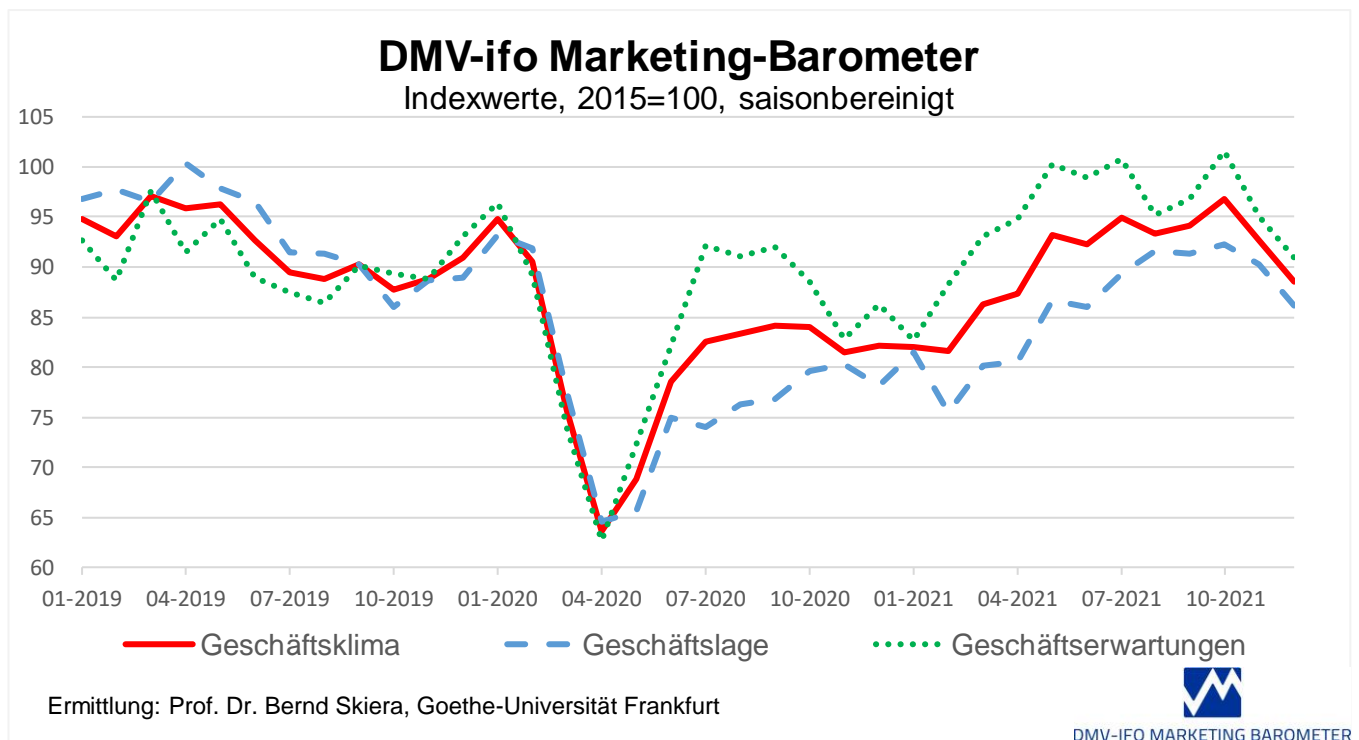


## Dezember 2021: Stimmung in der Marketing-Branche auf Talfahrt

Im zweiten Monat in Folge verschlechtert sich die Selbsteinschätzung der deutschen Marketingbranche in der Dezembererhebung des DMV-ifo Marketing Barometer deutlich. Nachdem die Branche im Sommer scheinbar die Corona-Krise überwunden hatte, verschlechtern sich nun zum Jahresende die aktuelle Lage und kurzfristigen Zukunftsprognosen wieder spürbar.

