



DMV-IFO MARKETING BAROMETER August 2022

Leicht positive Stimmungsentwicklung nach Einbruch im Vormonat

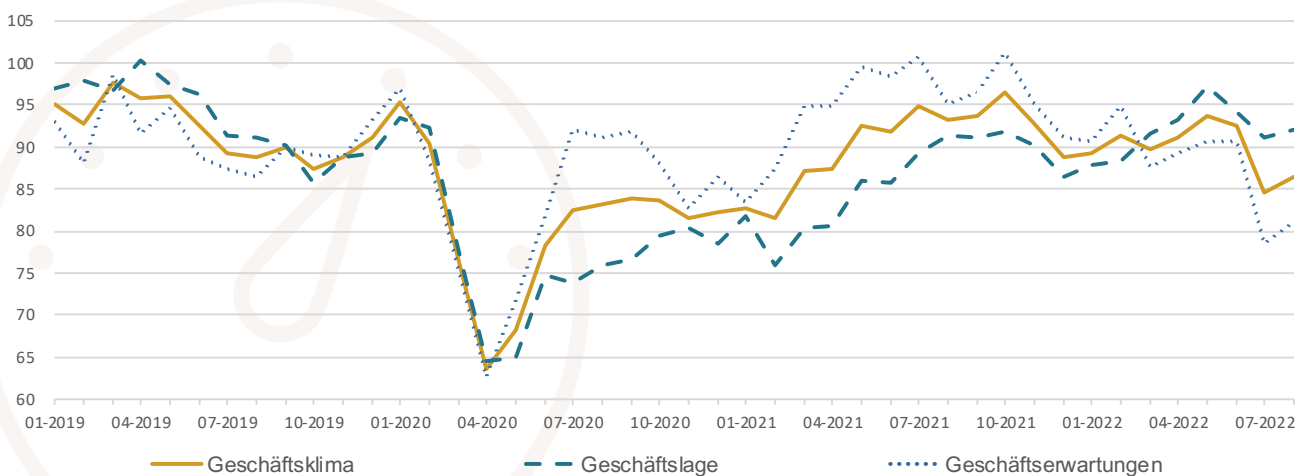
Nachdem sich die Selbsteinschätzung der deutschen Marketingbranche im Juli dramatisch verschlechtert hatte, setzt sich dieser Trend im August nicht fort. Alle Indikatoren, mit Ausnahme der Preiserwartungen, steigen im Vormonatsvergleich wieder leicht an. Damit scheint der Abwärtstrend vorerst gestoppt.

Das Geschäftsklima der deutschen Marketeers steigt leicht um 1,8 Punkte auf einen Indexwert von 86,5 Punkten. Gleichzeitig sinkt der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft marginal um -0,2 Punkte auf fast unveränderte 88,5 Punkte. Ebenfalls wenig verändert sich die Einschätzung der Marketing-Geschäftslage, welche im aktuellen Monat um 0,9 Punkte auf einen Index von 92,1 Punkten steigt. Mit einem Plus von 2,6 Punkten erhöhen sich die Geschäftserwartungen der Marketingbranche

im August etwas deutlicher auf einen Indexwert von 81,2 Punkten. Damit befinden sich die Hauptindikatoren des DMV-ifo Marketing-Barometers jedoch weiterhin deutlich unter den Werten vor dem Juli-Einbruch.

Alle weiteren Indikatoren des Barometers steigen im August – einzig die Preiserwartungen verringern sich leicht. Mit einem Saldenwert von -5,2 (+8,0) Punkten steigt die Einschätzung des Auftragsbestands zwar am deutlichsten, liegt aber weiterhin im negativen Bereich. Nur leicht steigen die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl, welche im Saldo bei 17,7 (+1,0) Punkten liegen, sowie die Umsatzerwartungen auf einem Saldenwert von 10,4 (+0,5) Punkten. Während sich die Preiserwartungen mit einem Saldo von 38,6 (-2,1) Punkten weiterhin auf einem hohen Niveau befinden, sinken diese im August leicht.

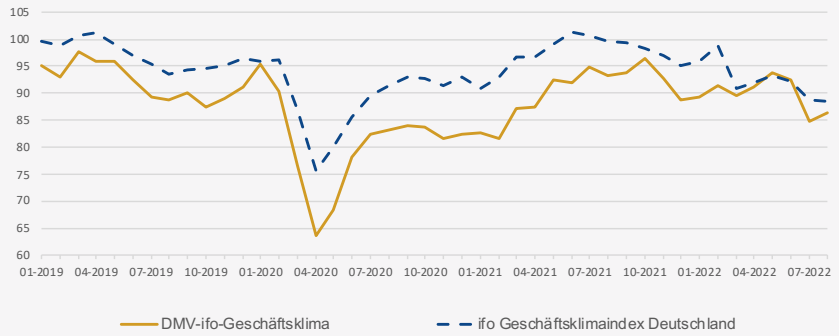
DMV-ifo Marketing-Barometer Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



