



## DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

NOVEMBER 2017

# Geschäftsklima in der Marketingbranche gibt nach

**Die Stimmung in der Marketingbranche hat sich erneut verschlechtert. Der Geschäftsklimaindex sank von 106,2 (saisonbereinigt korrigiert) Punkten im Oktober auf 104,6 Punkte im November. Dieser Rückgang wurde von einer pessimistischen Beurteilung der Geschäftsaussichten getrieben, sodass die bisher sehr guten Einschätzungen nicht gehalten werden konnten.**

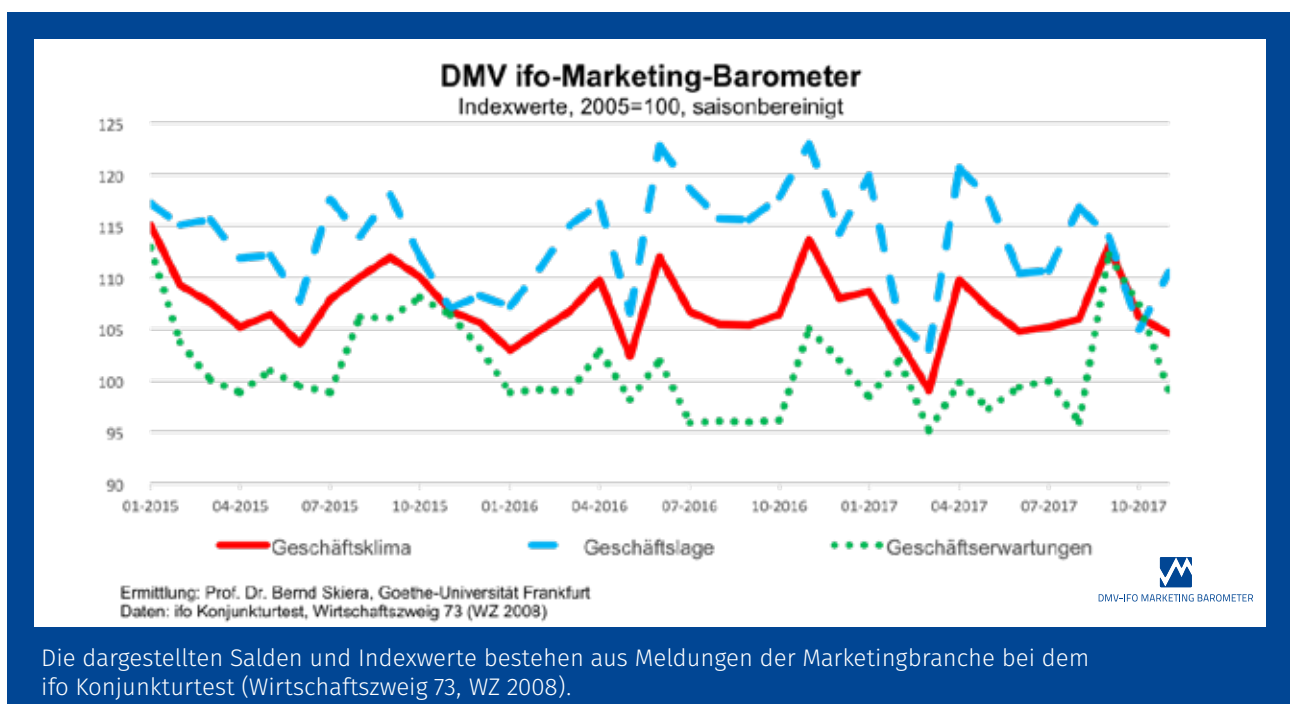
Der Blick in die kommenden Monate zeigte ein eingetrübtes Gesamtbild:

Sowohl die Umsatzerwartungen als auch die Bereitschaft, neue Mitarbeiter einzustellen, sind merklich zurückgegangen, um jeweils 17,8 und 5,4 Punkte. Auch die Anzahl der Befragten, die in den kommenden Monaten mit Steigerungen der Verkaufspreise rechnet, ist zum zweiten Mal in Folge zurückgegangen – der Saldowert der Preiserwartungen lag bei 8,3 Punkten.

