



BVMC-IFO MARKETING BAROMETER Oktober 2023

Leicht optimistischere Selbsteinschätzung der Marketingbranche

Nach einer sich kontinuierlich verschlechternden Lageeinschätzung der Marketingbranche in den Sommermonaten blicken die befragten Marketers im Oktober wieder leicht optimistischer auf die Branche. Die drei Hauptindikatoren des BVMC-ifo Marketing-Barometers steigen in der aktuellen Oktober-Erhebung jeweils leicht.

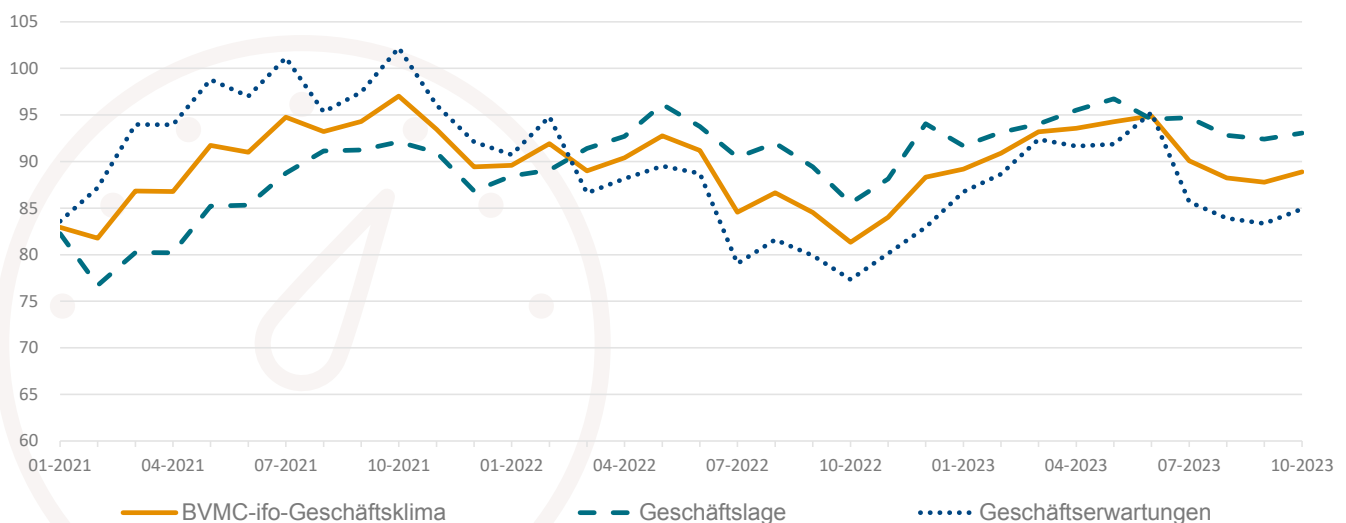
Die Einschätzung des Geschäftsklimas steigt im Oktober um 1,1 Punkte auf einen Indexwert von 88,9 Punkten. Annähernd parallel zu der Marketingbranche entwickelt sich auch die deutsche Gesamtwirtschaft: der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab steigt ebenfalls um 1,1 Punkte auf einen Indexwert von 86,9 Punkten. In der Marketingbranche erhöht sich ebenfalls die Selbsteinschätzung der aktuellen Geschäftslage. Dieser Indikator steigt um 0,6 Punkte auf den Indexwert von 93,1 Punkten. Als dritter Hauptindikator der

Marketingbranche steigen die Geschäftserwartungen am stärksten, aber dennoch vergleichsweise leicht, um 1,6 Punkte auf 84,9 Punkte.

Drei der vier weiteren Indikatoren des BVMC-ifo Marketing-Barometers sind in der Oktober-Erhebung rückläufig. Der Auftragsbestand wird im aktuellen Monat auf einen weiterhin leicht negativen Saldenwert von -5,6 (-0,4) Punkte eingeschätzt, während sich die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl deutlicher im Saldo auf -4,6 (-13,6) Punkte verringern. Ebenso gehen die Preiserwartungen im Oktober zurück, welche sich nun auf einem Saldenwert von 21,0 (-3,1) Punkten befinden. Dennoch schätzen die befragten Marketers die Umsatzerwartungen im Saldo auf 17,4 (+9,7) Punkte und damit deutlich positiver als im Vormonat ein.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



