



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

DMV-ifo Marketing Barometer

APRIL 2017

Marketingbranche rechnet mit steigenden Preisen

Im April 2017 hat sich die Stimmung in der Marketingbranche deutlich verbessert. Nach einer zweimonatigen Zurückhaltung stieg der Geschäftsklimaindikator auf 109,6 Punkte und lag damit um knapp 11 Punkte über dem Vormonatswert. Die Zufriedenheit mit der aktuellen Lage nahm sichtlich zu und die Geschäftserwartungen wurden ebenfalls günstiger eingestuft.

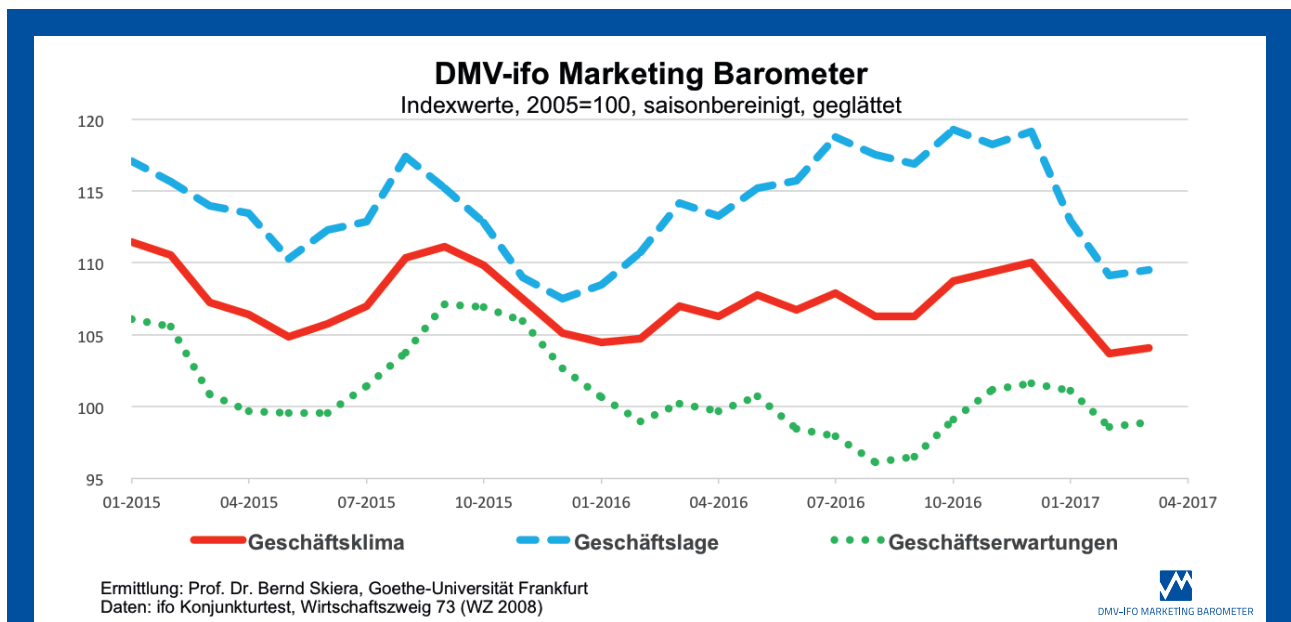
Diese optimistische Beurteilung stimmt mit dem Anstieg des Geschäftsklimaindexes für die gesamte gewerbliche Wirtschaft überein,

der bei 112,9 Punkten lag. Darüber hinaus zeigten sich die Befragten mit dem Auftragsbestand zufriedener als im Vormonat: Der Saldowert lag noch im negativen Bereich bei -10,6, stieg aber zum ersten Mal seit November 2016.