Dagegen wurde die aktuelle Geschäftslage als günstiger eingestuft,

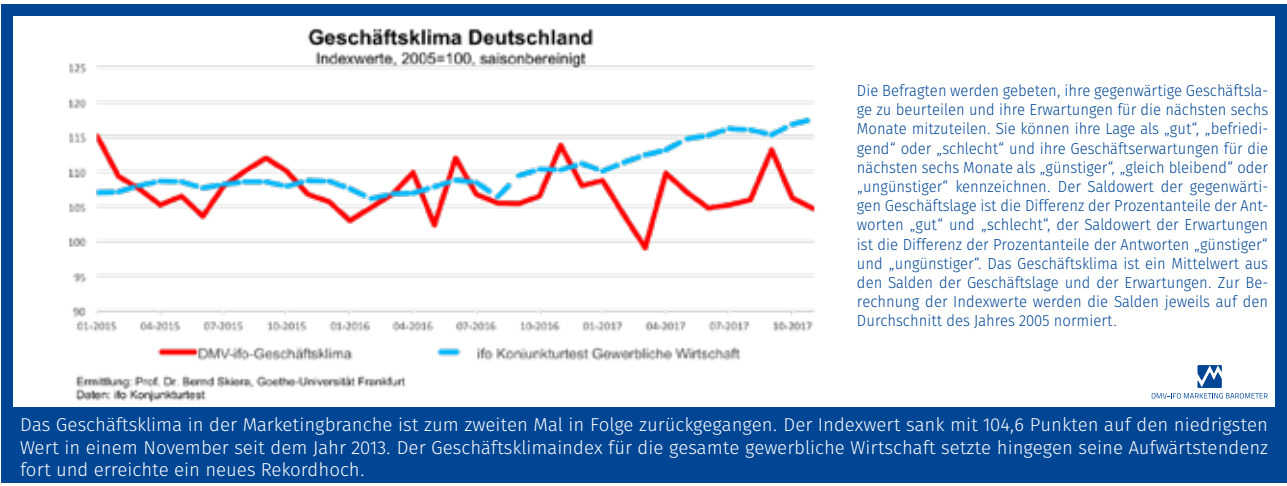
was an der verbesserten Nachfrage liegen kann: Die Befragten zeigten sich deutlich zufriedener mit ihren Auftragsbeständen, deren Saldowert um 26,4 Punkte gestiegen ist und somit den negativen Bereich verlassen konnte.

In der gesamten gewerblichen Wirtschaft herrscht weiterhin Optimismus: Die deutlich zuversichtlicheren Erwartungen führten zu einem neuen Rekordwert des Geschäftsklimaindexes, der bei 117,5 Punkten lag.

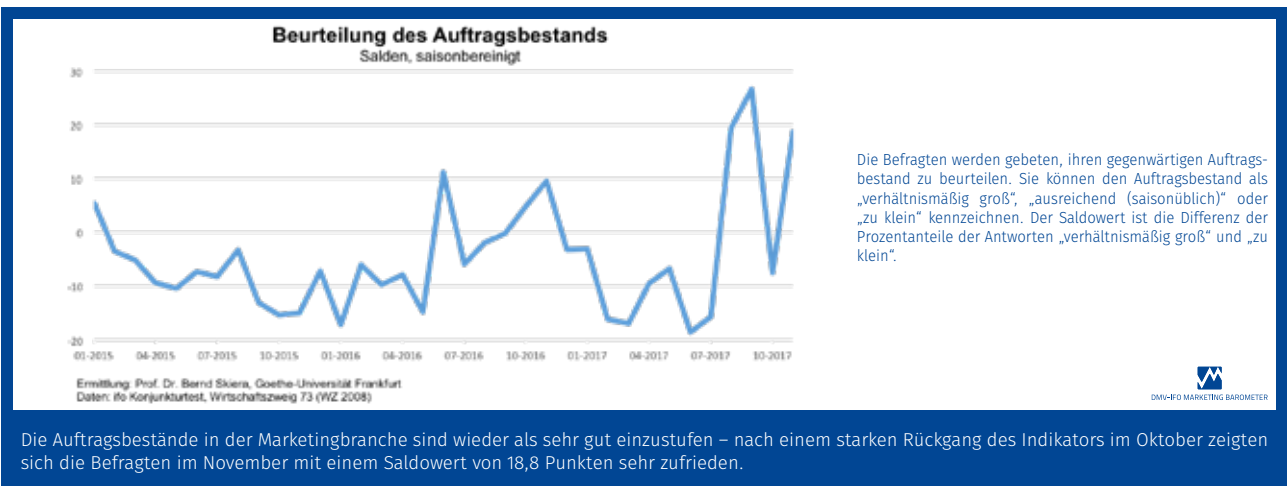


<sup>1</sup> Das ifo Geschäftsklima basiert auf ca. 7.000 monatlichen Meldungen von Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, des Bauhauptgewerbes, des Großhandels und des Einzelhandels. Die Unternehmen werden gebeten, ihre gegenwärtige Geschäftslage zu beurteilen und ihre Erwartungen für die nächsten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

