



DMV-IFO MARKETING BAROMETER September 2021

Wenig veränderte Einschätzungen in der Marketingbranche

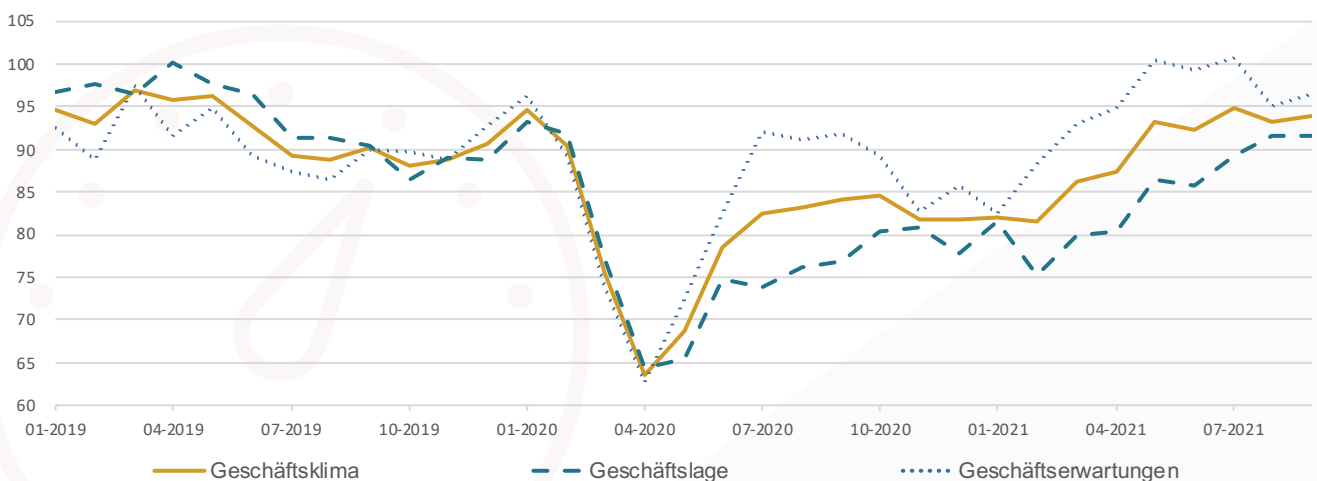
Im September verändert sich die Selbsteinschätzung der deutschen Marketingbranche im Vergleich zum Vormonat nur leicht. Nach leichten Rückgängen der Hauptindikatoren im August stabilisiert sich somit die Stimmung der Marketeers.

Das aktuelle Geschäftsklima schätzt die Marketingbranche im September um 0,7 Punkte besser als im Vormonat auf nun 94,0 Punkte ein. Der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft verschlechtert sich im gleichen Zeitraum um 0,8 Punkte auf 98,8 Punkte. Gänzlich unverändert bleibt im aktuellen Monat die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage, welche weiterhin bei 91,5 Punkten liegt. Die Geschäftserwartungen deutscher Marketeers

verbessert sich im September leicht um 1,5 Punkte auf 96,6 Punkte. Somit bleiben alle drei Hauptindikatoren des DMV-ifo Marketing-Barometers auf ungefähr ähnlichem Niveau.

Unter den übrigen Indikatoren steigt im Vormonatsvergleich lediglich die Erwartung der Beschäftigtenanzahl auf einen Saldo von 27,6 (+3,6) Punkte. Alle übrigen Saldenwerte sinken moderat. Der Auftragsbestand wird im Saldo auf -9,6 (-1,2) Punkte eingeschätzt, während die Umsatzerwartungen im September auf einen Saldenwert von 33,5 (-2,4) Punkten sinken. Ebenso verringern sich die Preiserwartungen der Marketingbranche, welche aktuell im Saldo bei 25,5 (-1,7) Punkten liegen.

