



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

AUGUST 2017

Zuversichtlichere Umsatzerwartungen in der Marketingbranche

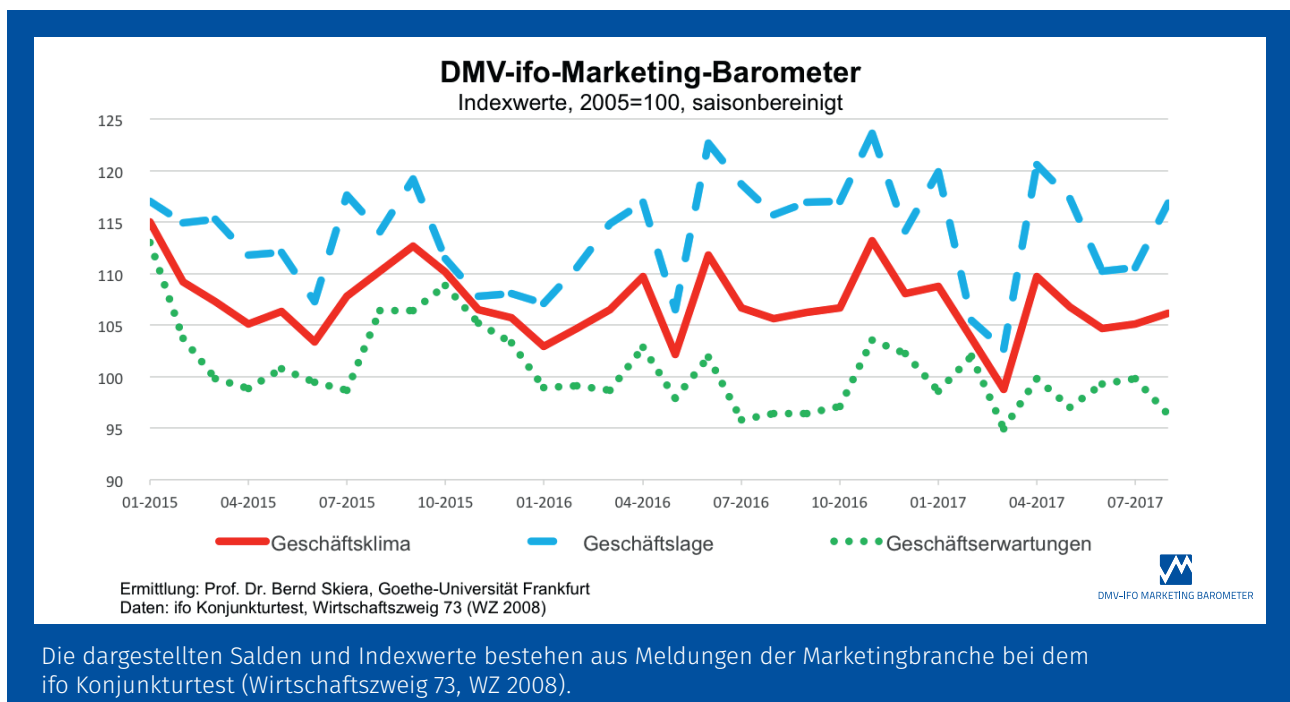
Das Geschäftsklima in der Marketingbranche stieg im August von 105,1 (saisonbereinigt korrigiert) auf 106,1 Punkte. Die Verbesserung wurde hauptsächlich von der positiveren Beurteilung der aktuellen Geschäftslage getrieben, die den leichten Rückgang der Geschäftserwartungen überwogen hat. Ein Grund für den Stimmungsumschwung könnte die deutlich günstigere Einschätzung des aktuellen Auftragsbestands sein, dessen Saldowert um 35,6 Punkte gestiegen ist und den höchsten Wert seit drei Jahren aufweist.

Die Anzahl der Befragten, die in den kommenden Monaten mit Preissteigerungen rechnet, ist ebenfalls kräftig gestiegen: Der Saldowert erreichte mit 34,5 Punkten den höchsten Wert in einem August in den letzten zwölf Jahren.

Trotz der insgesamt positiveren Meldungen war das Stimmungsbild bezüglich der Erwartungen für die nächsten Monate nicht einheitlich. Im Vergleich zum Vormonat rechneten die Marketingchefs häufiger mit geringeren Umsätzen in den kommenden Monaten – der Saldowert der Umsatzerwartungen hat mit 21,3 Punkten das zweit-

niedrigste Niveau im Jahr 2017 erreicht. Auch die Planungen für die Einstellung zusätzlicher Mitarbeiter verloren an Schwung und die Meldungen deuteten einen verlangsamten Anstieg der Beschäftigtenzahlen über das dritte Quartal hinaus an.

