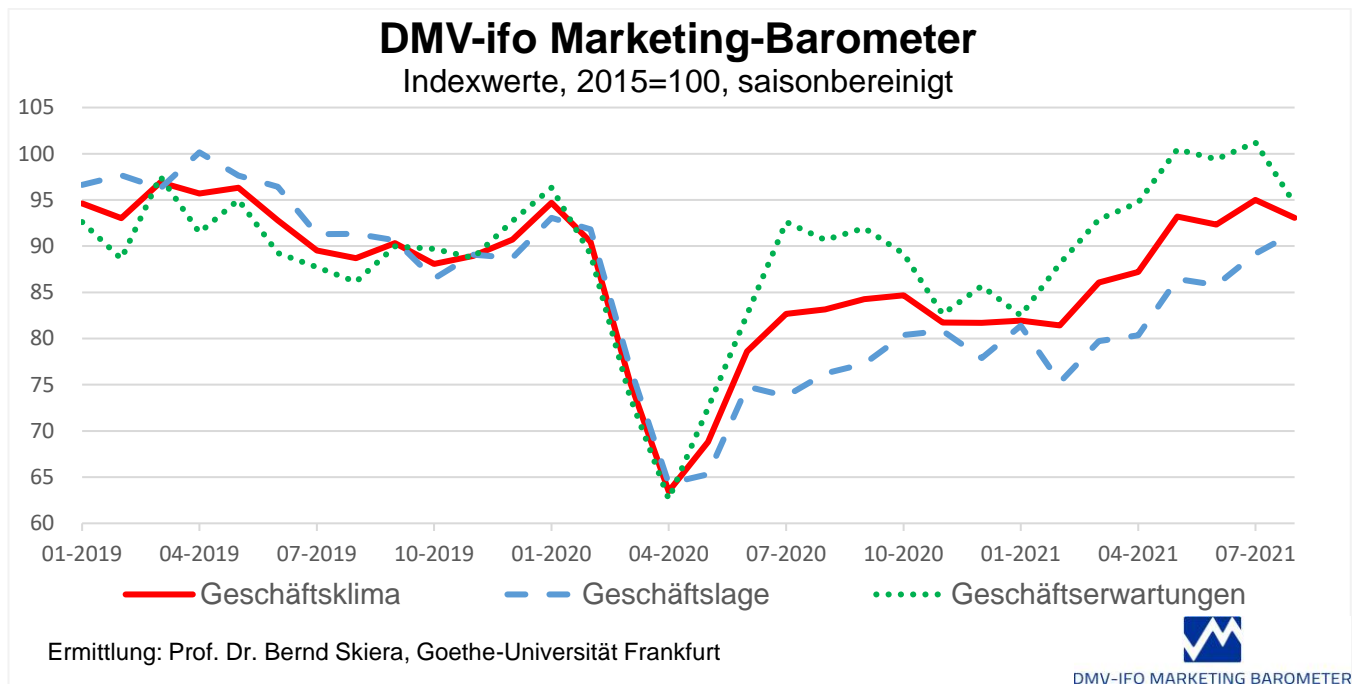


## Durchwachsene Entwicklung des Marketing-Barometers im August

Nachdem sich die Lage der deutschen Marketingbranche im vergangenen halben Jahr fast durchgängig verbessert hat, gehen im August zwei der drei Hauptindikatoren des DMV-ifo Marketing-Barometers zurück. Damit nähern sich diese Indikatoren nach großen Unterschieden während der Corona-Krise wieder einander an.

