



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

SEPTEMBER 2017

Hochstimmung in der Marketingbranche

Trotz des leicht eingetrübten Geschäftsklimaindexes in der gesamten gewerblichen Wirtschaft, der von 115,9 auf 115,2 Punkte gesunken ist, herrscht im September wieder Optimismus in der Marketingbranche. Die Geschäftserwartungen verbesserten sich merklich und führten zu einem erneuten Anstieg des Geschäftsklimaindexes auf 113,5 Punkte.

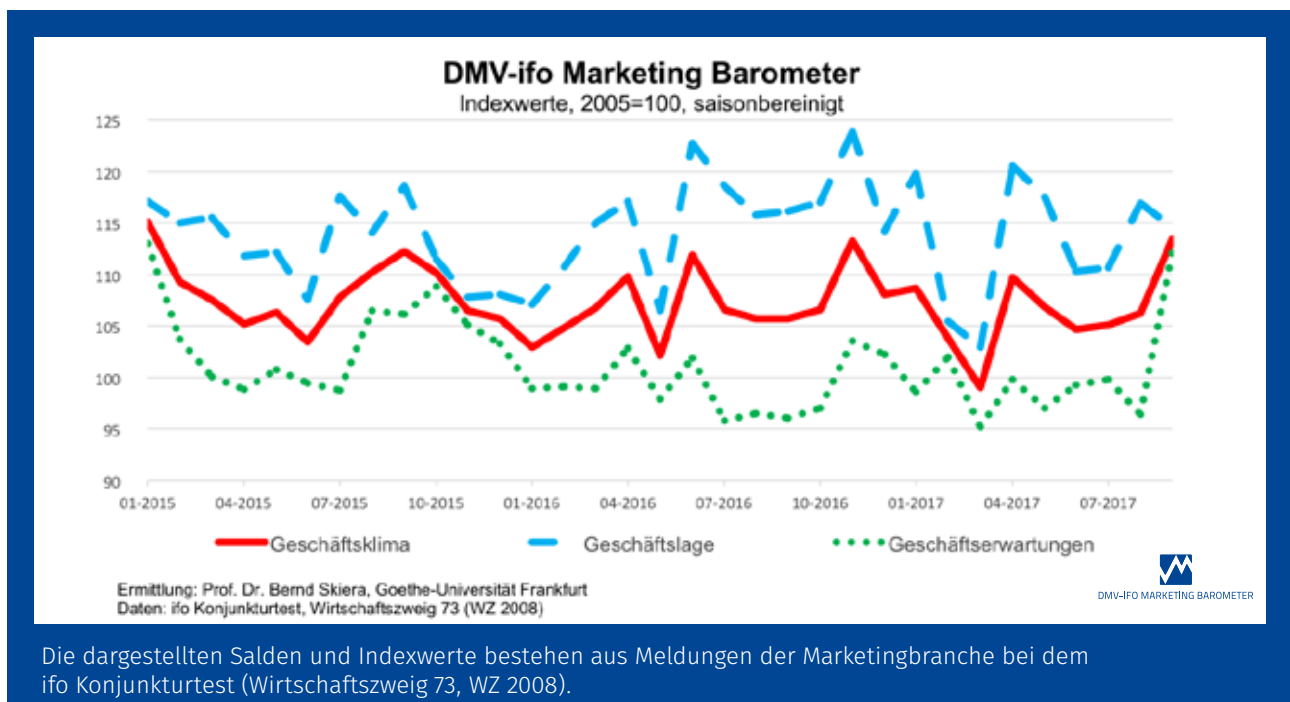
Die Zufriedenheit mit dem Auftragsbestand wurde als hervorragend eingestuft und erreichte mit

einem Saldowert von 25,7 Punkten den höchsten Wert in der seit 2005 laufenden Umfrage.

Im Zuge der im Geschäftsklima sehr positiv abgebildeten Stimmung rechneten die Befragungsteilnehmer vermehrt mit einer Ausweitung des Personalbestandes in den nächsten Monaten. Die Bereitschaft Mitarbeiter einzustellen, stieg im Vergleich zum Vormonat und erreichte mit einem Saldowert von 21,4 Punkten den zweithöchsten Wert im Jahr 2017. Zudem haben die Befragten

auch ihre Umsatzerwartungen für die kommenden Monate nach oben revidiert: Der Saldowert ist um 26,4 Punkte gestiegen und ist der bisher höchste gemessene Wert im dritten Quartal.

Darüber hinaus gingen die Befragten häufiger von Preiserhöhungen im nächsten Quartal aus: Die anhaltende positive Entwicklung setzte sich im September fort und der Saldowert der Preiserwartungen ist zum dritten Mal in Folge gestiegen, auf den dritthöchsten Wert der gesamten Zeitreihe.



