



DMV-IFO MARKETING BAROMETER April 2023

Weiterhin leichter Aufwärtstrend in der Marketingbranche

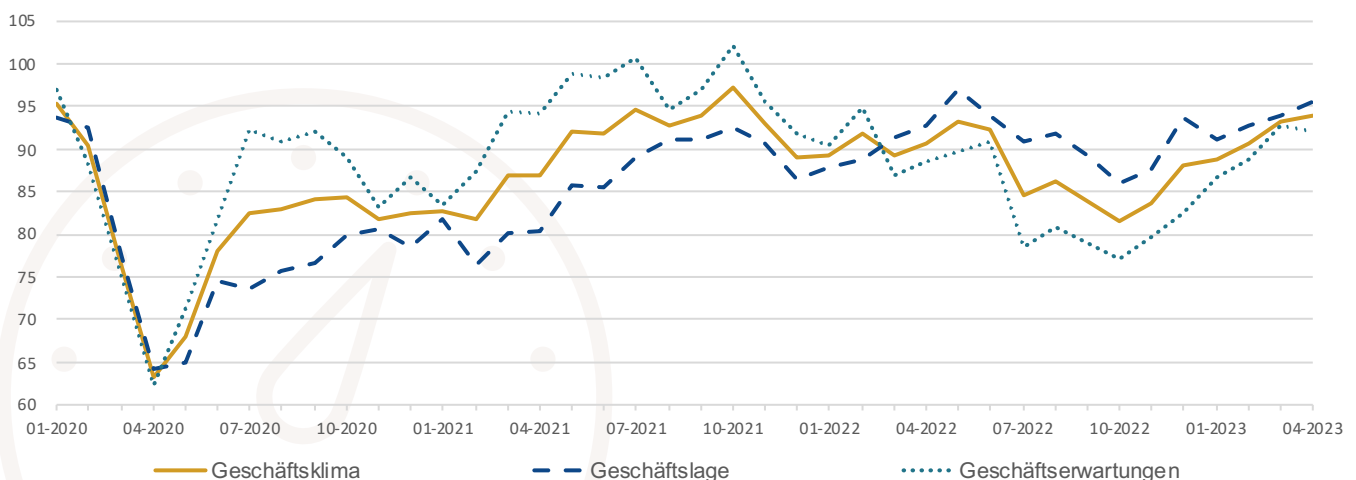
Die Stimmung der deutschen Marketingbranche verbessert sich auch im April über den Großteil der erhobenen Indikatoren des DMV-ifo Marketingbarometers. Damit setzt die Branche ihren Aufwärtstrend seit Anfang des Jahres weiter fort.

Das Geschäftsklima der Marketingbranche steigt im April leicht um 0,5 Punkte auf einen Indexwert von 93,8 Punkten. Damit befindet sich dieser Indikator auf einem Höchstwert seit Oktober 2021. Fast genauso stark steigt der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft im aktuellen Monat um 0,4 Punkte auf einen Indexwert von 93,6 Punkten. Etwas stärker erhöht sich die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage in der Marketingbranche, welche im April um 1,7 Punkte auf einen Indexwert von 95,6 Punkten steigt. Lediglich die Geschäftserwartungen sinken im aktuellen Monat leicht auf 92,0 Punkte – eine Verschlechterung um 0,7 Punkte.

Die weiteren Indikatoren des DMV-ifo Marketingbarometers steigen durchweg – mit Ausnahme der Preiserwartungen. Befragte Marketers schätzen den Auftragsbestand mit einem Saldenwert von -6,1 (+2,7) Punkten weiterhin leicht, jedoch weniger stark rückläufig als im Vormonat ein. Die Branche geht im April von einer deutlich steigenden Mitarbeitendenanzahl aus. Mit einem Saldenwert von 30,1 (+13,7) Punkten gehen die Befragten deutlich von einem Beschäftigtenzuwachs aus. Nur leicht erhöhen sich hingegen die Umsatzerwartungen, welche bei einem deutlich positiven Saldenwert von 25,1 (+1,0) Punkten leicht steigen. Schlussendlich sinken die Preiserwartungen im aktuellen Monat nach deutlichem Plus im Vormonat wieder stark auf einen Saldo von 21,2 (-8,5) Punkten.

DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



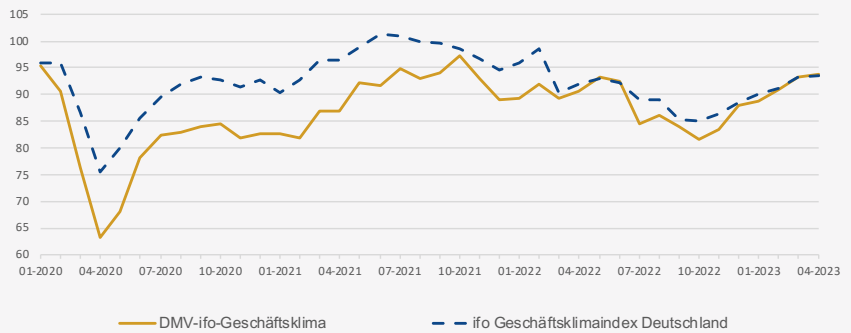
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

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

Seit Oktober 2022 steigt das Geschäftsklima der Marketingbranche kontinuierlich an. Im April steigt dieser Indikator jedoch nur leicht auf einen Indexwert von 93,8 (+0,5) Punkten. Der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der Gesamtwirtschaft steigt ebenso leicht auf 93,6 (+0,4) Punkte. Damit liegen die beiden Indikatoren im April mit einer Differenz von lediglich 0,2 Punkten weiterhin fast gleichauf.

DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

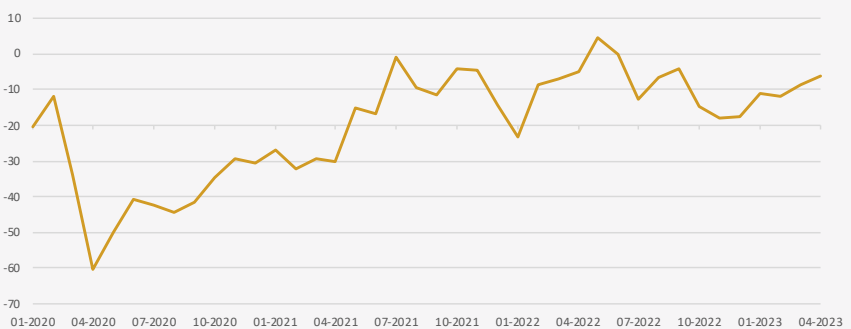


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Im April wird der Auftragsbestand von den Befragten im Saldo weiterhin leicht rückläufig auf -6,1 (+2,7) Punkte eingeschätzt. Trotz leicht positiver Entwicklung gehen somit eine kleine Mehrheit der befragten Marketers von einem rückläufigen Auftragsbestand aus.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

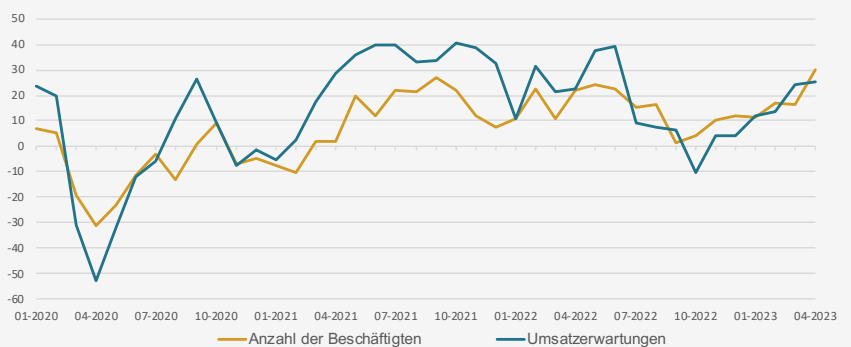


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl verbessern sich vergleichsweise stark: Bei einem Saldenwert von 30,1 (+13,7) Punkten geht eine deutliche und größer werdende Mehrheit von einer steigenden Beschäftigtenanzahl aus. Ebenso steigen die Umsatzerwartungen im aktuellen Monat, jedoch deutlich weniger stark bei einem Saldenwert von 25,1 (+1,0) Punkten.

Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt

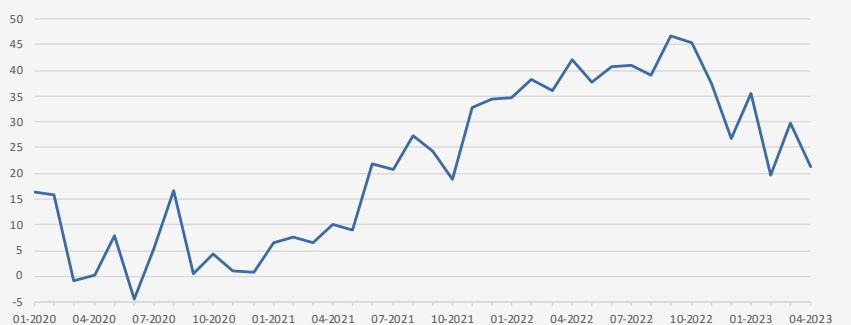


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die Einschätzung der Preiserwartungen in der Marketingbranche sind weiterhin sehr volatil, setzen jedoch ihren Abwärtstrend fort. Nach deutlichem Plus im Vormonat sinken die Preiserwartungen der Befragten im April wieder deutlich und befinden sich aktuell auf einem Saldenwert von 21,2 (-8,5) Punkten. Damit geht eine 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)