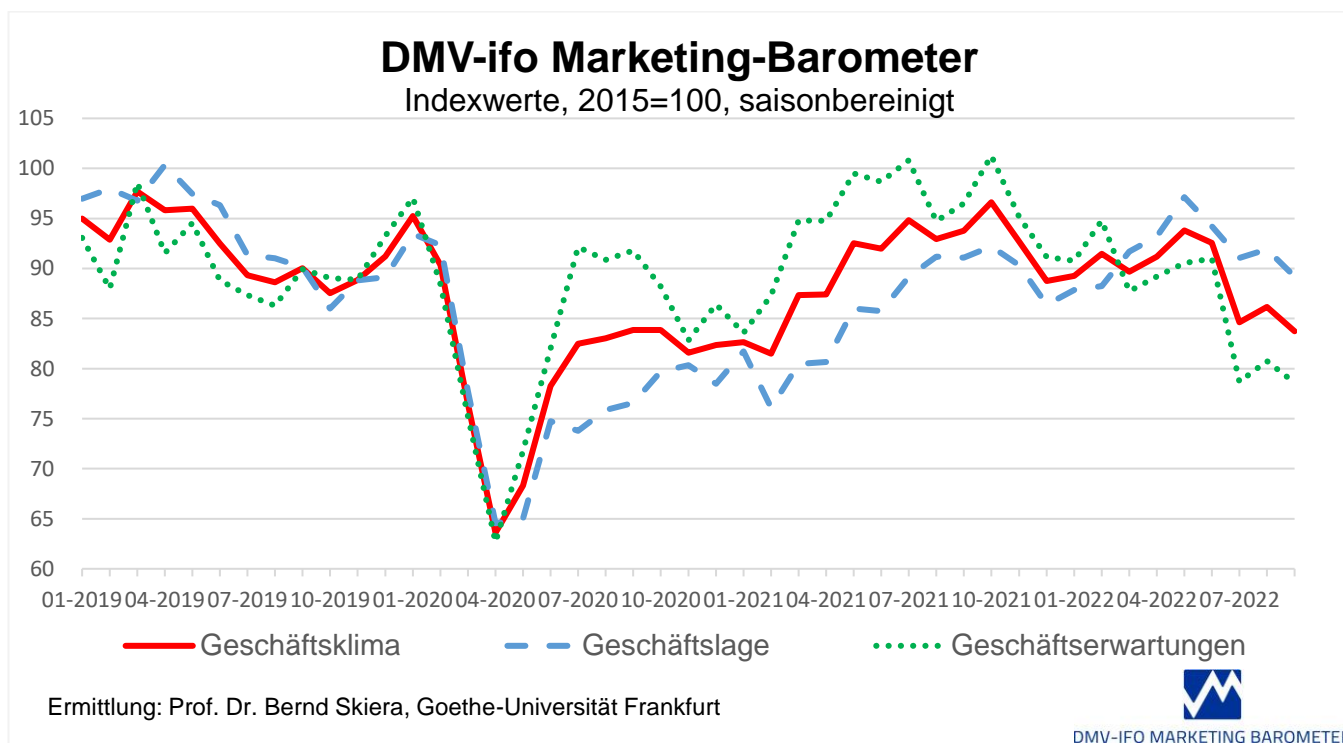


Pessimistischere Selbsteinschätzung der Marketingbranche im September

Im September schätzen die deutschen Marketeers die aktuelle Lage der Branche nach leichtem Plus im Vormonat wieder etwas schlechter ein. Mit Ausnahme der Einschätzung des Auftragsbestandes und der Preiserwartungen sinken alle erhobenen Indikatoren im Vormonatsvergleich.

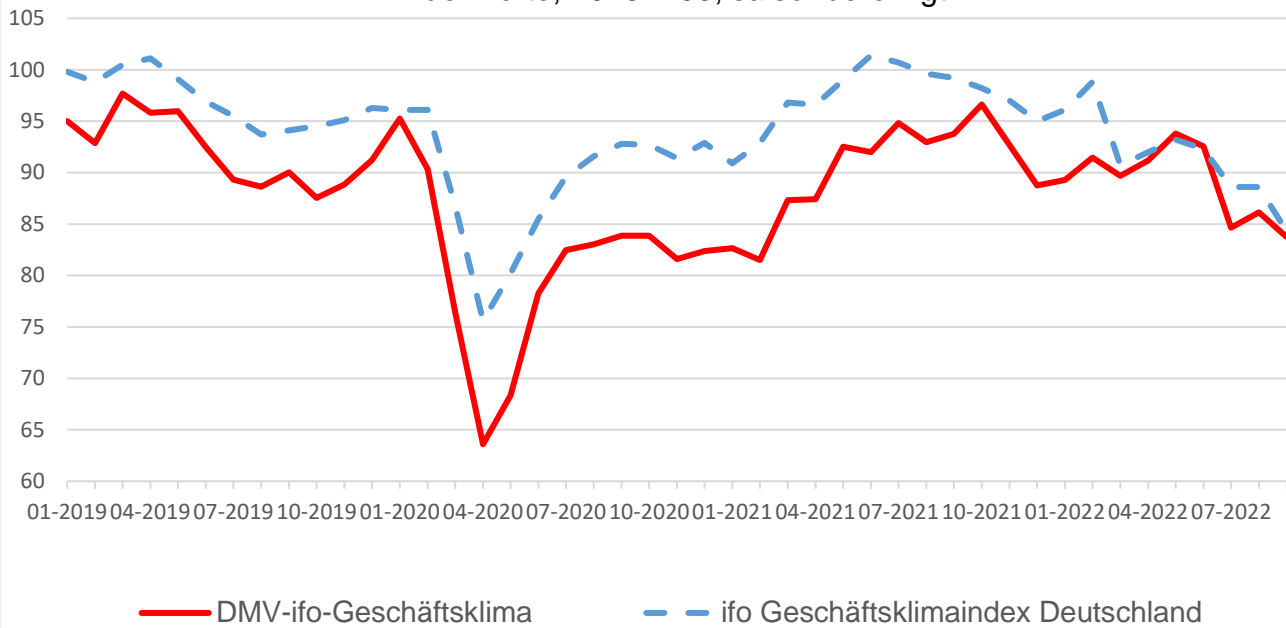
Das Geschäftsklima der deutschen Marketingbranche sinkt im September um 2,4 Punkte auf einen Indexwert von 83,7 Punkten. Damit befindet sich dieser Indikator auf dem niedrigsten Wert seit Februar 2021. Gleichzeitig sinkt jedoch der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft stärker um 4,3 Punkte auf einen Indexwert von 84,3 Punkten. Des Weiteren befinden sich die Marketing-Geschäftserwartungen aktuell auf dem niedrigsten Niveau seit Mai 2020. Die befragten Marketeers schätzen die Geschäftserwartungen im September um 2,2 Punkte schlechter als im Vormonat auf 78,6 Punkte ein. Ähnlich stark geht auch die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage zurück, welche sich im September mit einem Rückgang um 2,7 Punkte bei einem Indexwert von 89,2 Punkten befinden.