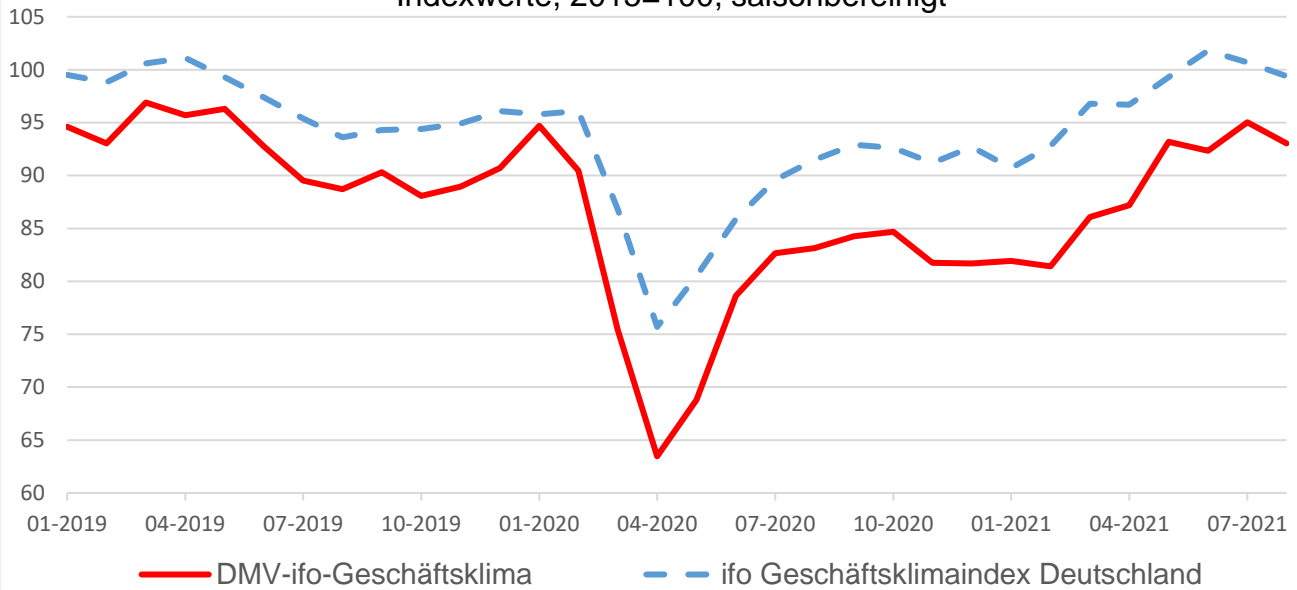
Im Vergleich zum Juli schätzt die Marketingbranche das aktuelle Geschäftsklima im August um 2,0 Punkte schlechter auf einen Indexwert von 93,0 Punkten ein. Das ifo Geschäftsklima für die deutsche Gesamtwirtschaft sinkt etwas weniger stark um 1,3 Punkte auf 99,4 Punkte. Die Geschäftserwartungen der deutschen Marketeers sinken noch deutlicher um 6,6 Punkte auf einen Indexwert von 94,6 Punkten. Einzig die aktuelle Geschäftslage der Branche wird mit einem Zuwachs um 2,3 Punkte auf 91,5 Punkte besser als im Vormonat eingeschätzt. Damit scheint der eindeutige Aufwärtstrend der vergangenen Monate zumindest zeitweise gebremst.

Mit Ausnahme der Preiserwartungen gehen alle übrigen Indikatoren im August zurück. Der aktuelle Auftragsbestand sinkt um -8,0 (-6,4) Punkte. Ebenso stark sinken die Umsatzerwartungen auf einen Wert von 34,6 (-6,2) Punkten. Die Einschätzung der deutschen Marketeers hinsichtlich der Anzahl der Beschäftigten bleibt bei mit 24,3 (-0,1) Punkten annähernd konstant. Einzig die Preiserwartungen der kommenden Monate steigt spürbar auf einen Wert in Höhe von 27,1 (+6,4) Punkten.



## Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

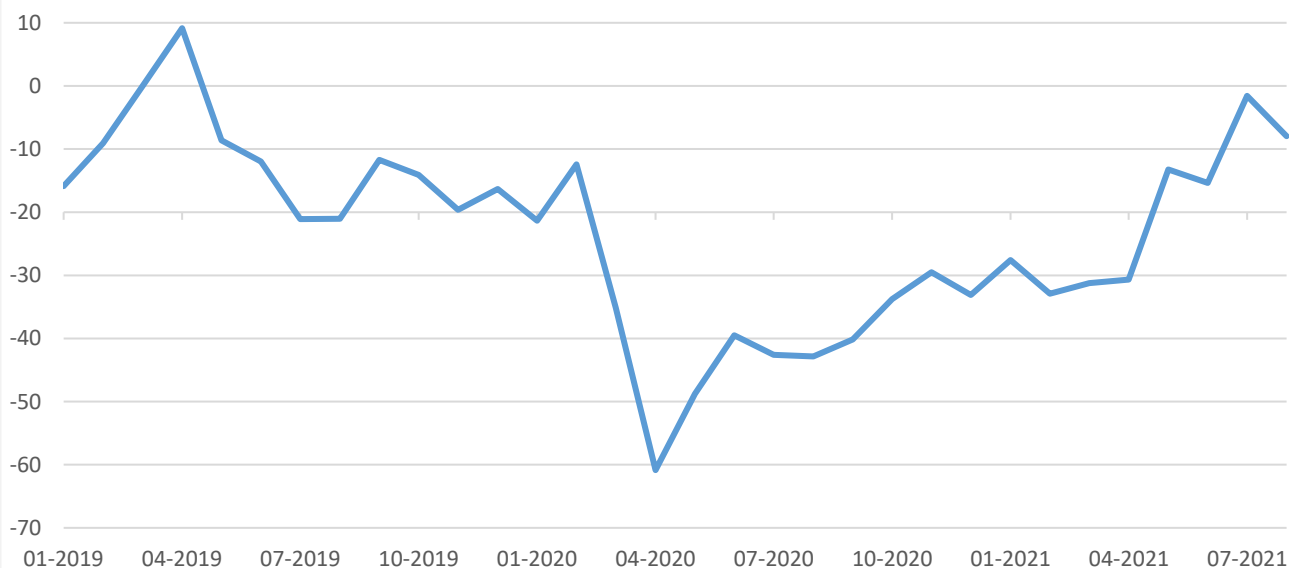


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt

Im August sinkt sowohl das Geschäftsklima der deutschen Marketingbranche, als auch das der deutschen Gesamtwirtschaft. Der DMV-ifo-Geschäftsklimaindex der Marketeers sinkt im Vormonatsvergleich auf einen Indexwert von 93,0 (-2,0) Punkten. Etwas weniger stark sinkt der Ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft im August auf 99,4 (-1,3) Punkte. Damit steigt der Unterschied der beiden Indizes im August leicht auf 6,4 Punkte.

## Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

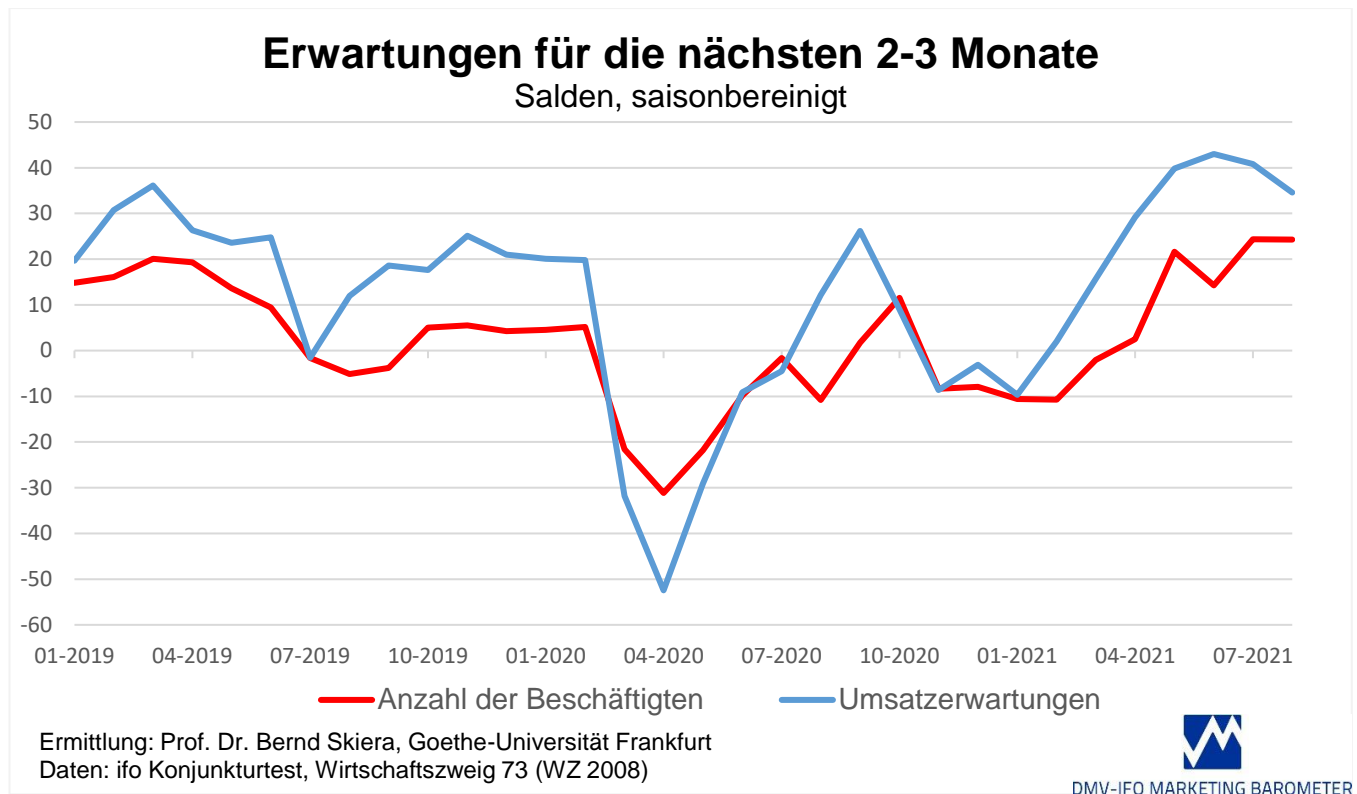


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

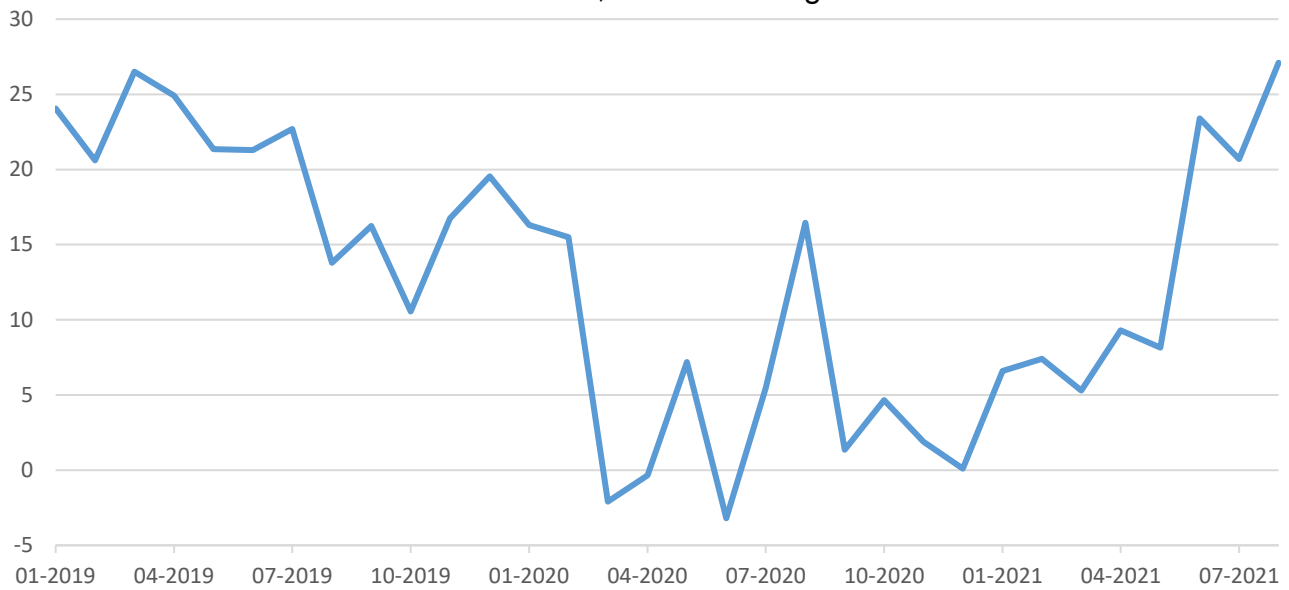
Nach deutlichem Plus im Vormonat sinkt die Beurteilung des Auftragsbestands im August wieder deutlich auf -8,0 (-6,4) Punkte. Im August gehen somit nach dem Höchststand im Juli wieder eine leichte Mehrheit der Befragten von einem rückläufigen Auftragsbestand aus.



Während die Erwartungen bezüglich der Anzahl der Beschäftigten im August fast unverändert bleiben, gehen etwas weniger Befragte als im Juli von steigenden Umsätzen aus. Die Erwartungen der Anzahl der Beschäftigten liegt im August fast unverändert bei 24,3 (-0,1) Punkten. Deutlicher gehen die Umsatzerwartungen auf 34,6 (-6,2) Punkte zurück. Dennoch erwarten somit eine Mehrzahl der Befragten kurzfristig sowohl eine steigende Anzahl von Beschäftigten, als auch einen erhöhten Umsatz.

## Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Im August schätzt die deutsche Marketingbranche die Preiserwartungen der kommenden drei Monate wieder deutlich besser ein. Nachdem der Wert im Juli leicht zurückgegangen war, steigt dieser im August nun deutlich auf 27,1 (+6,4) Punkte. Damit gehen ungefähr so viele Befragte wie seit März 2019 von steigenden Preisen aus.