



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

JUNI 2017

Zurückhaltende Beurteilungen in der Marketingbranche

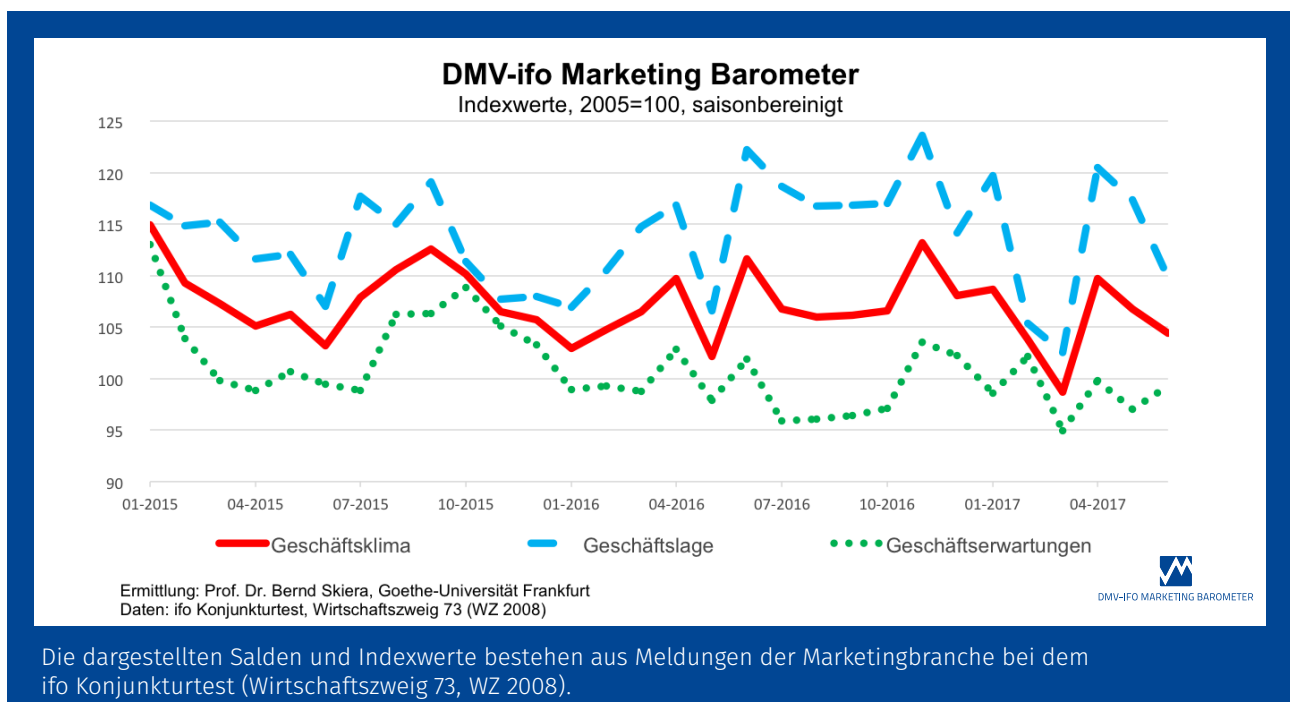
Trotz des Rekordoptimismus in der deutschen Wirtschaft blieb die Beurteilung der Marketingchefs weiterhin von Skepsis geprägt. Der Geschäftsklimaindex ist im Juni aufgrund einer ungünstigeren Beurteilung der Geschäftslage den zweiten Monat in Folge gesunken und rutschte von 106,8 (saisonbereinigt korrigiert) auf 104,4 Punkte. Die Geschäftserwartungen haben sich hingegen leicht aufgehellt und lagen mit 99,3 Punkten über dem Durchschnitt der letzten zwölf Monate.

Die Befragten zeigten sich unzufriedener mit dem aktuellen Auftragsbestand: Der Saldowert sank noch tiefer in den negativen Bereich auf -19,40 und erreichte damit das niedrigste Niveau seit Dezember 2013.

Nach zwei Monaten mit überwiegend optimistischen Stimmen rechneten die Befragungsteilnehmer vermehrt mit weniger Spielräumen für Preiserhöhungen in den kommenden Monaten. Der Indikator ist um 51,5 Punkte gesun-

ken und erreichte den niedrigsten Saldowert im Juni seit 2009. Dies könnte zu der Verschlechterung der Umsatzerwartungen beigetragen haben, die per Saldo bei 7,5 lagen.

