



## DMV-IFO MARKETING BAROMETER Februar 2023

# Leicht verbesserte Stimmung der Marketingbranche im Februar

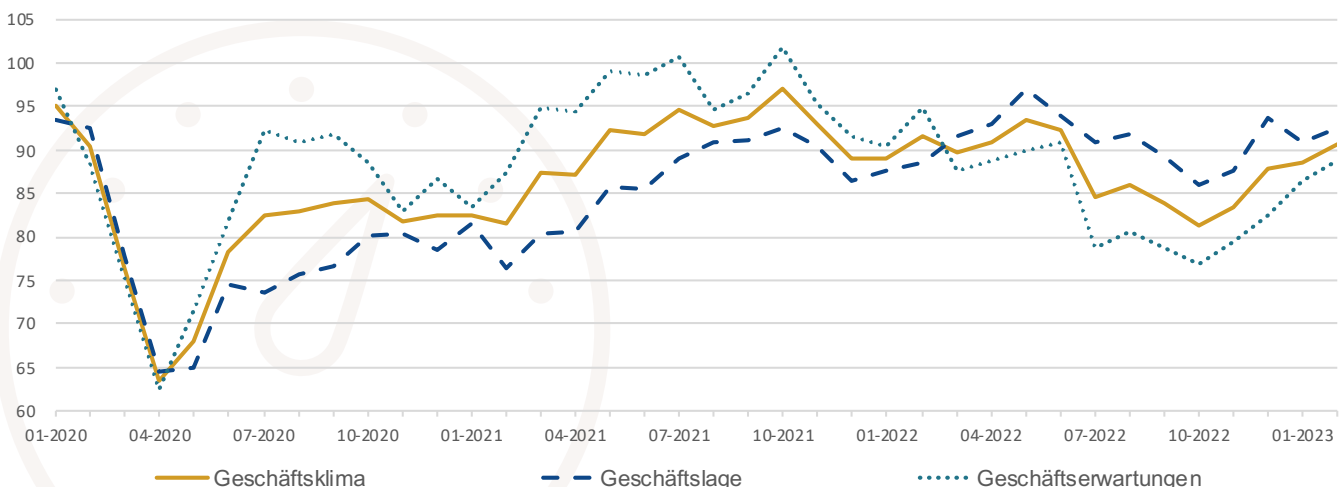
Nach einem durchwachsenen Start in das neue Jahr verbessert sich die Einschätzung der Marketingbranche im Februar über fast alle Indikatoren des DMV-ifo Marketing-Barometers. Damit blicken die befragten Marketer optimistischer in die Zukunft als noch im vergangenen Monat.

Das Geschäftsklima steigt im Februar um 2,0 Punkte auf einen Indexwert von 90,6 Punkten und setzt damit seinen Aufwärtstrend seit Oktober 2022 fort. Ebenso steigt der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft, jedoch weniger stark, um 1,0 Punkte auf 91,1 Punkte. Nachdem die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage in der Marketingbranche im Vormonat rückläufig war, steigt dieser Indikator im Februar wieder um 1,7 Punkte auf einen Indexwert von 92,6 Punkten. Weiterhin steigen

auch die Geschäftserwartungen der Branche — im aktuellen Monat um 2,2 Punkte auf einen Indexwert von 88,7 Punkten.

Unter den weiteren Indikatoren gehen die Einschätzung des Auftragsbestands leicht und die Preiserwartungen deutlich zurück, während die Branche die Anzahl der Beschäftigten sowie die Umsatzwartungen im Februar höher einschätzt. Konkret geht die Einschätzung des Auftragsbestands marginal auf einen Saldenwert von -12,3 (-0,8) Punkte zurück, während die Einschätzung hinsichtlich der Beschäftigtenzahl deutlich auf 16,9 (+5,5) Punkte steigt. Ebenso erhöhen sich auch die Erwartungen des Umsatzes im Saldo auf 13,9 (+2,1) Punkte, während die Preiserwartungen stark auf einen Saldenwert von 19,6 (-16,0) Punkten zurückgehen.

