



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

MAI 2017

Optimismus in der Marketingbranche lässt nach

Nach einer sehr optimistischen Beurteilung im Vormonat revidierte die Marketingbranche ihre Einschätzungen: Der Geschäftsklimaindex sank im Mai von 109,8 (saisonbereinigt korrigiert) auf 106,7 Punkte. Zudem sind sowohl die Zufriedenheit mit der aktuellen Geschäftslage als auch die Geschäftserwartungen leicht gesunken.

Grund dafür könnten die angepassten Preiserwartungen sein. Die Anzahl der Befragten, die mit einem Spielraum für weitere Preiserhöhungen in den nächsten drei Monaten

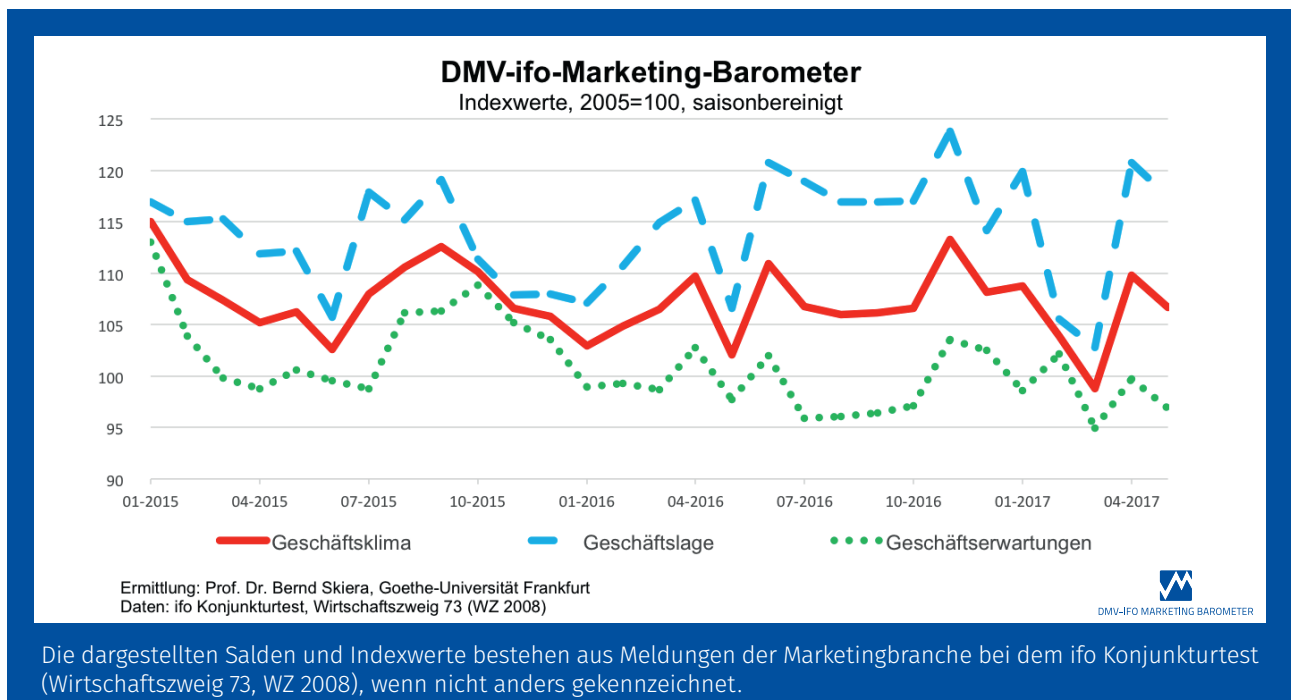
rechnete, ist leicht gesunken und lag bei 44,7. Trotz der ungünstigeren Aussichten blieb die Zahl der positiven Stimmen auf einem historisch hohen Niveau.

Trotz dieser leicht sinkenden Werte zeigten sich die Befragten wieder zufriedener mit dem Auftragsbestand – der Saldowert stieg auf -7,10. Die zunehmende Anzahl an positiven Antworten war aber noch nicht ausreichend, um den Saldowert in den positiven Bereich zu bringen.

Darüber hinaus wurden die Umsatz-

erwartungen für die nächsten drei Monate deutlich günstiger eingestuft. Der Saldowert lag bei 50,4 und ist der bisher höchste gemessene Wert im zweiten Quartal. Dieser Optimismus spiegelte sich in den Beschäftigungsplänen wider: Der Saldowert kletterte auf 36,3 und erreichte damit den höchsten Stand seit September 2015.