DMV-ifo Marketing-Barometer Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

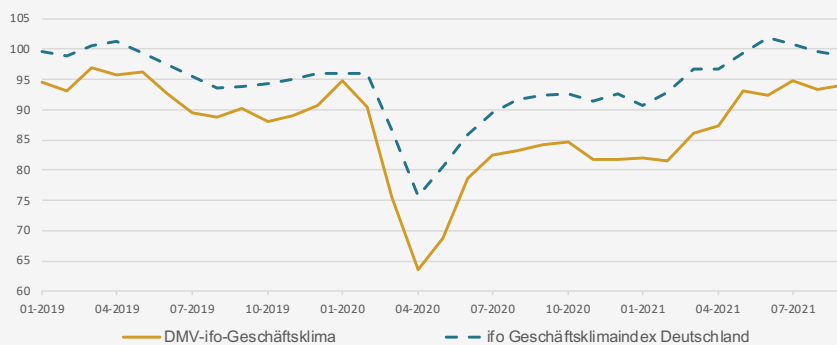


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Im September verringert sich der Abstand zwischen dem Geschäftsklima der Marketingbranche und der deutschen Gesamtwirtschaft leicht. Der DMV-ifo-Geschäftsklimaindex der Marketeers steigt marginal auf einen Indexwert von 94,0 (+0,7) Punkten, während der ifo Geschäftsklimaindex für die gesamte deutsche Wirtschaft leicht auf 98,8 (-0,8) Punkte sinkt. Damit liegt der Unterschied der beiden Indikatoren im September nur noch bei 4,8 Punkten und somit so niedrig wie seit Januar 2020 nicht mehr.

DMV-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

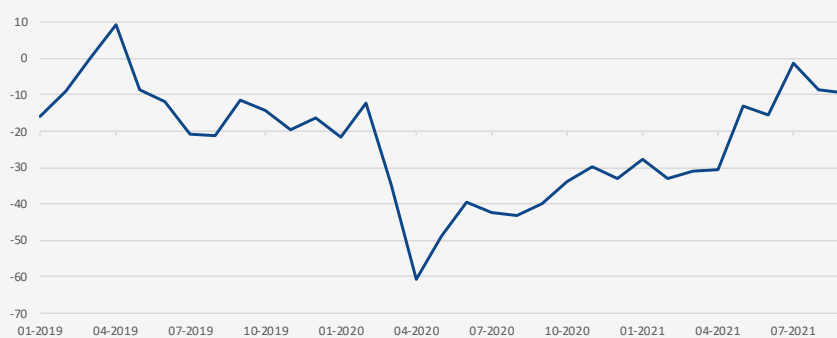


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die Einschätzung des Auftragsbestands verschlechtert sich im zweiten Monat in Folge. Im September befindet sich der Saldo dieser Metrik leicht unter dem August-Wert bei -9,8 (-1,2) Punkten. Somit geht eine leicht größer werdende Mehrheit der Befragten von einem zurückgehenden Auftragsbestand aus.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

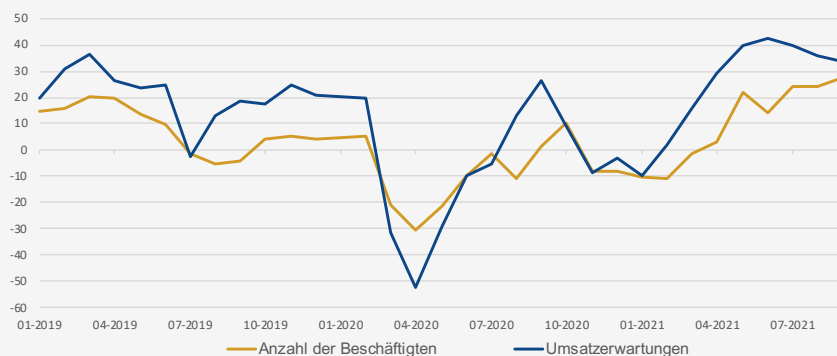


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Im September geht eine etwas größere Mehrheit der Befragten als im Vormonat von einer steigenden Beschäftigtenanzahl aus. Der korrespondierende Saldenwert steigt leicht auf 27,6 (+3,6) Punkte. Gegenteilig verändern sich jedoch die Einschätzung der Umsatzerwartung. Diese verringern sich im Saldo auf einen dennoch deutlich positiven Wert von 33,5 (-2,4) Punkten.

Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt

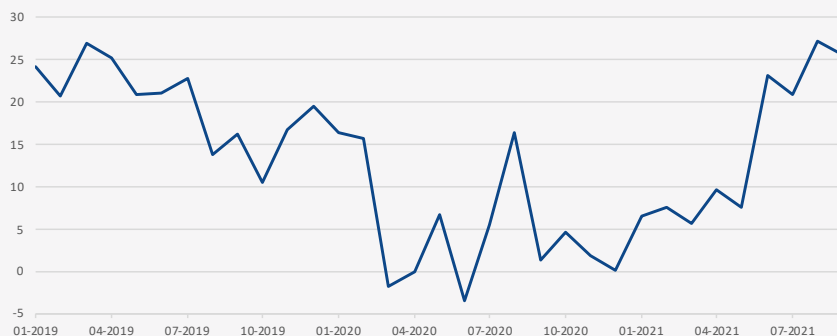


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Nach deutlichem Zugewinn im Sommer sinkt die Einschätzung der Preiserwartungen im September wieder leicht auf einen Saldenwert von 25,5 (-1,7) Punkten. Damit gehen jedoch weiterhin eine deutliche Mehrheit der Befragten von steigenden Preisen aus.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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