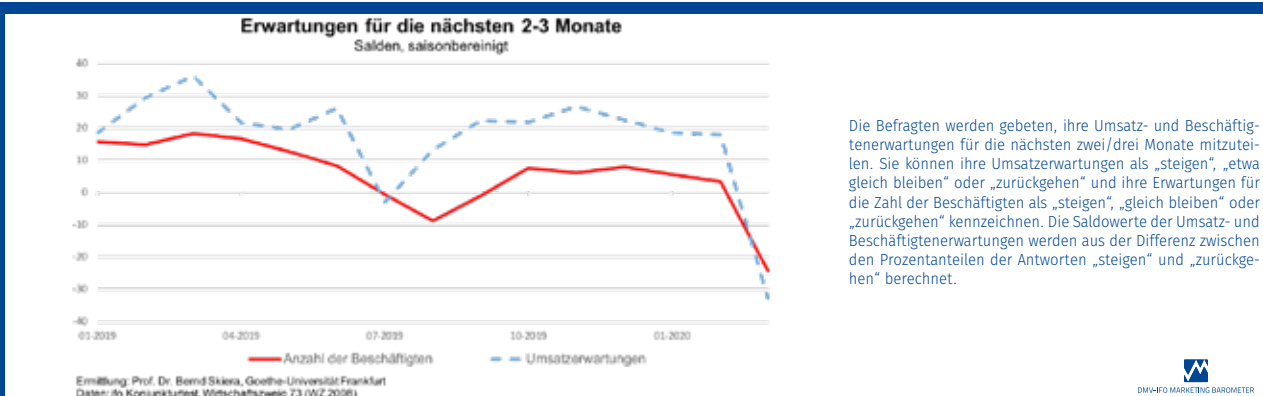
Die Befragten werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate mitzuteilen. Sie können ihre Lage als „gut“, „befriedigend“ oder „schlecht“ und ihre Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate als „günstiger“, „gleich bleibend“ oder „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.

Sowohl die Werte des DMV-ifo-Geschäftsklimas als auch des ifo Geschäftsklimaindex brechen im März massiv ein. Nachdem die deutsche Marketingbranche bereits im Vormonat das Geschäftsklima schlechter eingeschätzt hat, verstärkt sich die negative Einschätzung um weitere 15,5 Punkte und befindet sich nun auf einem Indexwert von 74,9. Ebenso verschlechtert sich der ifo-Geschäftsklimaindex der deutschen Wirtschaft nach einem leichten Plus im Vormonat deutlich um knapp 10 Punkte auf 86,1 Punkte.



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“.

Der Auftragsbestand wird nach einem Plus in Höhe von 4 Punkten im Februar nun im März um 23 Punkte schlechter eingeschätzt. Damit liegt der Wert nun bei -35,8 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.

Der Indikator der Umsatzerwartungen fällt im März um 50,8 Punkte. Deutlich positive Aussichten im Februar schlugen auf tiefrote Umsatzerwartungen im aktuellen Monat mit -32,8 Punkten um. Ebenso verschlechtert sich der Indikator zur Anzahl der Beschäftigten in den kommenden 2-3 Monaten. Nach leicht negativem Trend im Vormonat ging der Indikator um 27,6 Punkte zurück und liegt dadurch bei -24,1 Punkten. Ebenso verschlechtert sich der Indikator zur Anzahl der Beschäftigten in den kommenden 2-3 Monaten. Nach leicht negativem Trend im Vormonat ging der Indikator um 27,6 Punkte zurück und liegt dadurch bei -24,1 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“.

Erstmals seit Juni 2017 wird von der Mehrzahl der Befragten keine Preissteigerung in den kommenden drei Monaten erwartet. So fällt der Indikator der Preiserwartungen drastisch von 16,4 um 19,6 Punkte und liegt damit bei -3,2 Punkten.