Auch in der gesamten gewerblichen Wirtschaft herrscht Optimismus: Der Geschäftsklimaindex stieg auf 114,6 Punkte und erreichte den höchsten Stand seit 1991.

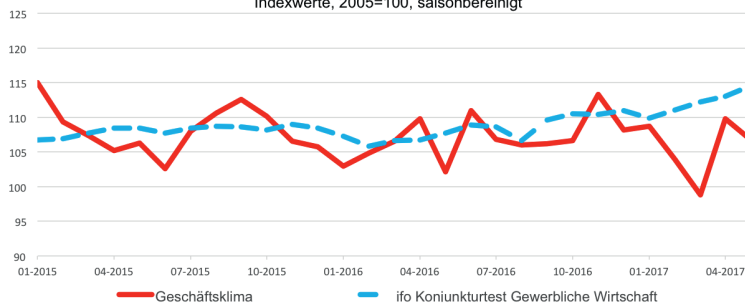


¹ Das ifo Geschäftsklima basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Großhandels und des Einzelhandels. Die Unternehmen werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate 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
2. Auflage, Juni 2017

Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2005=100, saisonbereinigt



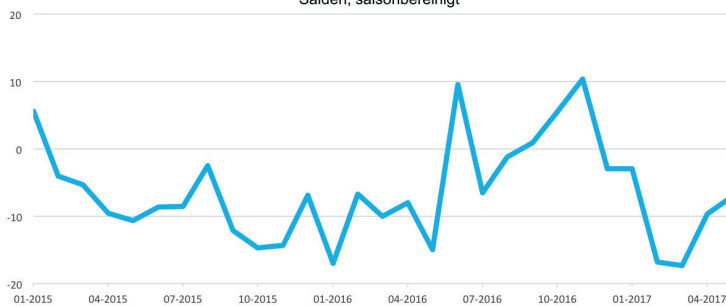
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
 Daten: ifo Konjunkturtest



Die Marketingbranche hat ihre Beurteilungen der Geschäftslage und des Geschäftsklimas revidiert und der Geschäftsklimaindex ist im Mai somit leicht gesunken. Das Geschäftsklima für die gesamte gewerbliche Wirtschaft erreichte hingegen das höchste Niveau seit 1991.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt



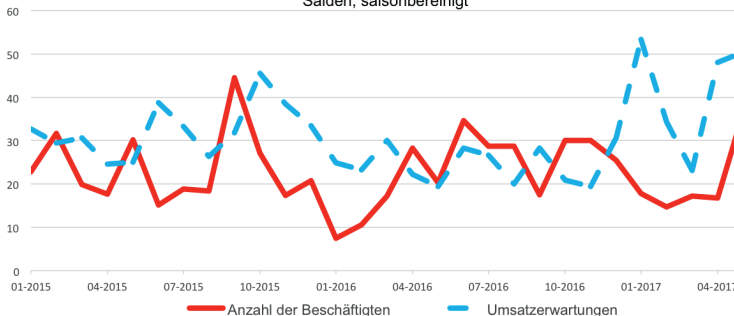
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
 Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Mit Blick auf den Auftragsbestand ging die Zahl der negativen Einschätzungen zurück. Die Beurteilung blieb aber weiterhin von Skepsis geprägt.

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



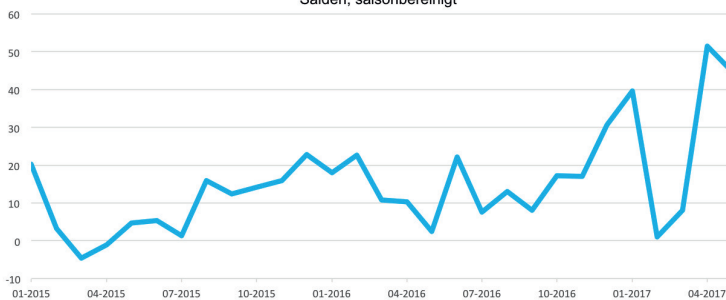
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
 Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Die Befragungsteilnehmer rechneten mit weiterhin steigenden Umsätzen in den nächsten drei Monaten. Darüber hinaus planten sie, die Anzahl der Beschäftigten deutlich zu erhöhen.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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



Der Spielraum für Preiserhöhungen in den kommenden Monaten wurde skeptischer beurteilt, dennoch blieben die Preiserwartungen noch auf einem hohen Niveau.