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

Nachdem im Juli die Einschätzung des Marketing-Geschäftsklimas stark zurückgegangen ist, schätzen deutsche Marketeers das Klima in der Branche nun wieder leicht positiver ein. Der DMV-ifo Geschäftsklimaindex steigt im August auf 86,5 (+1,8) Punkte, womit sich dieser wieder dem Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft annähert. Der entsprechende ifo Geschäftsklimaindex bleibt fast unverändert bei 88,5 (-0,2) Punkten, weshalb sich der Abstand der beiden Indikatoren auf 2,0 Punkte verringert. Weiterhin wird das Marketing-Geschäftsklima leicht schlechter als das der Gesamtwirtschaft eingeschätzt.

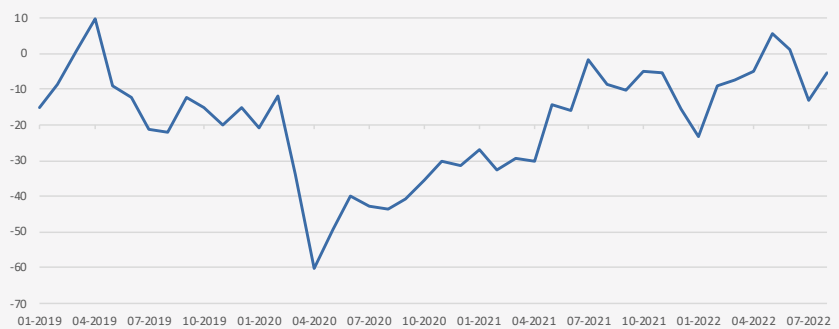
DMV-ifo Marketing-Barometer Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



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

Nachdem die Beurteilung des Auftragsbestands in der deutschen Marketingbranche im Juli ebenfalls deutlich zurückgegangen ist, steigt dieser Indikator jetzt wieder spürbar. Im August befindet sich dieser Saldenwert jedoch weiterhin im leicht negativen Bereich bei -5,2 (+8,0) Punkten.

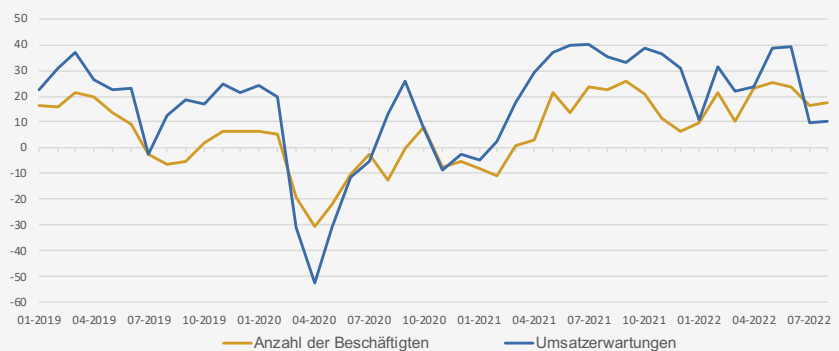
Beurteilung des Auftragsbestands Salden, saisonbereinigt



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

Nur leicht verändern sich die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl sowie des Umsatzes. Im August erwarten mit einem Saldo von 17,7 (+1,0) Punkten etwas mehr Befragte der Marketingbranche eine leichte Zunahme der Personalanzahl, während der Saldo der Umsatzerwartungen mit 10,4 (+0,5) Punkten im August fast unverändert bleibt.

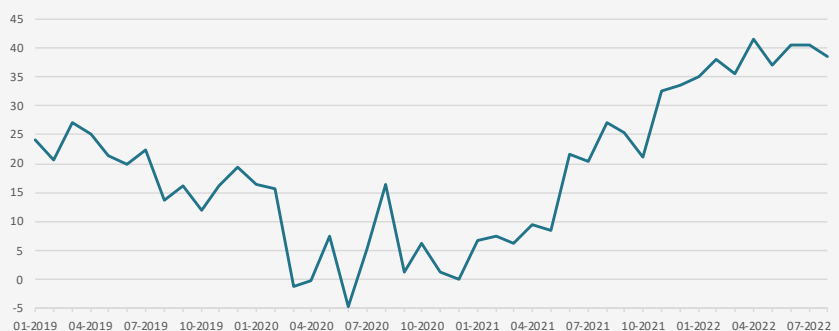
Erwartung für die nächsten 2-3 Monate Salden, saisonbereinigt



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

Die Preiserwartungen in der Marketingbranche sind auch im August weiterhin auf hohem Niveau, sinken aber im Vormonatsvergleich leicht. Im Saldo geht mit 38,6 (-2,1) Punkten eine weiterhin große, jedoch leicht abnehmende Mehrheit der Befragten von Preissteigerungen den nächsten drei Monaten aus.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate Salden, saisonbereinigt



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