



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

JULI 2017

Zuversichtlichere Umsatzerwartungen in der Marketingbranche

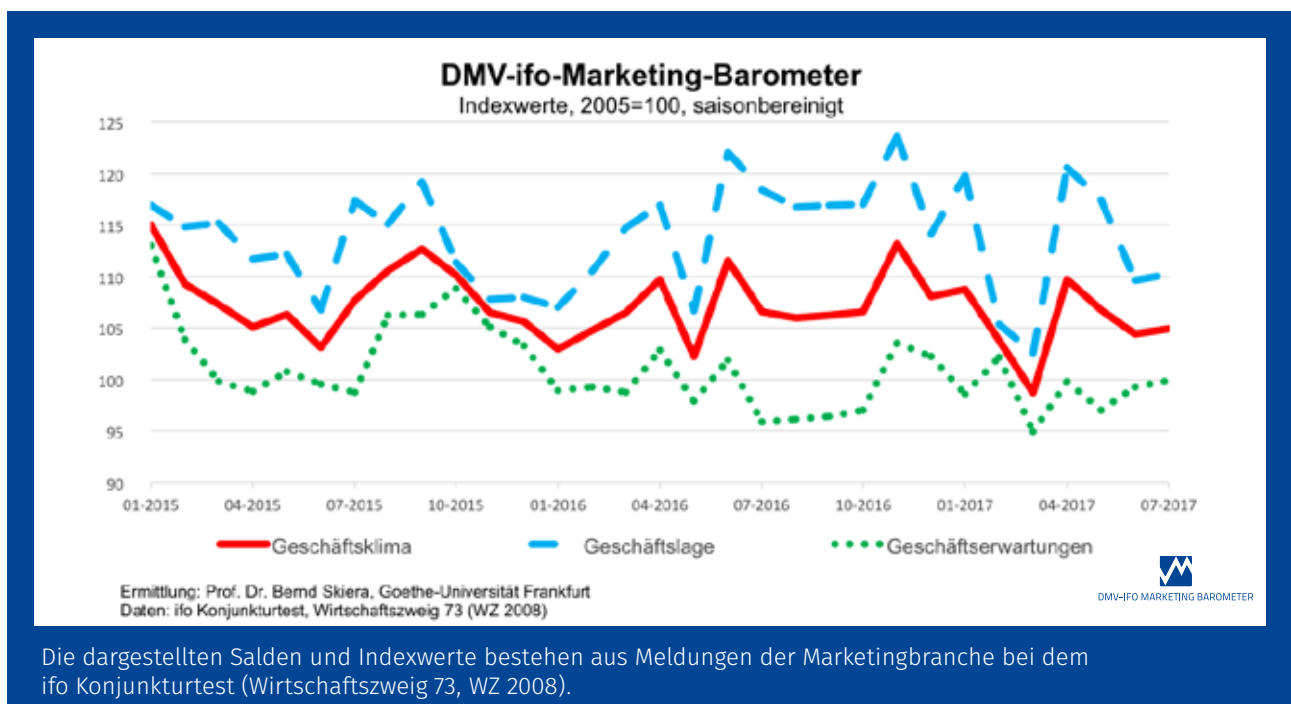
Ungeachtet der weiter bestehenden Hochstimmung in der deutschen Wirtschaft schätzte die Marketingbranche das aktuelle Geschäftsklima wieder zurückhaltend ein. Sowohl die Beurteilung der Geschäftslage als auch die Geschäftserwartungen blieben stabil im Vergleich zum Vormonat. Dies führte zu einem leichten Anstieg des Geschäftsklimaindexes, der mit 105,0 Punkten knapp über dem Durchschnitt der letzten zwei Jahre lag.

Die Befragten zeigten sich geringfügig zufriedener mit dem aktuellen Auftragsbestand. Die leicht optimistischeren Meldungen waren aber nicht ausreichend, um den negativen Bereich zu verlassen und der Saldowert lag bei -16,3 Punkten. Die Planungen für die Beschäftigtenzahl blieben nahezu stabil und lagen mit einem Saldowert von 18,1 Punkten über dem Durchschnitt der Juli-Meldungen der letzten zwölf Jahre.

Dahingegen haben sich die Aussichten für die Umsätze im kommenden

Quartal aufgehellt: Eine höhere Anzahl der Befragten hat gemeldet, in den nächsten drei Monaten einen Umsatzanstieg zu erwarten. Der Saldowert steigerte sich um 18,5 Punkte gegenüber dem Vormonat.

Nachdem die Preiserwartungen im letzten Monat per Saldo in den negativen Bereich sanken, rechneten die Befragten wieder vermehrt mit Spielräumen für Preiserhöhungen in den kommenden Monaten: Der Saldowert durfte den negativen Bereich verlassen und lag bei 1,3 Punkten.



Die dargestellten Salden und Indexwerte bestehen aus Meldungen der Marketingbranche bei dem ifo Konjunkturtest (Wirtschaftszweig 73, WZ 2008).

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 Ifo Geschäftsklimaindex setzte seine Entwicklung fort und ist zum dritten Mal in Folge auf einen neuen Rekord gestiegen. Dahingegen schätzten die Marketingchefs das aktuelle Geschäftsklima weiterhin zurückhaltend ein – der Geschäftsklimaindex in der Marketingbranche liegt noch sehr weit unter dem Ifo Geschäftsklimaindex.



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 Beurteilung des Auftragsbestands lag mit einem Saldowert von -16,3 Punkten noch weit unter dem Niveau des vierten Quartals 2016.



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.



Insgesamt planten per Saldo die Mehrheit der Befragten mit einer Ausweitung des Personals im nächsten Quartal: Der Saldowert von 18,1 Punkten blieb sehr positiv im Vergleich zum Vormonat. Angesichts der Umsatzerwartungen haben die Befragten zuversichtlichere Aussichten vermeldet: Der Saldowert stieg deutlich von 7,2 (saisonbereinigt korrigiert) auf 25,6 Punkte.



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“.



Nachdem die Preiserwartungen im Vormonat in den negativen Bereich sanken, rechneten die Befragten wieder mit etwas mehr Spielräumen für Preiserhöhungen in den kommenden Monaten: Der Saldowert stieg um 6,5 Punkte und lag bei 1,3 Punkten.