Für die nächsten drei Monate rechneten die Befragungsteilnehmer mit steigenden Umsätzen: Der Saldowert kletterte auf 47,8 und erreichte das zweithöchste Niveau seit Januar 2015. Im Hinblick auf die Entwicklung der Preise in den kommenden Monaten kündigten die Befragten

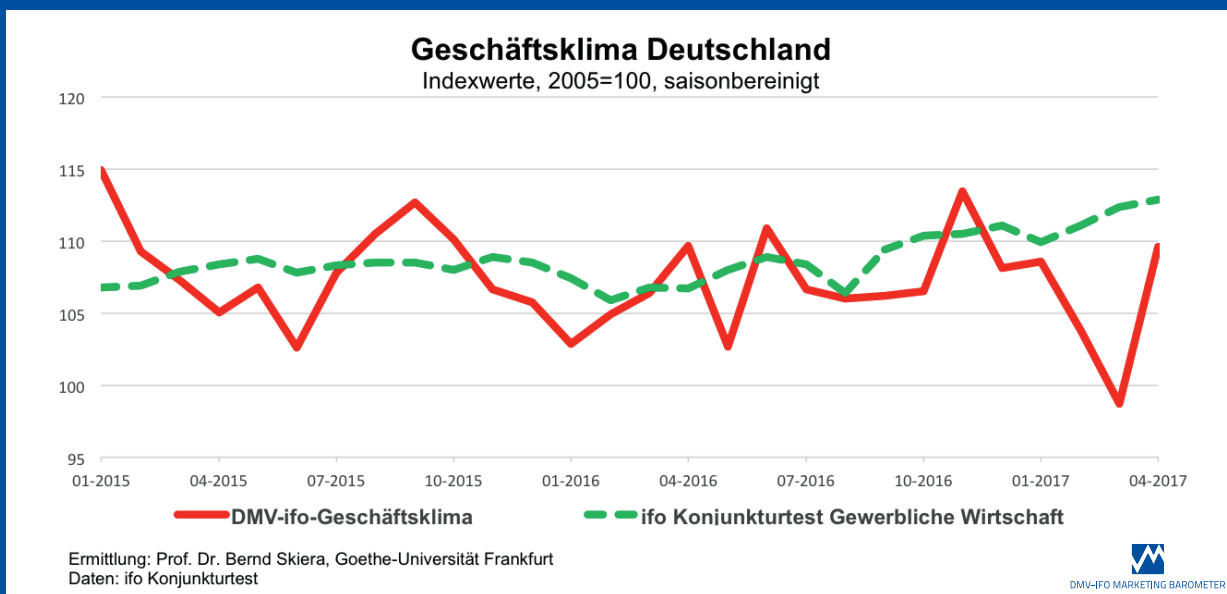
deutlich optimistischere Aussichten an. Nach einem leichten Anstieg im März stieg wieder die Anzahl der Befragten, die mit weiteren Preiserhöhungen rechnen: Der Saldowert der Preiserwartungen lag bei 50,9 und war auf dem höchsten Stand seit zwei Jahren.

Trotz der gegenüber dem Vormonat positiveren Beurteilung in allen Aspekten blickten die Befragten etwas kritischer auf die künftige Anzahl der Beschäftigten: Per Saldo war ein Rückgang von 16,6 auf 15 zu verzeichnen.