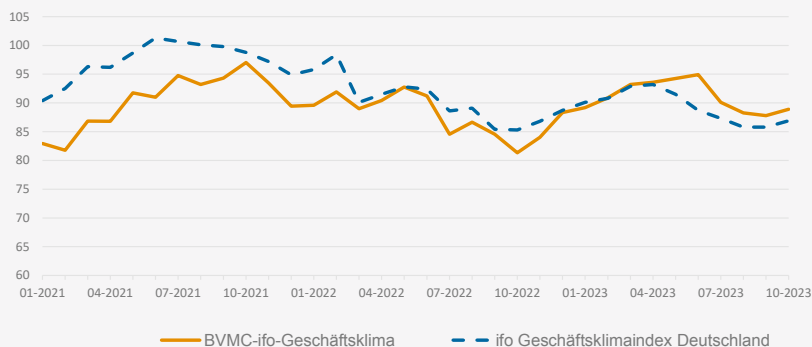
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Herausgeber Bundesverband Marketing Clubs (BVMC) Sternstraße 58, D-40479 Düsseldorf, Fon +49 (0) 211.864 06-0, info@marketingverband.de, marketingverband.de/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer

Im Oktober entwickeln sich die Einschätzungen des Geschäftsklimas der Marketingbranche und der deutschen Gesamtwirtschaft annähernd parallel und steigen leicht. Der BVMC-ifo-Geschäftsklimaindex steigt auf einen Indexwert von 88,9 (+1,1) Punkten, während der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft auf 86,9 (+1,1) Punkte steigt. Damit bleibt die Selbsteinschätzung der Marketingbranche mit einer Differenz von 2,0 Punkten leicht positiver als die der Gesamtwirtschaft.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

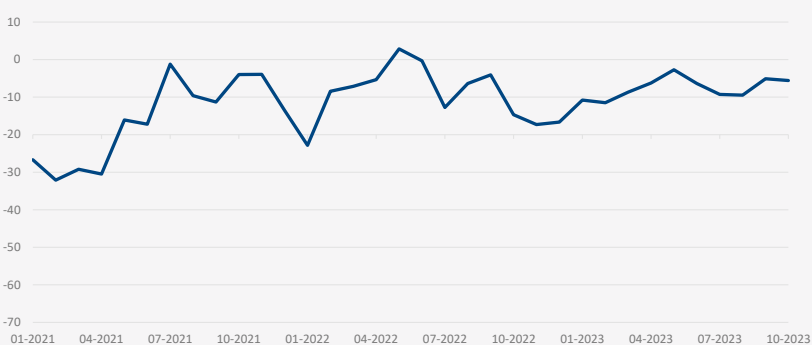


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die befragten Marketers schätzen den Auftragsbestand im Oktober leicht negativer als im Vormonat ein. Im Oktober beträgt die Beurteilung des Auftragsbestands im Saldo -5,6 (-0,4) Punkte. Damit geht weitehin eine kleine Mehrheit der Befragten von sinkenden Auftragsbeständen aus.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

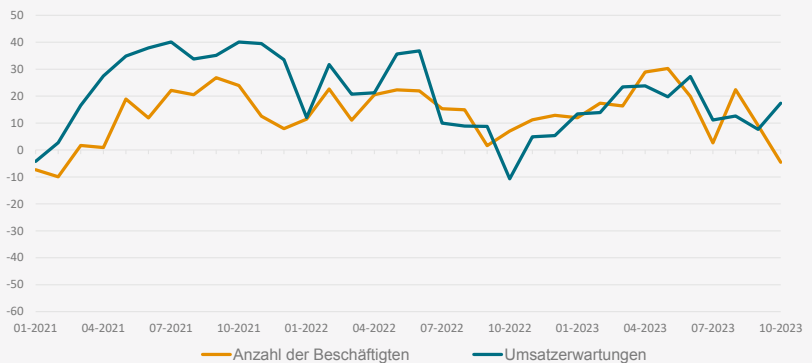


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Während die Umsatzerwartungen deutlich steigen, sinken die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl noch stärker. Mit einem Saldenwert von 17,4 (+9,7) Punkten geht im Oktober eine größer werdende Mehrheit der Befragten von steigenden Umsätzen aus, während nun mit einem Saldenwert von -4,6 (-13,6) Punkten erstmals seit Februar 2021 wieder ein kleine Mehrheit von einer sinkenden Beschäftigtenanzahl ausgeht.

Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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

Nach hoher Volatilität der Preiserwartungen im ersten Halbjahr verändern sich diese Erwartungen im zweiten Halbjahr nicht mehr so deutlich. Im Oktober sinkt der Saldo der Preiserwartungen leicht auf 21,0 (-3,1) Punkte, womit dennoch eine Mehrheit der Marketers von weiterhin steigenden Preisen ausgeht.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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