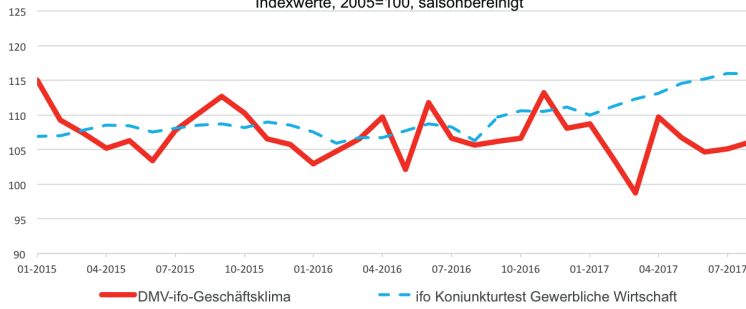
In der gesamten gewerblichen Wirtschaft zeigte sich dahingegen ein umgekehrtes Bild: Nach wiederholten Rekordwerten ist der Geschäftsklimaindex zum ersten Mal seit Januar 2017 leicht gesunken, auf 115,9 Punkte. Dieses Ergebnis ist auf eine ungünstigere Beurteilung der aktuellen Geschäftslage zurückzuführen.



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



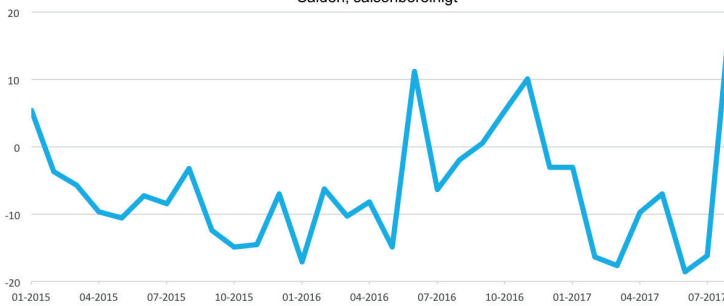
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest



Die 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.

In der gesamten gewerblichen Wirtschaft wurde das aktuelle Geschäftsklima etwas zurückhaltender betrachtet als in den vergangenen Monaten. Der Geschäftsklimaindex ist zum ersten Mal seit Januar 2017 wieder leicht gesunken. Dahingegen zeigten sich die Marketingchefs deutlich zufriedener mit der aktuellen Geschäftslage, sichtbar in dem um einen Punkt gestiegenen Geschäftsklimaindex in der Marketingbranche.

Beurteilung des Auftragsbestands
Salden, saisonbereinigt



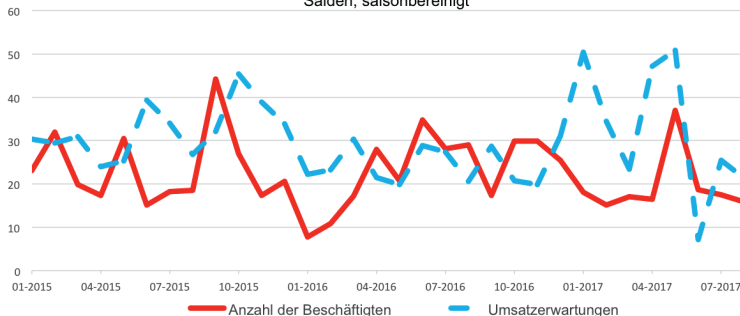
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



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 Zufriedenheit mit dem Auftragsbestand erreichte mit einem Saldowert von 19,4 Punkten den höchsten Stand in den letzten drei Jahren. Diese günstigere Beurteilung spiegelte sich in der äußerst gut bewerteten Geschäftslage wider.

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate
Salden, saisonbereinigt



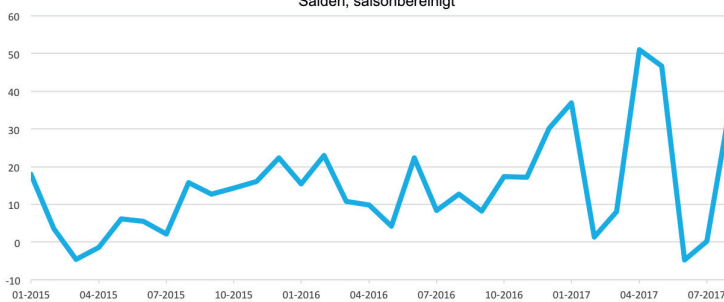
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



Die 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.

Die Befragten zeigten sich zurückhaltender bezüglich des zukünftigen Geschäftsverlaufs: Die Umsatzerwartungen für die nächsten Monate verloren im August an Schwung und der Saldowert lag bei 21,3 Punkten. Die Personalplanungen folgten auch dieser Bewegung und die Ausweitung des Personals wurde nicht mehr so häufig vorhergesehen. Der Saldowert ist von 17,5 (saisonbereinigt korrigiert) auf 15,9 zurückgegangen.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate
Salden, saisonbereinigt



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



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“.

Die Befragten blickten wieder optimistisch auf die Entwicklung der Preise in den kommenden Monaten. Der Saldowert der Preiserwartungen setzte seine Aufwärtsentwicklung fort und lag bei 34,5 Punkten.