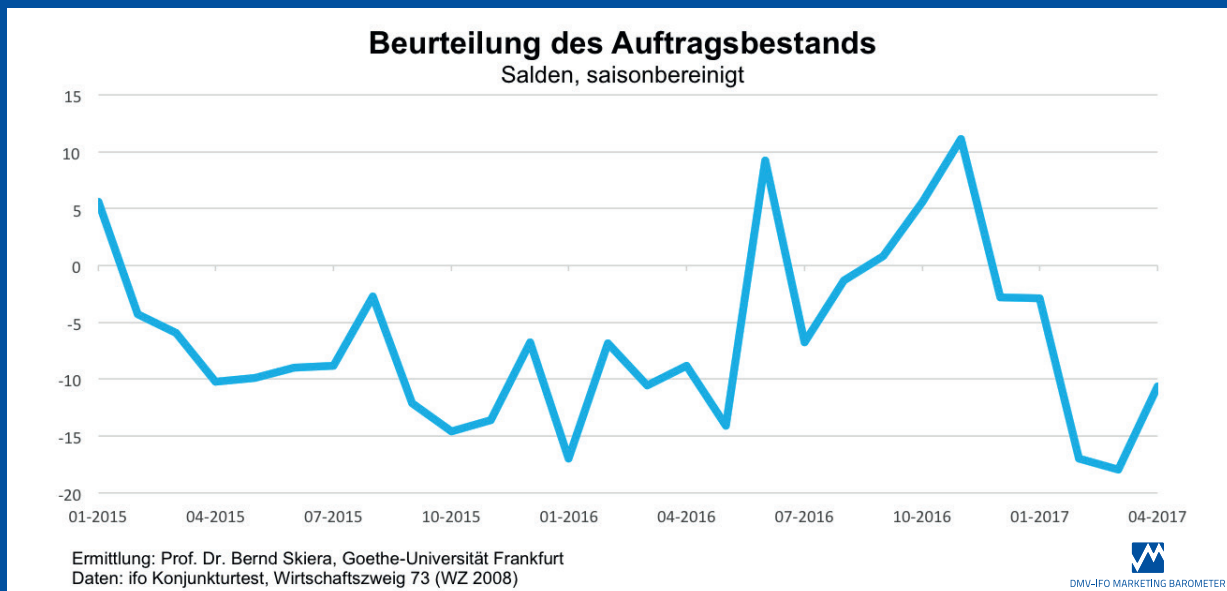
Die dargestellten Salden und Indexwerte bestehen aus Meldungen der Marketingbranche bei dem ifo Konjunkturtest (Wirtschaftszweig 73, WZ 2008), wenn nicht anders gekennzeichnet. Die DMV-ifo-Indexwerte in der DMV-ifo Marketing Barometer Abbildung wurden mit Hilfe eines gleitenden Durchschnitts der dreimonatigen Indexwerte ermittelt.

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



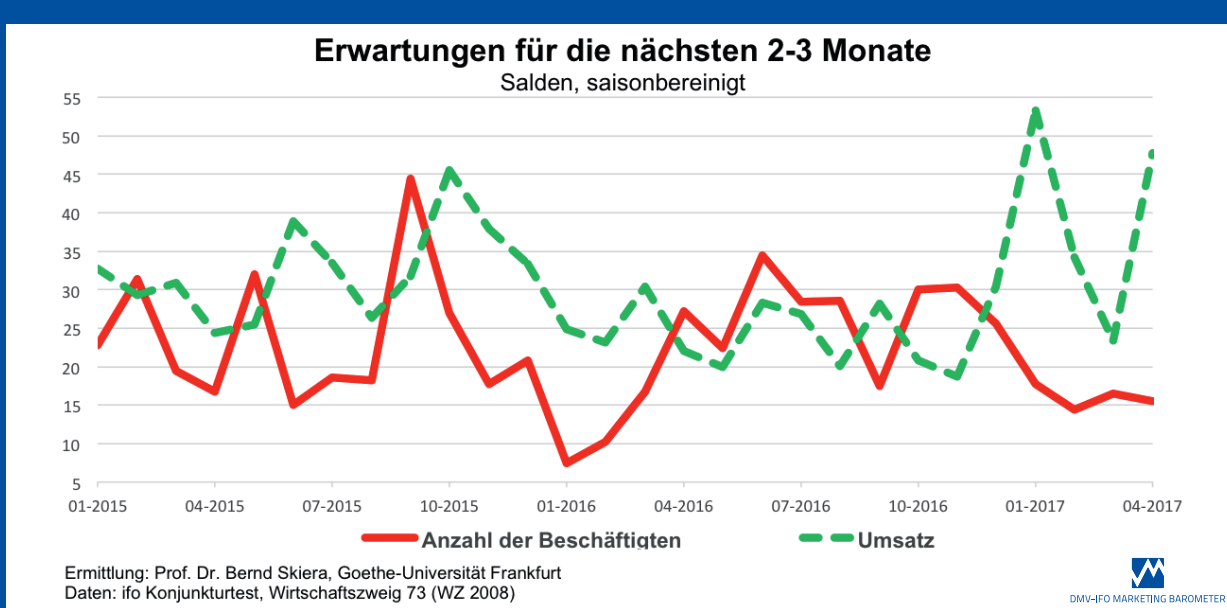
Das Geschäftsklima hat sich im Blick der Marketingbranche positiv entwickelt und lag damit leicht über dem Niveau des Jahresendes 2016. Auch das Geschäftsklima für die gesamte gewerbliche Wirtschaft hat sich wieder verbessert und erreichte den höchsten Stand der letzten zwei Jahren.

