



Stimmung der deutschen Marketingbranche verbessert sich, bleibt jedoch auf niedrigem Niveau

Die deutsche Marketingbranche befindet sich weiterhin in einer tiefen Krise. Nachdem die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage und der Geschäftserwartungen der kommenden Monate im April zum wiederholten Male auf ein Allzeittief seit Beginn der Erhebung gefallen waren, erholen sich diese Indikatoren teilweise deutlich im Mai, bleiben jedoch auf sehr niedrigem Niveau.

Der Geschäftsklimaindex steigt um 6,6 Punkte im Vergleich zum April und ist mit 68,9 Zählern dennoch der zweitniedrigste jemals gemessene Monatswert. Nachdem sich die Stimmung in der deutschen Marketingbranche bei den Erhebungen im März und April im freien Fall mit Verlusten von insgesamt 27,8 Punkten befand, stimmen die Mai-Indikatoren damit vorsichtig optimistisch.

Ebenso verhält sich der ifo Geschäftsklimaindex für die deutsche Gesamtwirtschaft, der im Mai um 5,3 Punkte auf 79,5 Zähler steigt.

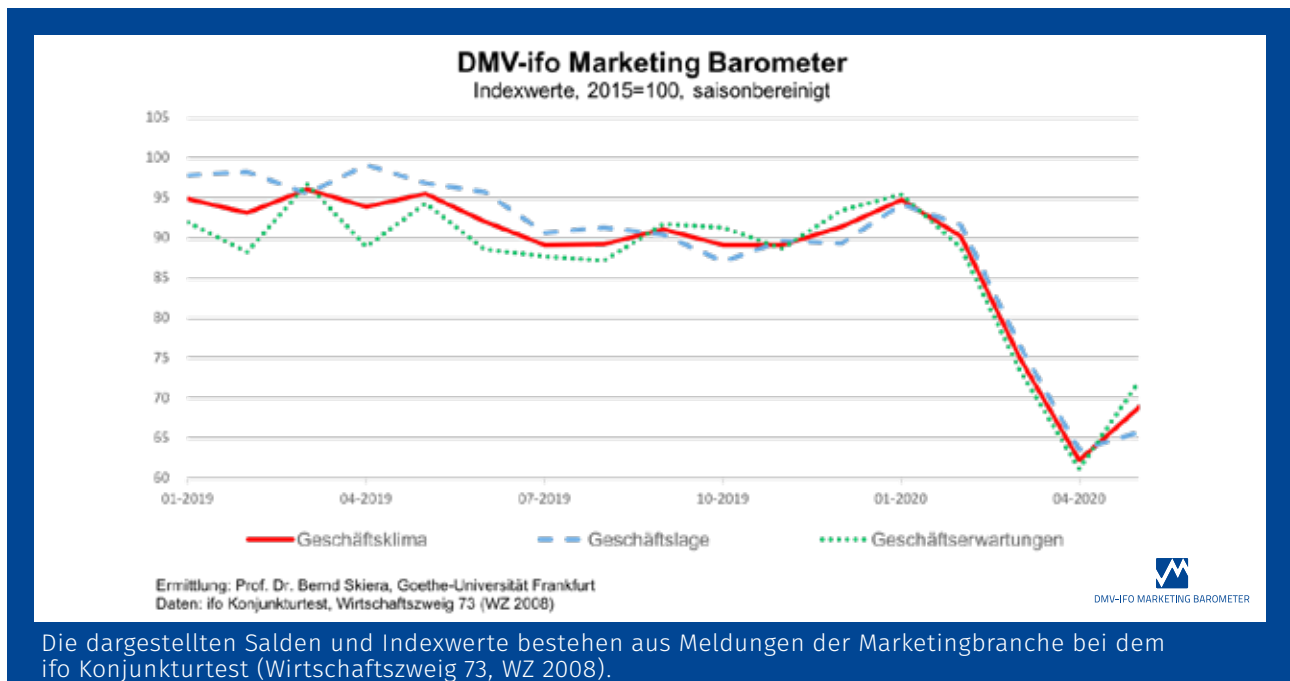
Die Geschäftserwartungen der deutschen Marketingbranche steigen noch deutlicher um 11,0 Punkte, sind jedoch mit 72,2 Punkten ebenso wie das Geschäftsklima auf sehr niedrigem Niveau, nämlich dem zweitniedrigsten jemals gemessenen Monatswert.

Während die deutschen Marketers die Zukunftsaussichten wieder deutlich optimistischer als im April einschätzen, verbessert sich die aktuelle Geschäftslage der Branche nur leicht um 2,2 Punkte auf einen Indexwert von 65,7.