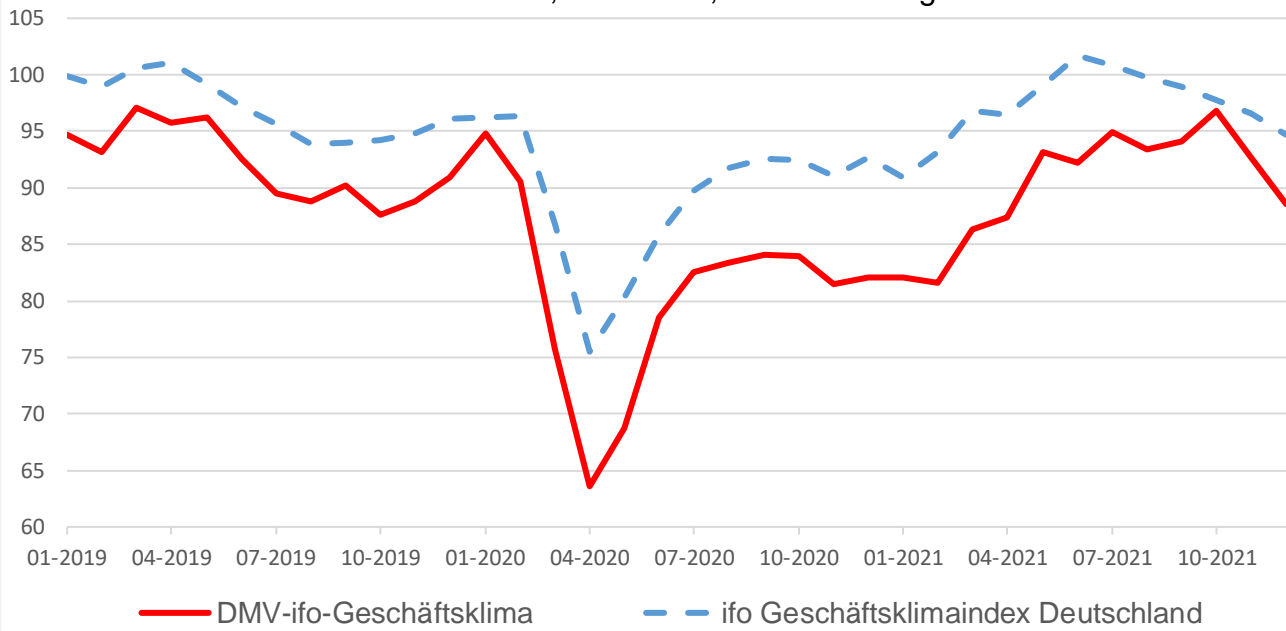
Das aktuelle Geschäftsklima wird von den deutschen Marketeers im Dezember auf einen Indexwert von 88,5 Punkten und damit 4,1 Punkte schlechter als im Vormonat eingeschätzt. Weniger deutlich geht der vergleichbare Wert für die deutsche Gesamtwirtschaft zurück. Der ifo Geschäftsklimaindex verringert sich vergleichsweise weniger stark um 1,9 Punkte auf 94,7 Punkte. Ebenso verschlechtert sich die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage, welche im Dezember bei 86,1 Punkten liegt — eine Verschlechterung im Vormonatsvergleich um 4,2 Punkte. In die negative Entwicklung reiht sich auch der Geschäftserwartungsindex ein, welcher im aktuellen Monat mit einem Minus von 4,1 Punkten auf 91,0 Punkte eingeschätzt wird.

Mit Ausnahme der Preiserwartungen verschlechtern sich alle weiteren Indikatoren des DMV-ifo Marketing Barometers im Dezember. Am deutlichsten verringert sich die Einschätzung des Auftragsbestands auf einen Saldenwert von -16,4 (-10,9) Punkte. Ebenso verschlechtert sich die Einschätzung zu der voraussichtlichen Anzahl der Beschäftigten auf einen Saldo von 4,6 (-6,3) Punkten. Ähnlich stark gehen auch die Umsatzerwartungen im Dezember im Saldo auf 31,2 (-6,0) Punkte zurück. Lediglich die Preiserwartungen steigen im inflationären Umfeld leicht auf einen Saldenwert von 33,6 (+0,8) Punkten — einem Fünfjahreshöchstwert.



# Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

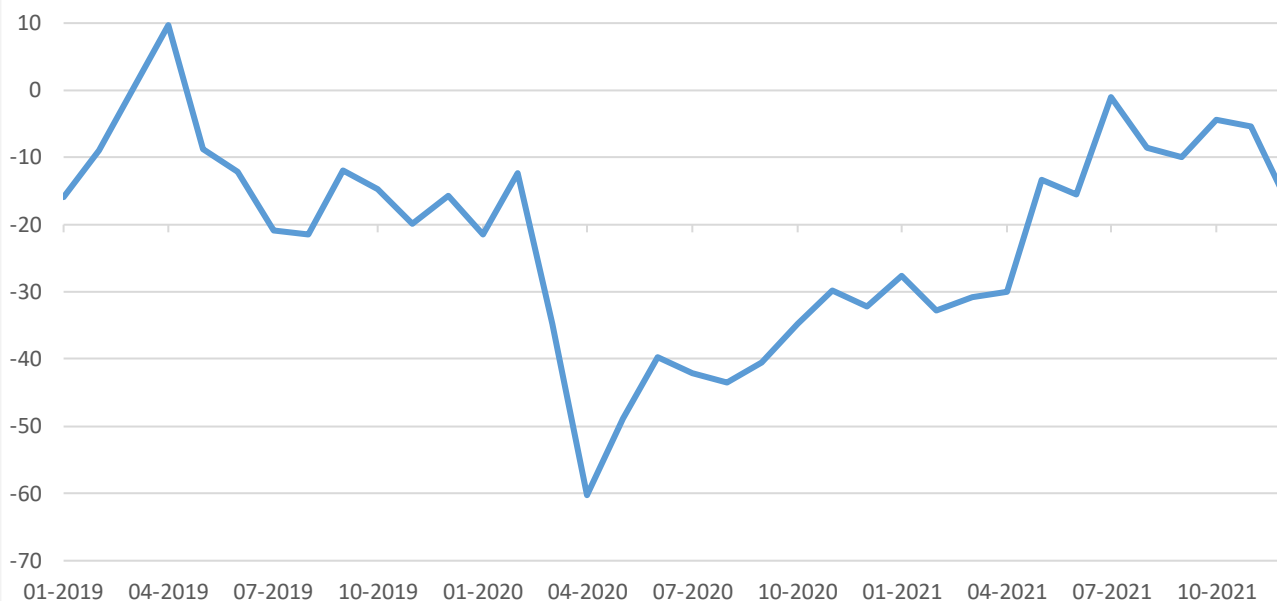


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: ifo Konjunkturtest

Im Dezember 2021 verschlechtert sich sowohl das DMV-ifo-Geschäftsklima der Marketingbranche als auch der ifo Geschäftsklimaindex der deutschen Gesamtwirtschaft. Marketeers schätzen das aktuelle Klima der Branche auf einen Indexwert von 88,5 (-4,1) Punkten ein. Im Vergleich dazu geht die Selbsteinschätzung der Gesamtwirtschaft ebenfalls, aber weniger stark, auf einen Wert von 94,7 (-1,9) Punkten zurück. Damit vergrößert sich die Lücke zwischen den beiden Indikatoren im Dezember auf 6,2 Punkte.

## Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt



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

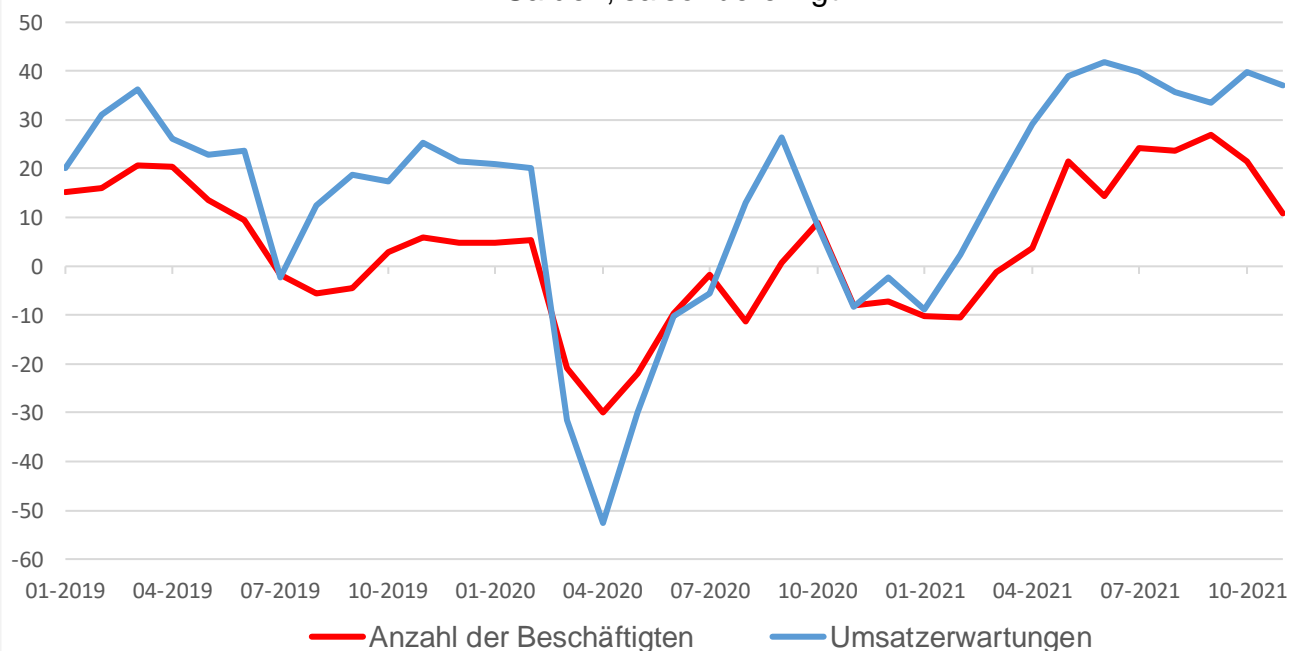


DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Im Dezember geht eine zunehmende Mehrheit der Befragten von einem Rückgang des Auftragsbestands aus. Im Saldo wird der Auftragsbestand deutlich schlechter als im Vormonat auf -16,4 (-10,9) Punkte eingeschätzt. Damit befand sich dieser Indikator seit April 2019 nicht mehr im positiven Bereich.

## Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt

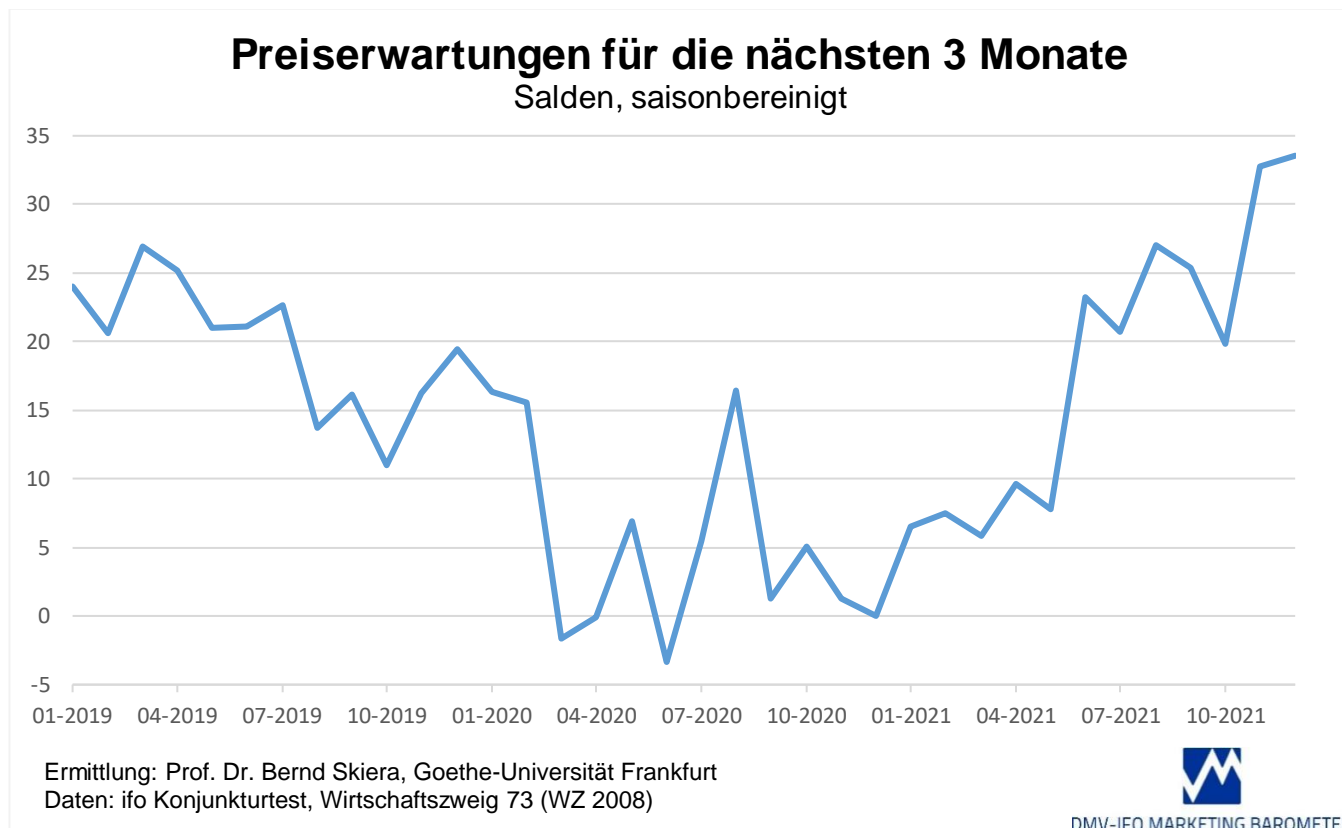


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
 Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Die deutsche Marketingbranche erwartet im Dezember für die nächsten zwei bis drei Monate sowohl eine rückläufige Anzahl der Beschäftigten als auch sinkende Umsätze. Die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl sinkt im aktuellen Monat auf einen noch leicht positiven Saldenwert von 4,6 (-6,3) Punkten. Ähnlich stark gehen ebenfalls die Umsatzerwartungen zurück, welche sich jedoch weiterhin mit einem Saldo von 31,2 (-6,0) Punkten im positiven Bereich befinden.



Im Umfeld steigender Inflation steigt auch die Preiserwartung der Marketingbranche im Dezember. Im Vormonatsvergleich geht jedoch nur eine leicht größere Mehrheit der Befragten von Preissteigerungen aus. Der Saldo liegt im Dezember bei 33,6 (+0,8) Punkten und damit auf dem höchsten Stand seit über fünf Jahren.