Angesichts einer insgesamt kritischeren Beurteilung des aktuellen und zukünftigen Geschäftsverlaufs schien eine Expansion des Personals in den nächsten Monaten für viele Befragte nicht mehr in Sicht. Der Saldowert der Beschäftigterwartungen ging um 17,7 Punkte zurück und lag bei 19,1.

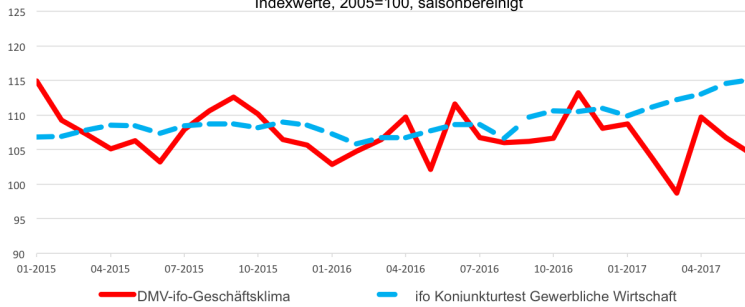


¹ Das ifo Geschäftsklima basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Großhandels und des Einzelhandels. Die Unternehmen werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate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

Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2005=100, saisonbereinigt



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

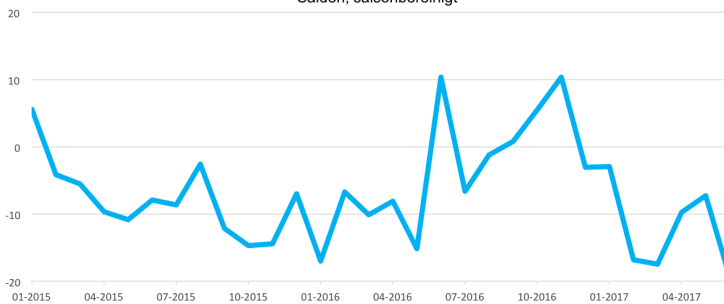


Die Marketingbranche hat ihre Beurteilungen wieder angepasst und der Geschäftsklimaindex nahm den zweiten Monat in Folge ab. Dahingegen herrschte in der gesamten gewerblichen Wirtschaft weiterhin der Optimismus: Der ifo Geschäftsklimaindex stieg im Juni auf 115,1 Punkte und überbot den Rekordwert vom Vormonat.

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.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt



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

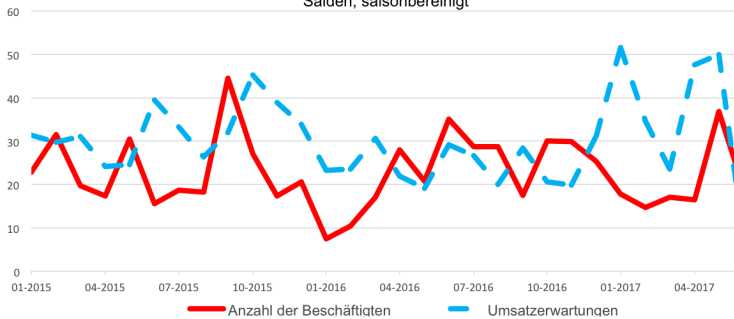


Die Befragten zeigten sich mehrheitlich zurückhaltend bezüglich des aktuellen Auftragsbestands.

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“.

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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

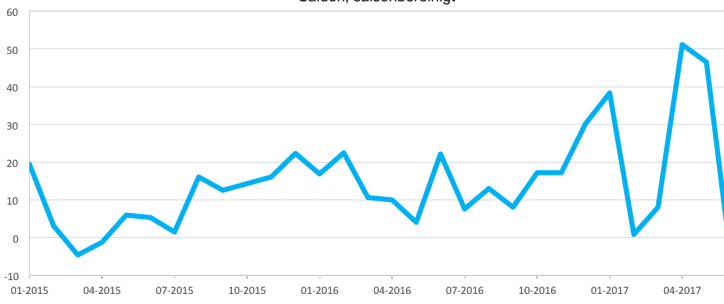


Die Umsatzerwartungen verloren im Juni deutlich an Schwung: Der Saldowert ging um 42,5 Punkte zurück. Angesichts der gesamten schlechteren Beurteilungen sank per Saldo die Anzahl der Befragten, die eine geplante Erhöhung in der Mitarbeiteranzahl meldeten.

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.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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



Der Indikator für die Preiserwartungen setzte seine rückläufige Entwicklung fort und lag zum ersten Mal seit April 2015 wieder im negativen Bereich.

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“.