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.



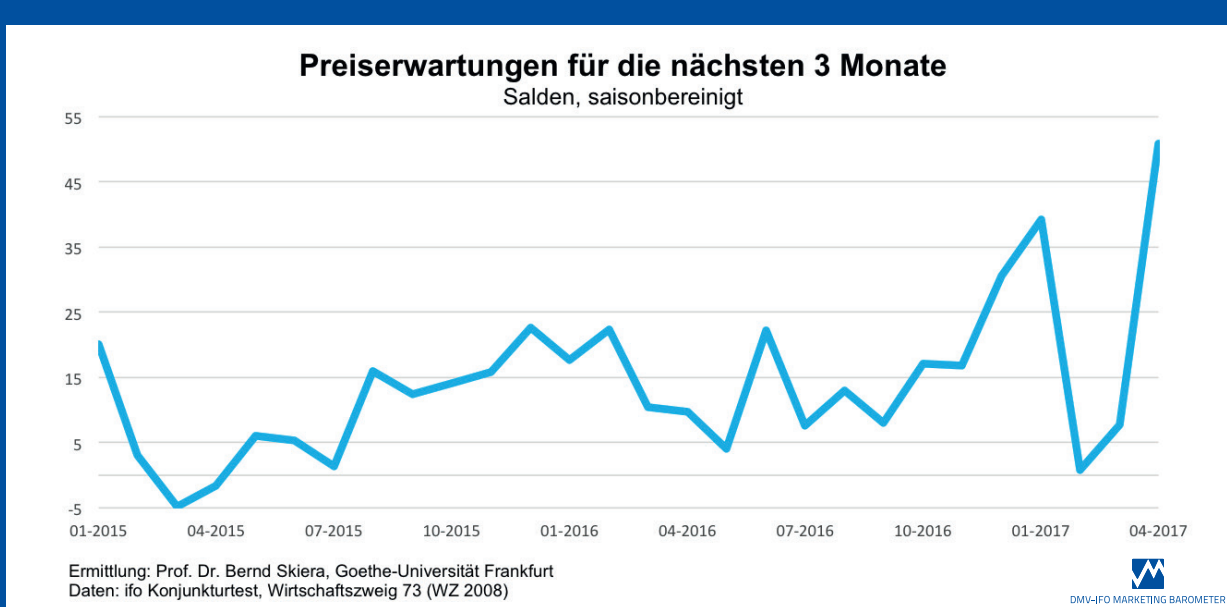
Trotz der noch per Saldo überwogenen negativen Meldungen zum aktuellen Auftragsbestand zeigten sich die Befragten zufriedener als im Vormonat: Der Saldowert lag noch im negativen Bereich bei -10,6, aber stieg zum ersten Mal seit November 2016.

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“.



Trotz der gegenüber dem Vormonat positiveren Beurteilung in allen Aspekten blickten die Befragten etwas kritischer auf die künftige Anzahl der Beschäftigten: Per Saldo war ein Rückgang von 16,6 auf 15 zu verzeichnen. Für die nächsten drei Monate rechneten die Befragungsteilnehmer mit steigenden Umsätzen: Der Saldowert kletterte auf 47,8 und erreichte das zweithöchste Niveau seit Januar 2015.

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.



Im Hinblick auf die Entwicklung der Preise in den kommenden Monaten kündigten die Befragten deutlich optimistischere Aussichten an. Nach einem leichten Anstieg im März stieg wieder die Anzahl der Befragten, die mit weiteren Preiserhöhungen rechnen: Der Saldowert der Preiserwartungen lag bei 50,9 und war auf dem höchsten Stand seit zwei Jahren.

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“.