



DMV-IFO MARKETING BAROMETER Juni 2022

Leichte Stimmungsdämpfung in der Marketingbranche im Juni

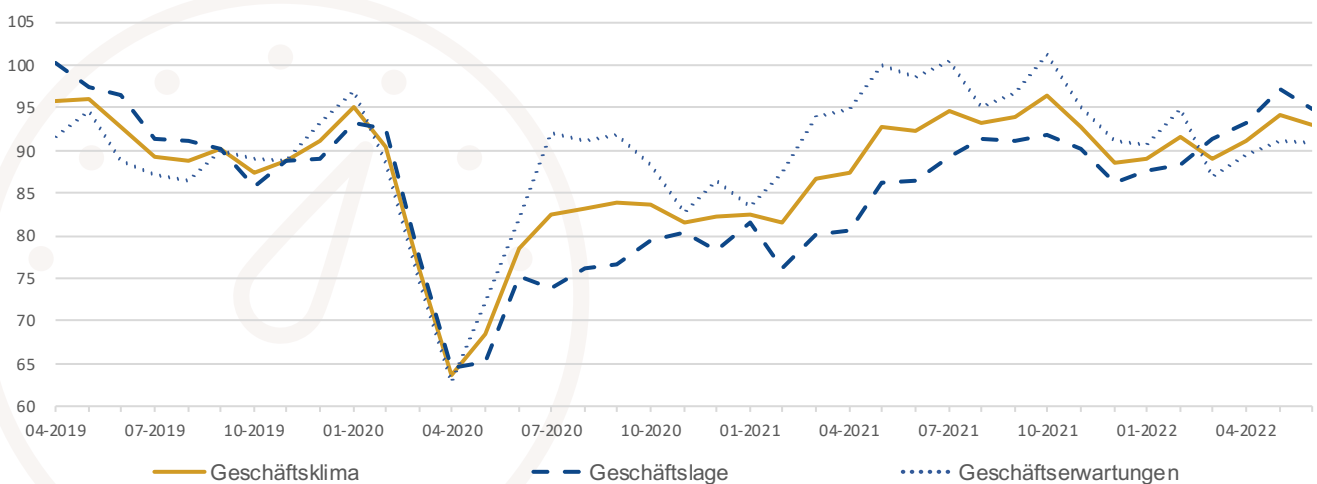
In der Juni-Befragung sinken alle Hauptindikatoren des DMV-ifo Marketingbarometers. Nach mehreren Monaten Aufwärtstrend schätzen die deutschen Marketeers die Stimmung somit wieder leicht schlechter als im Vormonat ein.

Die deutsche Marketingbranche schätzt das aktuelle Geschäftsklima im Juni 1,2 Punkte niedriger auf einen Indexwert von 92,9 Punkten ein. Ebenso sinkt der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft um 0,7 Punkte auf 92,3 Punkte. Des Weiteren verringert sich die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage etwas stärker um 2,3 Punkte auf den Indexwert von 95,0 Punkten. Jedoch verschlechtern

sich die Geschäftserwartungen der deutschen Marketingbranche im Juni nur marginal um 0,1 Punkte auf 91,0 Punkte.

Ebenso sinken in der aktuellen Befragung die Einschätzungen für den Auftragsbestand auf einen nur noch leicht positiven Saldenwert von 1,9 (-4,0) Punkten. Ebenfalls pessimistischer als im Vormonat schätzt die Marketingbranche die Anzahl der Beschäftigten ein. Dieser Saldenwert verringert sich auf 24,7 (-1,4) Punkte. Die Umsatzerwartungen der deutschen Marketeers bleiben im Juni unverändert im Saldo bei 40,0 Punkten. Einzig die Preiserwartungen steigen im Juni auf 41,0 (+3,6) Punkte.