Der leicht positive Verlauf im Vergleich zum Vormonat spiegelt sich auch in der Beurteilung des Auftragsbestandes,

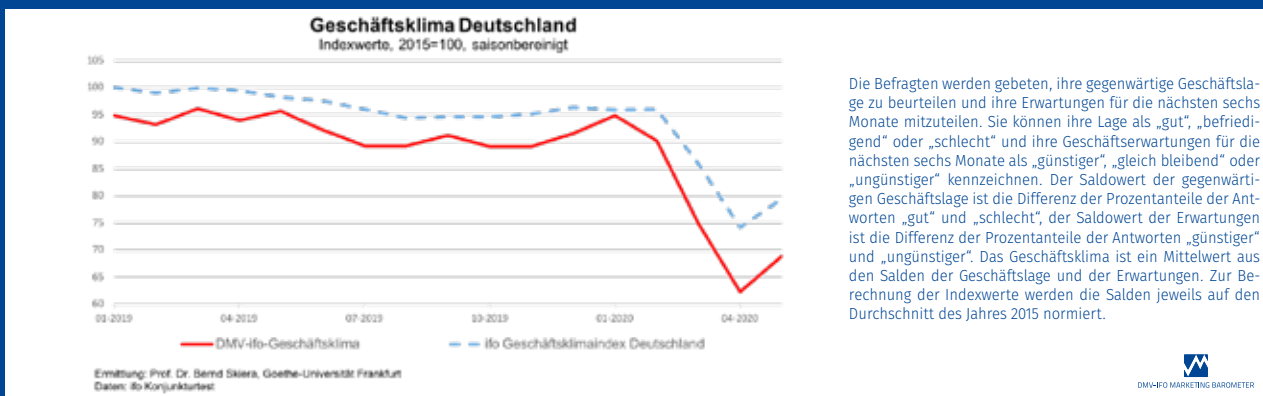
der Anzahl der Beschäftigten, sowie den Umsatzerwartungen wider. Die Marketing-Branche in Deutschland geht jedoch trotz deutlicher Verbesserung um 14,0 Zähler immer noch von deutlichen Auftragsrückgängen aus – verdeutlicht anhand eines Wertes von -49,2 Punkten. Die Einschätzung zur Anzahl der Beschäftigten erhöht sich im Mai deutlich um 9,4 Punkte, auf den zuletzt im März erreichten Wert von -23,2 Punkten. Die Umsatzerwartungen erholen sich am stärksten um 22,8 Punkte, liegen jedoch analog zu der Einschätzung der Beschäftigtenanzahl im Mai wieder auf ungefährem Märzniveau mit -32,8 Zählern.

Die Einschätzung der Preiserwartung steigt im zweiten Monat in Folge und befindet sich zum ersten Mal seit Februar 2020 mit 6,5 Punkten wieder im positiven Bereich, nach einem Plus in Höhe von 7,0 Punkten.



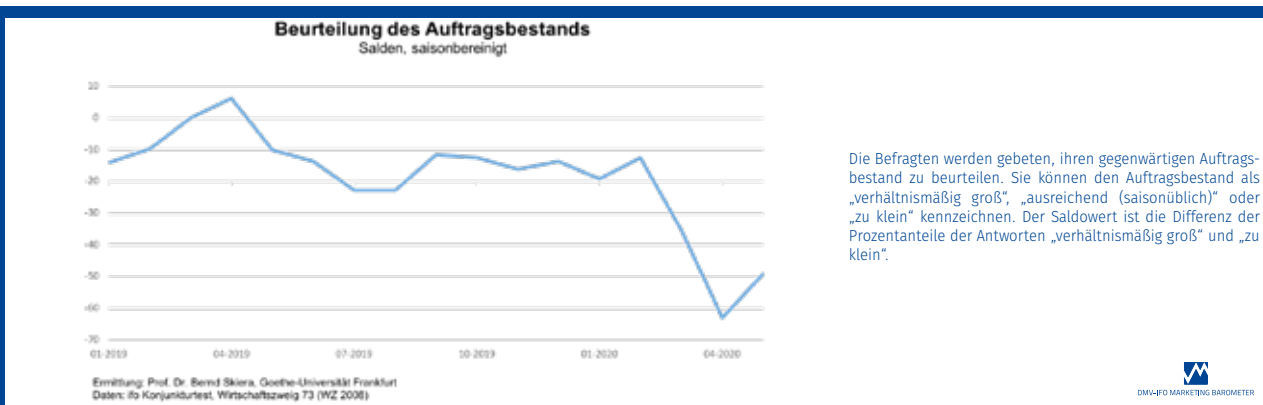
Die dargestellten Salden und Indexwerte bestehen aus Meldungen der Marketingbranche bei dem ifo Konjunkturtest (Wirtschaftszweig 73, WZ 2008).

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.



