



DMV-IFO MARKETING BAROMETER Oktober 2022

Weiterführung des Negativ-Trends in der Marketingbranche im Oktober

Wie im Vormonat schätzt die deutsche Marketingbranche auch im Oktober ihre Lage weitestgehend schlechter als im vergangenen Monat ein. Mit Ausnahme der Beschäftigten-Erwartung sinken alle erhobenen Indikatoren in der aktuellen Befragung deutscher Marketeers.

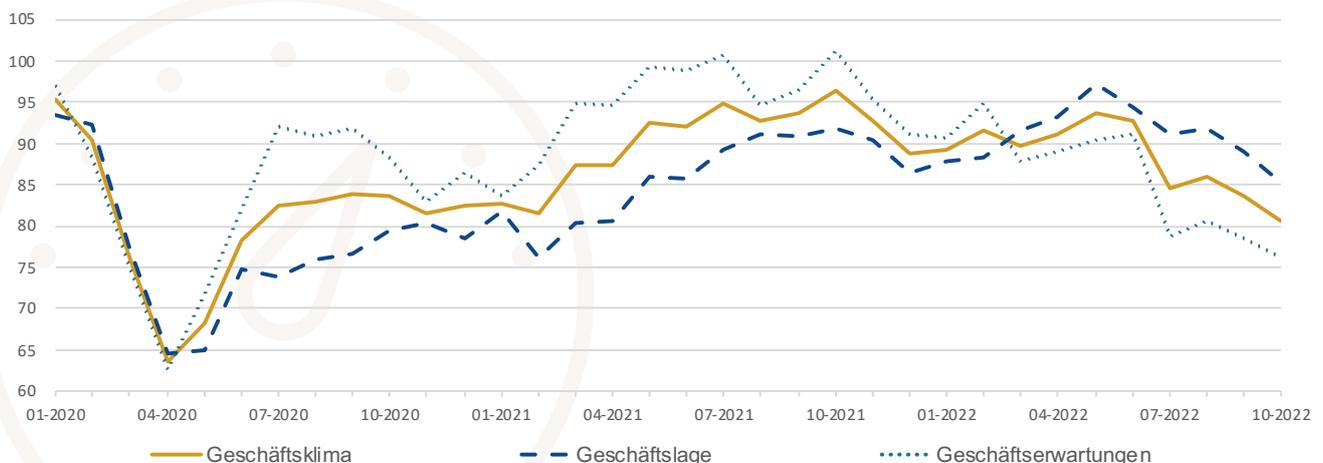
Das Geschäftsklima der Marketingbranche sinkt im Oktober um 3,0 Punkte auf einen Indexwert von 80,6 Punkten. Damit befindet sich dieser Indikator auf einem Tiefststand seit Juni 2020. Der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft sinkt nur marginal um -0,1 Punkte und bleibt somit fast unverändert bei einem Indexwert von 84,3 Punkten. Im Vergleich zum September sinkt die empfundenen Geschäftslage der deutschen Marketingbranche

im Oktober deutlich um 3,8 Punkte im Index auf 85,3 Punkte. Etwas weniger stark sinken die Geschäftserwartungen der Branche um 2,3 Punkte auf einen Indexwert von 76,2 Punkten.

Die weiteren Indikatoren des DMV-ifo Marketing-Barometers sinken in der aktuellen Erhebung mit nur einer Ausnahme. Der Saldo des Auftragsbestands wird im Oktober deutlich pessimistischer auf -15,0 (-11,3) Punkte eingeschätzt, während die Umsatzerwartungen noch deutlicher auf einen Saldenwert von -11,1 (-16,3) Punkte zurückgehen. Auf weiterhin hohem Niveau geht der Saldo der Preiserwartungen im Oktober leicht auf 45,9 (-1,5) Punkte zurück. Einzig die Einschätzung der Beschäftigtenanzahl steigt in der Oktober-Erhebung leicht auf einen nahezu neutralen Saldenwert von 2,2 (+1,0) Punkte.

DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



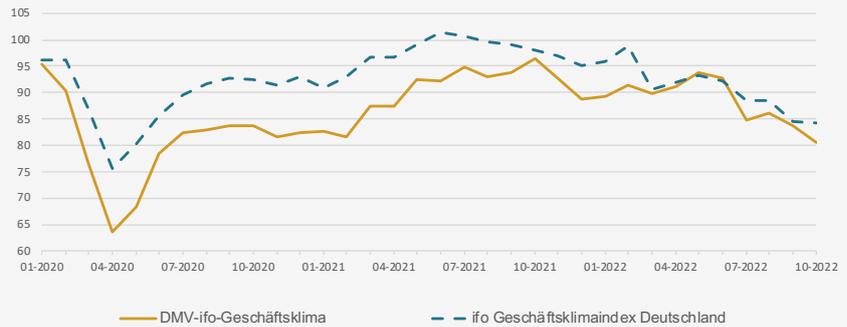
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Herausgeber Deutscher Marketing Verband e. V. (DMV) Sternstraße 58, D-40479 Düsseldorf, Fon +49 (0) 211.864 06-0, info@marketingverband.de, marketingverband.de/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer

Im Oktober sinkt die Einschätzung des aktuellen Marketing-Geschäftsklimas im zweiten Monatsvergleich in Folge. Der DMV-ifo Geschäftsklimaindex sinkt im aktuellen Monat auf 80,6 (-3,0) Punkte. Der Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft bleibt fast unverändert und sinkt marginal auf 84,3 (-0,1) Punkte. Damit steigt der Unterschied der beiden Indikatoren nach fast keinem Unterschied im September wieder auf 3,7 Punkte.

DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

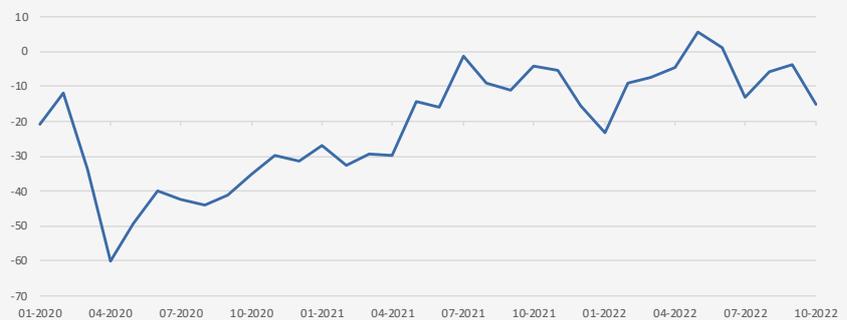


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Nach zwei positiven Monatsentwicklungen sinkt im Oktober die Beurteilung des Auftragsbestands wieder deutlich. Dieser Indikator befindet sich nun auf einem Saldenwert von -15,0 (-11,3) Punkten, womit eine größer werdende Mehrheit der Befragten von einem rückläufigen Auftragsbestand ausgeht.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

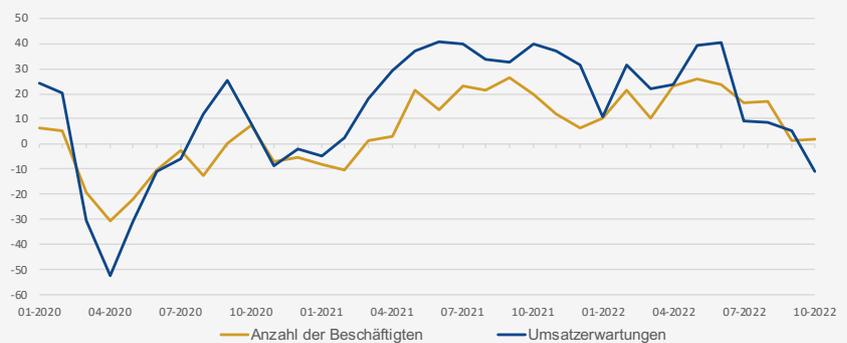


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die Umsatzerwartungen der deutschen Marketingbranche sinken deutlich im Oktober, während sich die Erwartung hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl annähernd konstant entwickelt. Die befragten Marketeers gehen mit einem Saldenwert von -11,1 (-16,3) Punkten deutlich pessimistischer als im Vormonat wieder von sinkenden Umsätzen aus. Konträr dazu ist der Saldo der Erwartung hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl mit 2,2 (+1,0) Punkten fast unverändert neutral.

Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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

Im Oktober sinkt der Saldo der Preiserwartungen in der Marketingbranche leicht auf einen Saldenwert von 45,9 (-1,5) Punkten. Trotz dieses leichten Rückgangs ist der Oktober-Saldo der zweithöchste jemals gemessene nach dem vergangenen September. Damit geht weiterhin eine deutliche Mehrheit von Preissteigerungen aus.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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