



## DMV-IFO MARKETING BAROMETER Mai 2022

# Weiterhin positive Entwicklung des Marketingbarometers im Mai

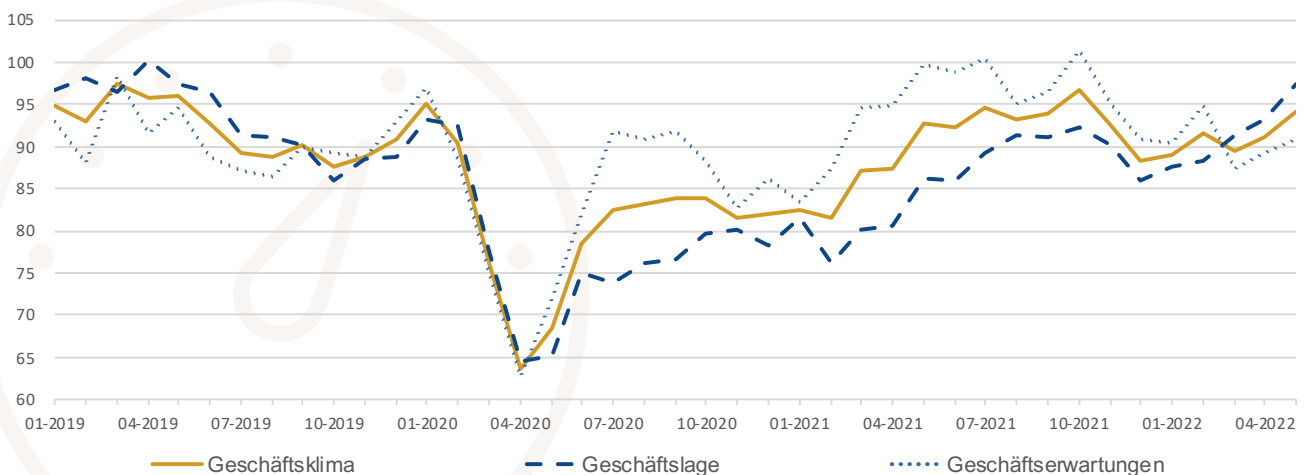
Im zweiten Monat in Folge entwickeln sich die Mehrzahl der Indikatoren des DMV-ifo Marketingbarometers positiv. Die Marketingbranche verbessert somit auch im Mai ihre Selbsteinschätzung.

Die deutschen Marketeers schätzen das Geschäftsklima im Mai um 2,9 Punkte höher als im Vormonat auf einen Indexwert von 94,1 Punkten ein. Gleichzeitig steigt der ifo Geschäftsklima-Index als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft um nur 1,1 Punkte auf einen Wert von 93,0 Punkten an. Etwas stärker erhöht sich die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage im Indexwert um 4,3 Punkte auf 97,4 Punkte. Als letzter

Hauptindikator steigen die Geschäftserwartungen der deutschen Marketingbranche um 1,6 Punkte auf 90,9 Punkte an.

Alle verbleibenden Indikatoren mit Ausnahme der Preiserwartungen steigen ebenfalls. Der Auftragsbestand wird im Mai mit einem positiven Saldenwert von 6,3 (+10,9) Punkte deutlich höher eingeschätzt. Ebenso steigt die Einschätzung hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl im Mai auf einen Saldo von 26,4 (+3,6 Punkte). Am deutlichsten verbessern sich die Umsatzerwartungen, welche im aktuellen Monat auf einen deutlich positiven Saldenwert von 39,7 (+15,8) Punkten steigen.

## DMV-ifo Marketing-Barometer Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

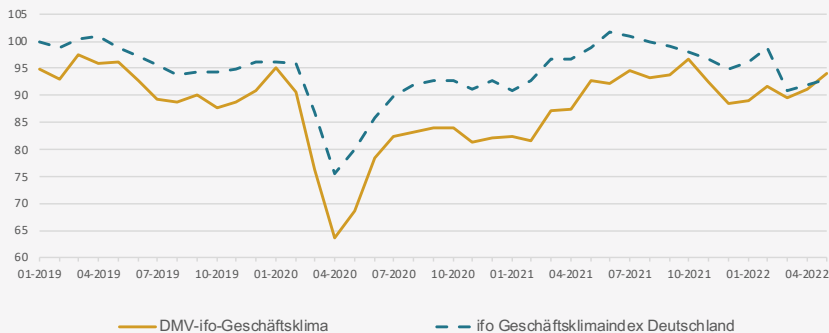


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Wie im Vormonat steigen auch im Mai sowohl das DMV-ifo Geschäftsklima der Marketingbranche als auch der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft. Der Indexwert der Marketingbranche erhöht sich im Mai auf 94,1 (+2,9) Punkte, während der ifo Geschäftsklimaindex weniger stark auf einen Wert von 93,0 (+1,1) Punkte steigt. Damit liegt nun erstmals der Indexwert der Marketingbranche über dem der Gesamtwirtschaft. Mit einem Unterschied von 1,1 Punkten schätzen die deutschen Marketeers somit ihre Branche im Mai leicht positiver als die Gesamtwirtschaft ein.

## DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

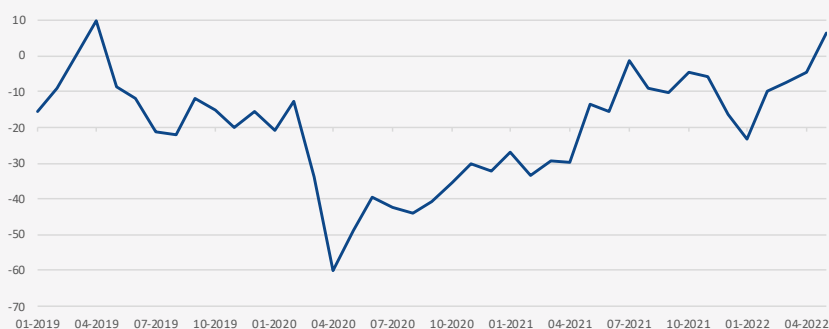


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Im dritten Monat in Folge erhöht sich die Beurteilung des Auftragsbestands der deutschen Marketingbranche. Erstmals seit drei Jahren liegt dieser Saldenwert mit 6,3 (+10,9) Punkten somit im positiven Bereich. Damit geht eine kleine Mehrheit der Befragten von kurzfristig steigenden Auftragsbeständen aus.

## Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

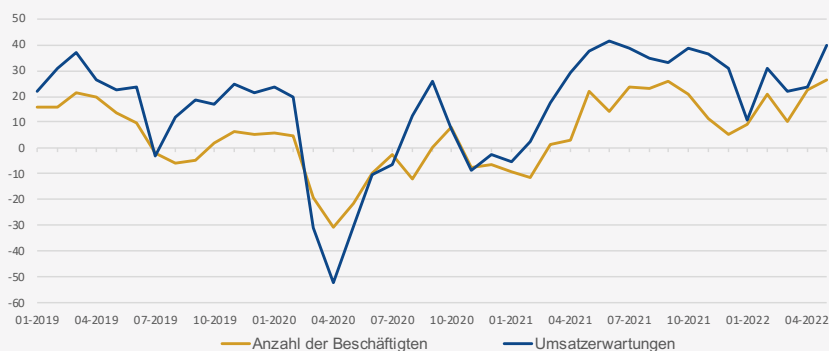


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Sowohl die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl als auch die des Umsatzes steigen weiterhin im Mai. Die deutsche Marketingbranche schätzt die Anzahl der Beschäftigten in den kommenden 2 – 3 Monaten im Saldo auf 26,4 (+3,6) Punkte ein. Ebenso steigt die Umsatzerwartung der deutschen Marketeers im Mai deutlich auf einen stark positiven Saldenwert von 39,7 (+15,8) Punkten.

## Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt

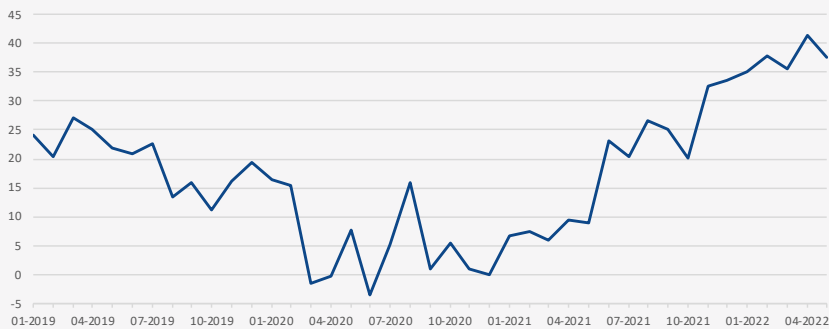


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Bei weiterhin steigendem Preisniveau sinkt die Einschätzung der Preiserwartungen in der deutschen Marketingbranche auf einen weiterhin hohen Saldenwert von 37,5 (-3,9) Punkten. Trotz steigender Inflationsrate geht somit eine etwas kleiner werdende Mehrheit der Befragten von steigenden Preisen aus.

## Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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