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

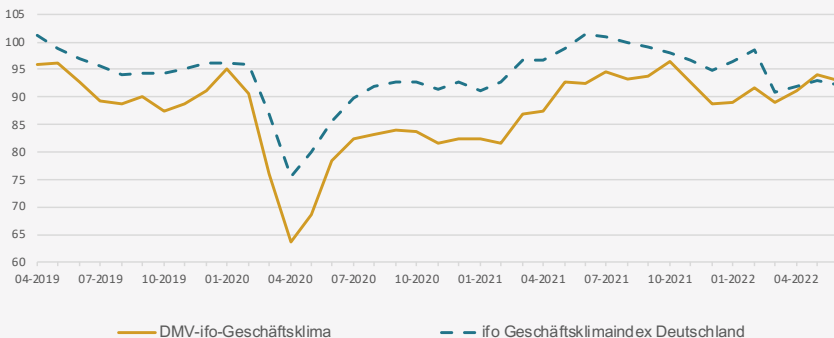


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Sowohl der DMV-ifo Geschäftsklima-index als auch der ifo Geschäftsklima-index als Vergleichsmaßstab für die Gesamtwirtschaft sinken leicht im Juni. Die Marketingbranche schätzt nun das Geschäftsklima in ihrer Branche auf einen Indexwert von 92,9 (-1,2) Punkten ein. Die Gesamtwirtschaft blickt leicht weniger, aber dennoch etwas pessimistischer als im Vormonat, mit einem Wert von 92,3 (-0,7) Punkten auf das aktuelle Geschäftsklima. Im Juni schätzt die Marketingbranche also im zweiten Monat in Folge ihre Situation leicht besser ein als die der Gesamtwirtschaft.

DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



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

Nach drei Monaten steigender Beurteilung des Auftragsbestands schätzt die Marketingbranche diesen Indikator im Juni wieder etwas schlechter ein. So sinken die Auftragsbestände im Saldo auf einen neutralen Wert von 1,9 (-4,0) Punkten. Somit geht weder eine Mehrheit der Befragten von sinkenden, noch von steigenden Auftragsbeständen aus.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

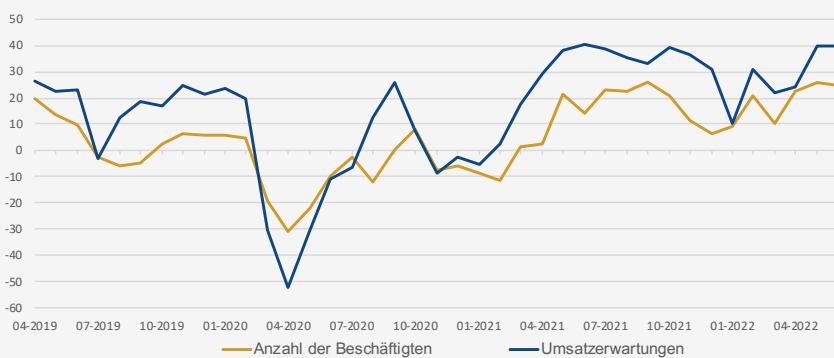


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Während die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenzahl im Juni leicht zurückgehen, bleiben die Umsatzerwartungen konstant. Die Marketingbranche geht im aktuellen Monat mit einer etwas kleiner werdenden Mehrheit von einer Erhöhung der Mitarbeitendenzahl bei einem Saldenwert von 24,7 (1,4) Punkten aus. Die Umsatzerwartungen verbleiben mit 40,0 Punkten beim Vormonatswert.

Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt

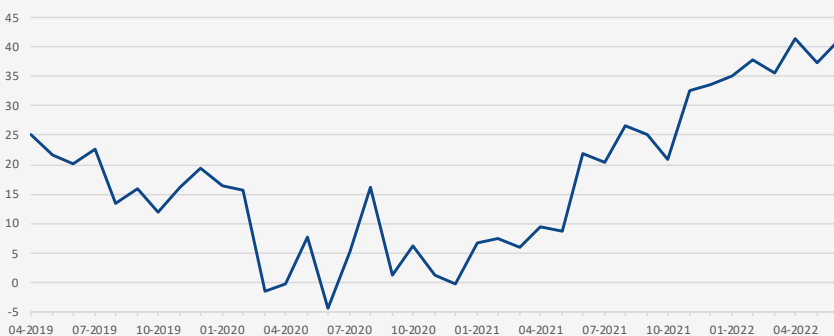


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Parallel zum weiterhin steigenden Preisniveau erhöhen sich auch die Preiserwartungen der Marketingbranche. Die Befragten gehen weiterhin bei einem Saldenwert von 41,0 (+3,6) Punkten mit großer Mehrheit 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)