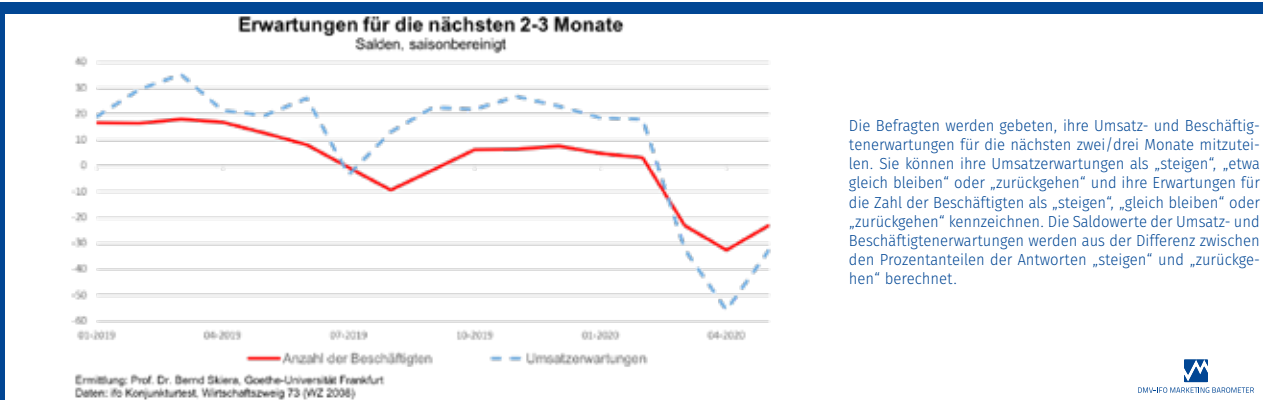
Die Befragten werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate mitzuteilen. Sie können ihre Lage als „gut“, „befriedigend“ oder „schlecht“ und ihre Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate als „günstiger“, „gleich bleibend“ oder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

Der drastische Negativverlauf aus dem Vormonat wird sowohl beim DMV-ifo-Geschäftsklima als auch beim ifo Geschäftsklimaindex in Deutschland weiter fortgeführt. Während die Marketingbranche das Geschäftsklima nun mit einem Indexwert von 62,4 Punkten (-12,9) einschätzt, verschlechtert sich die Wahrnehmung des Geschäftsklimas über alle Branchen in Deutschland ebenso deutlich auf 74,3 (-11,6). Beide Indexwerte wurden noch nie tiefer gemessen.



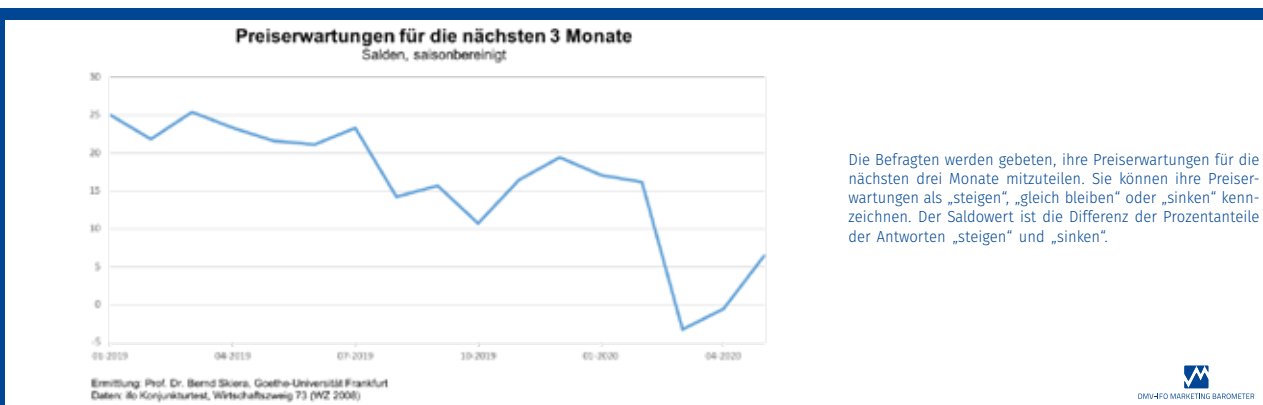
Die Befragten werden gebeten, ihren gegenwärtigen Auftragsbestand zu beurteilen. Sie können den Auftragsbestand als „verhältnismäßig groß“, „ausreichend (saisonüblich)“ oder „zu klein“ kennzeichnen. Der Saldowert ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „verhältnismäßig groß“ und „zu klein“.

Nach dem beträchtlichen Rückgang des Auftragsbestandsindikators im März um 22,6 Punkte geht dieser im April im Vergleich zum Vormonat März noch deutlicher um -27,9 Punkte zurück. Der Wert liegt damit bei -62,9 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 setzt den Einbruch fort und liegt nach einem Monatsverlust von 23,5 Punkten im April bei -55,7 Zählern. Die Einschätzung zur Anzahl der Beschäftigten geht weniger stark, aber ebenso spürbar um 9,6 auf -32,6 Punkte zurück.



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“.

Die Wahrnehmung der Preisentwicklung steigt leicht im Vergleich zum März um 2,2 Punkte, liegt aber dennoch im negativen Bereich bei -1,0. Eine leichte Mehrzahl der Befragten erwartet dementsprechend keine Preissteigerung in den kommenden drei Monaten.