¹ Das ifo Geschäftsklima basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Großhandels und des Einzelhandels. Die Unternehmen werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate mitzuteilen. Sie können ihre Lage mit „gut“, „befriedigend“ oder „schlecht“ und ihre Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate als „günstiger“, „gleich bleibend“ oder „ungünstiger“ kennzeichnen. Die Antworten werden nach der Bedeutung der Branchen gewichtet und aggregiert. Der Saldowert der gegenwärtigen Geschäftslage ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „gut“ und „schlecht“, der Saldowert der Erwartungen ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „günstiger“ und „ungünstiger“. Das Geschäftsklima ist ein Mittelwert aus den Salden der Geschäftslage und der Erwartungen. Seit Januar 2015 wird das X-13ARIMA-SEATS-Verfahren für die Saisonbereinigung bei der Berechnung der Ergebnisreihen des ifo Konjunkturtests verwendet. Zur Berechnung der Indexwerte werden die Salden jeweils auf den Durchschnitt des Jahres 2005 normiert. Gewerbliche Wirtschaft: Verarbeitendes Gewerbe, Bauhauptgewerbe, Groß- und Einzelhandel. Quelle: ifo Konjunkturtest

Impressum:
Herausgeber Deutscher Marketing Verband e. V. (DMV), Sternstraße 58, 40479 Düsseldorf
Fon: +49 (0) 211.864 06-0 | Fax: +49 (0) 211.864 06-40
info@marketingverband.de | www.marketingverband.de
http://www.marketingverband.de/aktuelles/marketingbarometer/
Bildquellen: DMV-ifo Marketing Barometer



Die Befragten werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate mitzuteilen. Sie können ihre Lage als „gut“, „befriedigend“ oder „schlecht“ und ihre Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate als „günstiger“, „gleich bleibend“ oder „ungünstiger“ kennzeichnen. Der Saldowert der gegenwärtigen Geschäftslage ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „gut“ und „schlecht“, der Saldowert der Erwartungen ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „günstiger“ und „ungünstiger“. Das Geschäftsklima ist ein Mittelwert aus den Salden der Geschäftslage und der Erwartungen. Zur Berechnung der Indexwerte werden die Salden jeweils auf den Durchschnitt des Jahres 2005 normiert.



Der Geschäftsklimaindex der gesamten gewerblichen Wirtschaft wurde zum zweiten Mal in Folge nach unten revidiert und ist im September um 0,7 Punkte leicht gesunken. Die Marketingbranche hat dahingegen das Geschäftsklima wieder äußerst positiv bewertet: Der Geschäftsklimaindex hat mit 113,5 Punkten den höchsten Wert seit Januar 2015 erreicht.



Die Befragten werden gebeten, ihren gegenwärtigen Auftragsbestand zu beurteilen. Sie können den Auftragsbestand als „verhältnismäßig groß“, „ausreichend (saisonüblich)“ oder „zu klein“ kennzeichnen. Der Saldowert ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „verhältnismäßig groß“ und „zu klein“.



Die Umfrageteilnehmer zeigten sich zum dritten Mal in Folge zufriedener mit dem aktuellen Auftragsbestand, dessen Beurteilung mit einem Saldowert von 25,7 Punkten auf ein neues Rekordniveau gestiegen ist.



Die Befragten werden gebeten, ihre Umsatz- und Beschäftigterwartungen für die nächsten zwei/drei Monate mitzuteilen. Sie können ihre Umsatzerwartungen als „steigen“, „etwa gleich bleiben“ oder „zurückgehen“ und ihre Erwartungen für die Zahl der Beschäftigten als „steigen“, „gleich bleiben“ oder „zurückgehen“ kennzeichnen. Die Saldowerte der Umsatz- und Beschäftigterwartungen werden aus der Differenz zwischen den Prozentanteilen der Antworten „steigen“ und „zurückgehen“ berechnet.



Angesichts der ausgezeichneten Nachfrage rechneten die Befragten vermehrt mit einem Umsatzanstieg im nächsten Quartal: Der Saldowert der Umsatzerwartungen lag bei 47,7 Punkten. Die positive Stimmung spiegelte sich auch in den Einstellungsplänen wider: Die Anzahl der Beschäftigten soll im vierten Quartal steigen und deren Indikator ist auf 21,4 Punkte gestiegen.



Die Befragten werden gebeten, ihre Preiserwartungen für die nächsten drei Monate mitzuteilen. Sie können ihre Preiserwartungen als „steigen“, „gleich bleiben“ oder „sinken“ kennzeichnen. Der Saldowert ist die Differenz der Prozentanteile der Antworten „steigen“ und „sinken“.



Aufgrund der aktuell sehr gut laufenden Geschäfte planen die Befragten, die Preise weiter anzuheben. Der Saldowert der Preiserwartungen lag bei 36,9 Punkten.