



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

JANUAR 2018

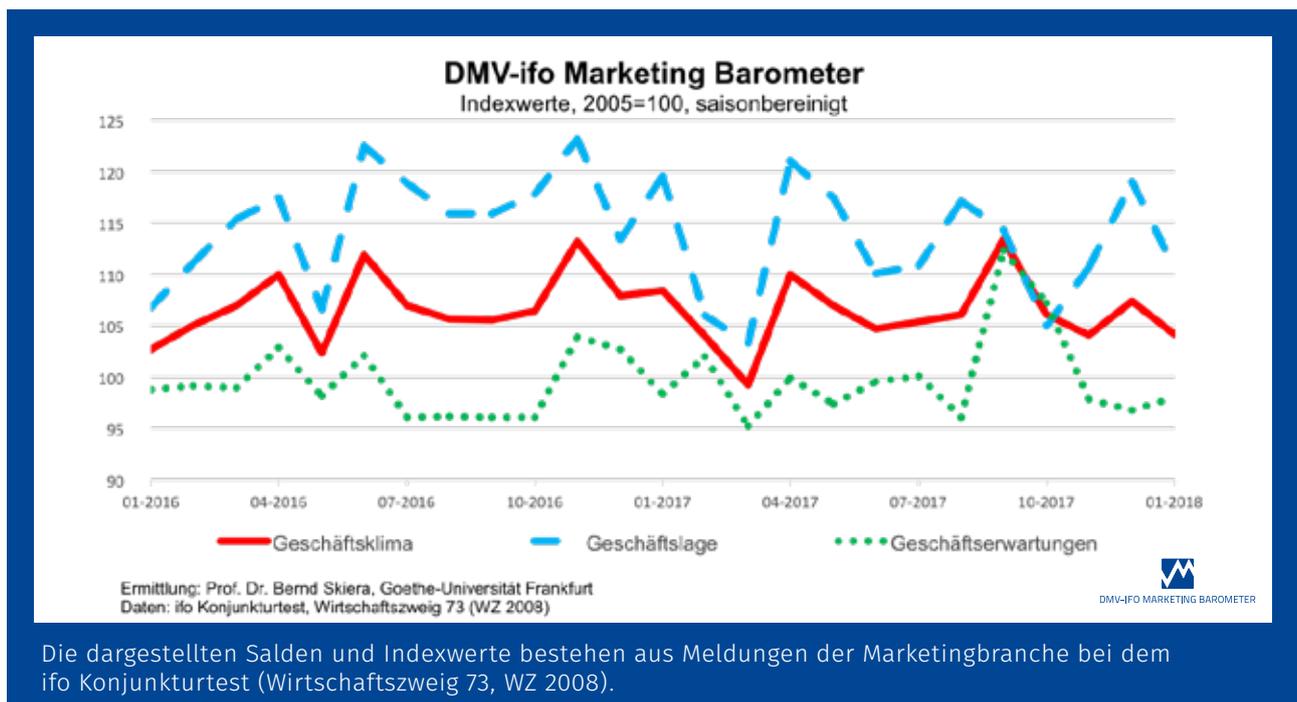
Eingetrübtes Geschäftsklima

In der Marketingbranche konnte die Weihnachtsstimmung im Januar nicht gehalten werden. Die Geschäftserwartungen waren zwar zuversichtlicher als im Vormonat, dennoch wurde die Geschäftslage als ungünstiger eingeschätzt – deren Indikator ist um 8,4 Punkte zurückgegangen. Dies führte zu einem Rückgang des Geschäftsklimaindexes auf 104,1 Punkte. Der Geschäftsklimaindex in der gesamten gewerblichen Wirtschaft ist dagegen auf 117,6 Punk-

te gestiegen und erreichte wieder das Rekordniveau vom November 2017.

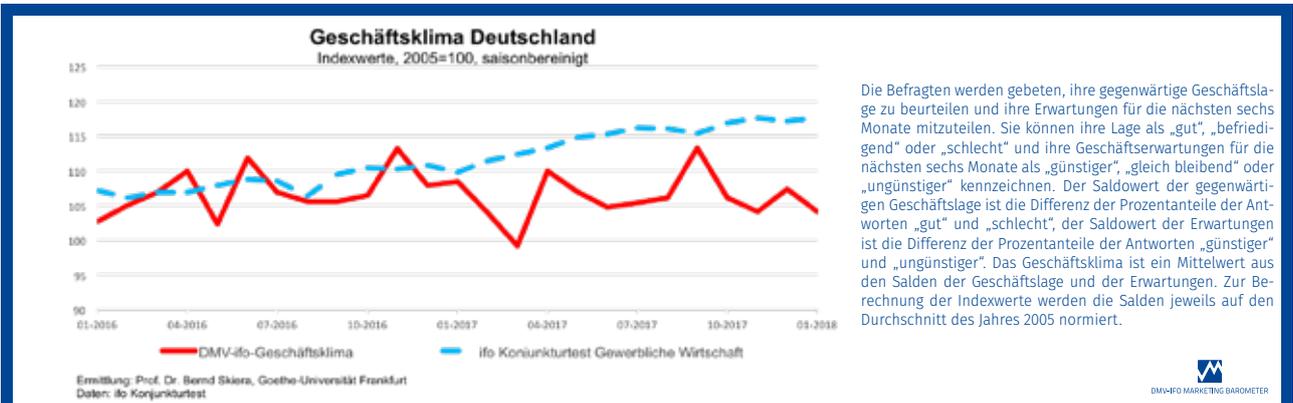
Trotz der insgesamt eingetrübten Einschätzung der Geschäftslage zeigen die Meldungen, dass nach der guten Geschäftslage im Vormonat wieder Zufriedenheit mit dem aktuellen Auftragsbestand herrscht. Auch die Anzahl der Befragten, die in den kommenden Monaten mit Verkaufspreissteigerungen rechnen, ist leicht gestiegen.