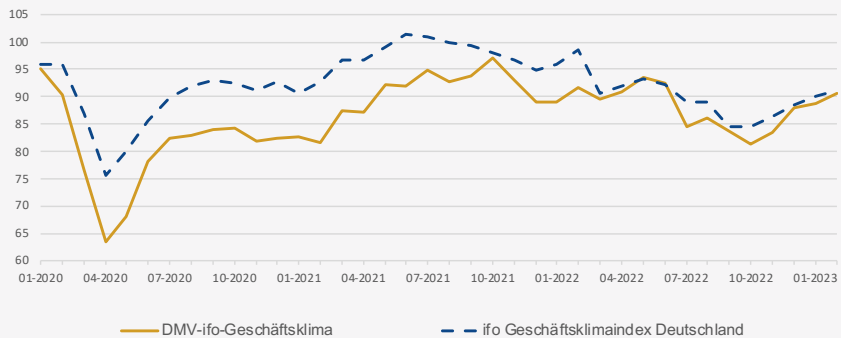
## DMV-ifo Marketing-Barometer Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



Das Geschäftsklima in der Marketingbranche steigt weiterhin — im Februar auf einen Indexwert von 90,6 (+2,0) Punkten. Ebenso erhöht sich der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft leicht auf einen Indexwert von 91,1 (+1,0) Punkten. Damit beträgt der Unterschied der beiden Indikatoren im Februar nur 0,5 Punkte.

## DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

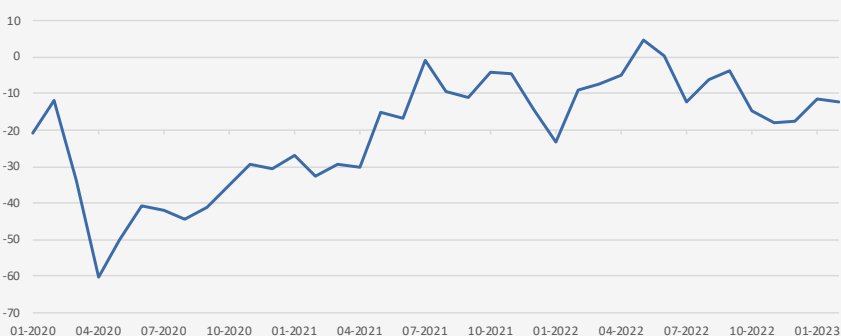


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die Beurteilung des Auftragsbestands verändert sich im Februar nur leicht und geht auf einen Saldenwert von -12,3 (-0,8) Punkten zurück. Damit gehen weiterhin eine Mehrheit der Befragten von rückläufigen Auftragsbeständen zurück.

## Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

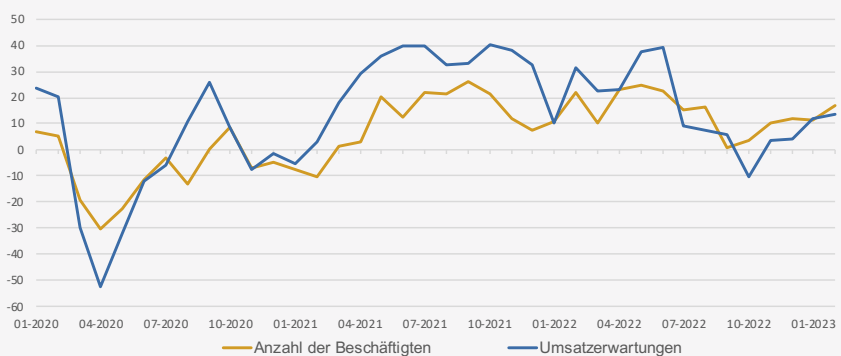


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Sowohl die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenzahl als auch des Umsatzes steigen im Februar. Die deutsche Marketingbranche geht im aktuellen Monat im Saldo mit 16,9 (+5,5) Punkten mehrheitlich von einer steigenden Mitarbeitendenzahl aus. Ebenso steigen die Umsatzerwartungen auf einen Saldenwert von 13,9 (+2,1) Punkte. Damit geht auch eine größer werdende Mehrheit der Befragten von steigenden Umsätzen aus.

## 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 Februar gehen die Preiserwartungen der Marketingbranche stark zurück. Nach kurzer Unterbrechung des Abwärtstrends im Vormonat setzt sich dieser im Februar wieder fort. Mit einem Saldenwert von 19,6 (-16,0) Punkten geht im aktuellen Monat nur noch eine deutlich 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)