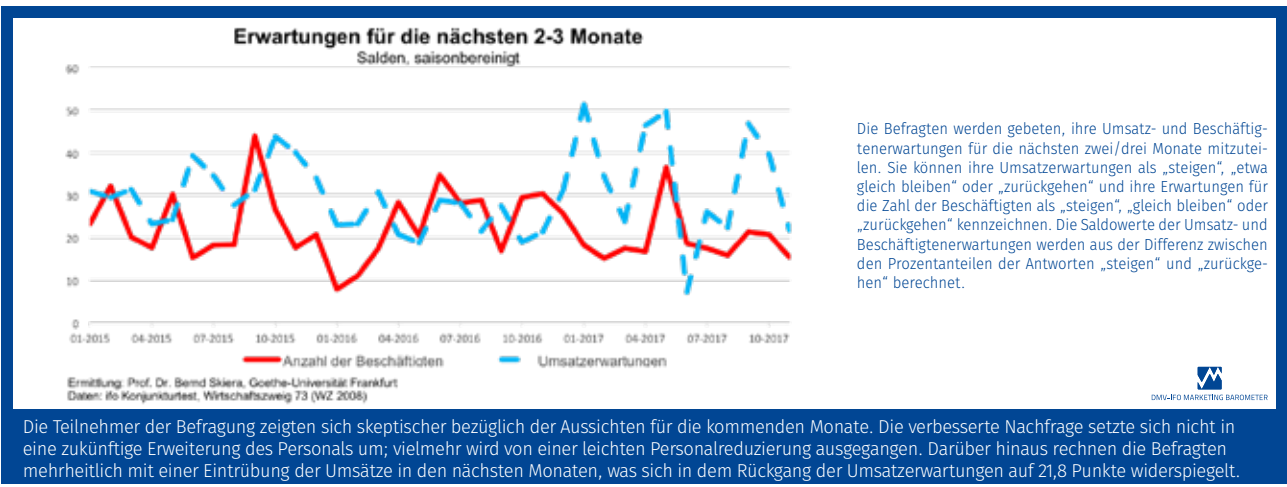
Impressum:  
Herausgeber Deutscher Marketing Verband e. V. (DMV), Sternstraße 58, 40479 Düsseldorf  
Fon: +49 (0) 211.864 06-0 | Fax: +49 (0) 211.864 06-40  
info@marketingverband.de | www.marketingverband.de  
http://www.marketingverband.de/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer/  
Bildquellen: DMV-ifo Marketing Barometer



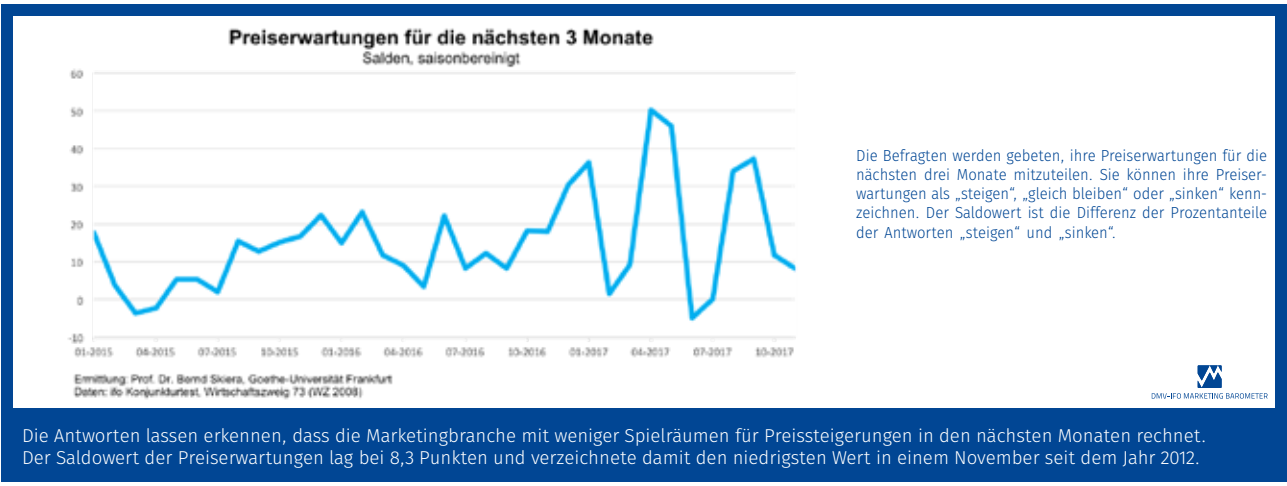
Das Geschäftsklima in der Marketingbranche ist zum zweiten Mal in Folge zurückgegangen. Der Indexwert sank mit 104,6 Punkten auf den niedrigsten Wert in einem November seit dem Jahr 2013. Der Geschäftsklimaindex für die gesamte gewerbliche Wirtschaft setzte hingegen seine Aufwärtstendenz fort und erreichte ein neues Rekordhoch.



Die Auftragsbestände in der Marketingbranche sind wieder als sehr gut einzustufen – nach einem starken Rückgang des Indikators im Oktober zeigten sich die Befragten im November mit einem Saldowert von 18,8 Punkten sehr zufrieden.



Die Teilnehmer der Befragung zeigten sich skeptischer bezüglich der Aussichten für die kommenden Monate. Die verbesserte Nachfrage setzte sich nicht in eine zukünftige Erweiterung des Personals um; vielmehr wird von einer leichten Personalreduzierung ausgegangen. Darüber hinaus rechnen die Befragten mehrheitlich mit einer Eintrübung der Umsätze in den nächsten Monaten, was sich in dem Rückgang der Umsatzerwartungen auf 21,8 Punkte widerspiegelt.



Die Antworten lassen erkennen, dass die Marketingbranche mit weniger Spielräumen für Preissteigerungen in den nächsten Monaten rechnet. Der Saldowert der Preiserwartungen lag bei 8,3 Punkten und verzeichnete damit den niedrigsten Wert in einem November seit dem Jahr 2012.