Zudem wird ein leichter Rückgang der Umsätze und der Anzahl der Beschäftigten in diesem Quartal erwartet. Sowohl die Erwartungen für die Umsätze als auch für die Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter sind zurückgegangen, um jeweils 1,7 und 3,5 Punkte, und liegen somit unter den durchschnittlichen Januar-Werten in der seit 2005 laufenden Umfrage.

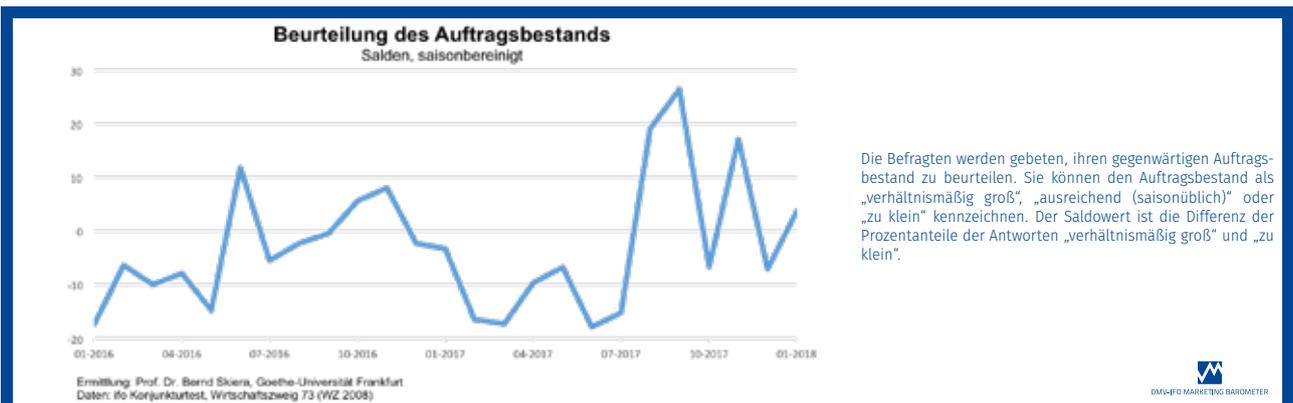


¹ Das ifo Geschäftsklima basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Großhandels und des Einzelhandels. Die Unternehmen werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten sechs Monate 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/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer/
Bildquellen: DMV-ifo Marketing Barometer



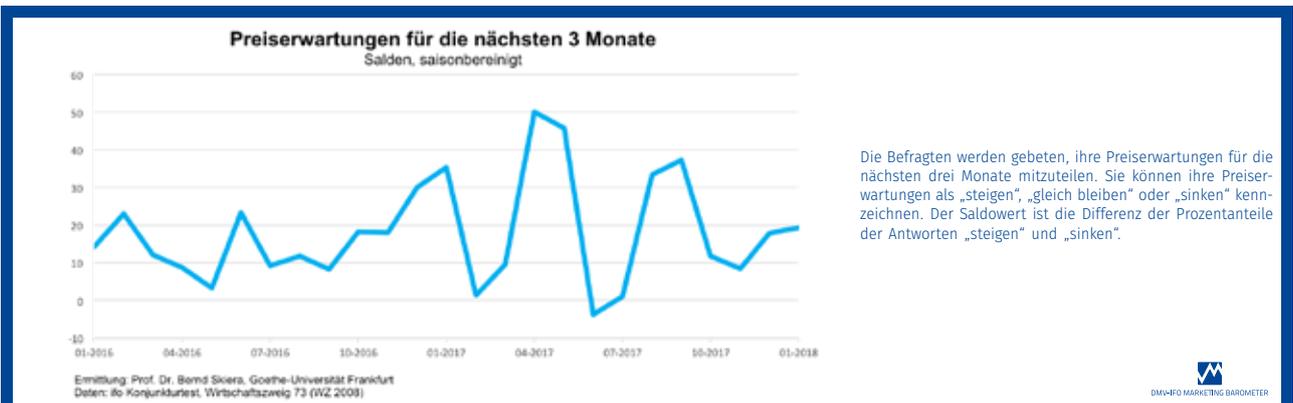
Im Januar ist der Geschäftsklimaindex in der Marketingbranche um 3,2 Punkte gesunken, was auf die schlechtere Einschätzung der Geschäftslage zurückzuführen ist. In der gesamten gewerblichen Wirtschaft herrscht wieder Optimismus: Der Geschäftsklimaindex ist um 0,4 Punkte gestiegen und liegt somit wieder auf einem Rekordwert.



Die Marketingbranche zeigte sich zufriedener mit dem aktuellen Auftragsbestand als im Vormonat. Mit einem Saldowert von 3,8 liegt der Indikator deutlich über dem Durchschnitt der letzten drei Jahre.



In Anbetracht der ungünstigeren Einschätzung der aktuellen Geschäftslage haben die Befragten am Anfang des ersten Quartals 2018 ihre Erwartungen zur Entwicklung der Geschäfte und zur Erweiterung des Personals revidiert – deren Wert liegt bei jeweils 14,3 und 11,8 Punkten.



Den Meldungen nach rechnen die Befragten vermehrt mit mehr Spielräumen für Preissteigerungen im ersten Quartal 2018. Der Indikator der Preiserwartungen ist auf 19,3 Punkte gestiegen.