Ebenfalls geht die Einschätzung der Anzahl der Beschäftigten sowie die Umsatzerwartungen im September zurück, während die Einschätzung des Auftragsbestands leicht und die Preiserwartungen deutlich steigen. Die Marketingbranche geht im Saldo mit 1,6 (-15,1) Punkten von einer nun im Durchschnitt neutralen Entwicklung der Beschäftigtenanzahl aus. Die ebenfalls gesunkene Einschätzung der Umsatzerwartungen befindet sich jetzt mit 6,3 (-3,1) Punkten nur noch im leicht positiven Terrain. Konträr entwickelt sich die Einschätzung des Auftragsbestands, welche leicht auf einen dennoch weiterhin negativen Saldenwert von -3,2 (+2,5) Punkten steigt. Im inflationären Umfeld steigt der Saldo der Preiserwartungen weiter deutlich auf einen erneuten Höchstwert von 47,4 (+8,7) Punkten.



Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

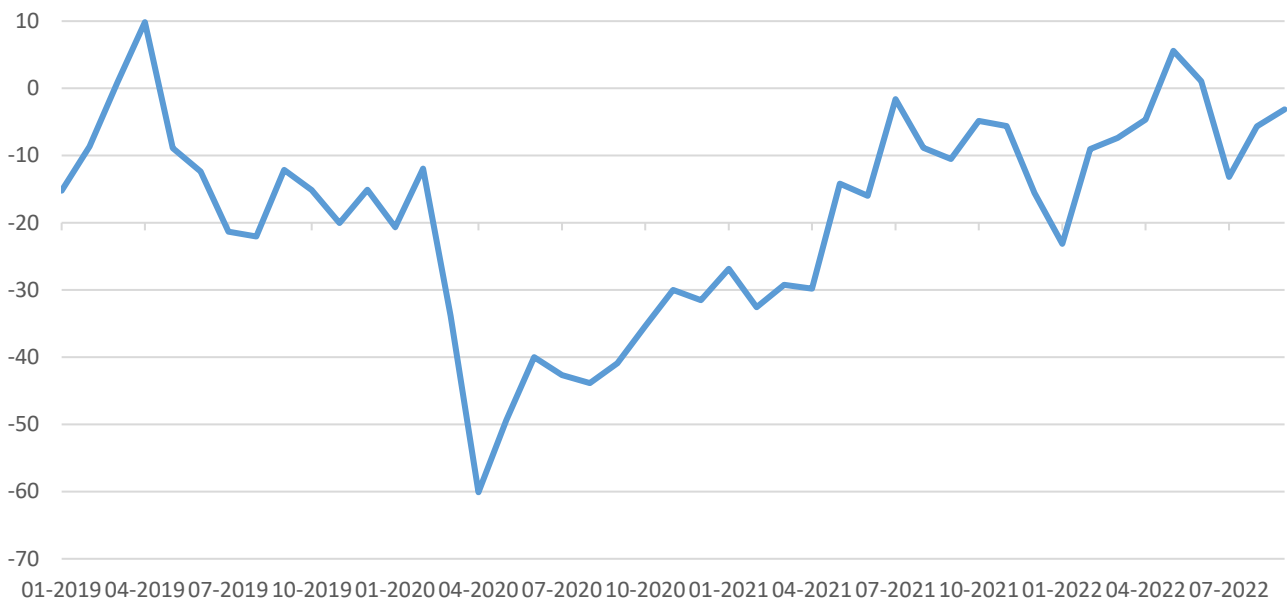


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest

Im September schätzt die deutsche Marketingbranche ihr Geschäftsklima wieder schlechter als im Vormonat ein. Der DMV-ifo Geschäftsklimaindex sinkt im September auf 83,7 (-2,4) Punkte, welches der niedrigste Stand dieses Indikators seit Februar 2021 ist. Damit sind im aktuellen Monat die Geschäftsklimaindikatoren der Marketing- wie auch der Gesamtwirtschaft wieder annähernd gleichauf. Der ifo-Geschäftsklimaindex der deutschen Gesamtwirtschaft sinkt deutlicher als der Vergleichswert der Marketingbranche auf einen Indexwert von 84,3 (-4,3) Punkten.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt



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

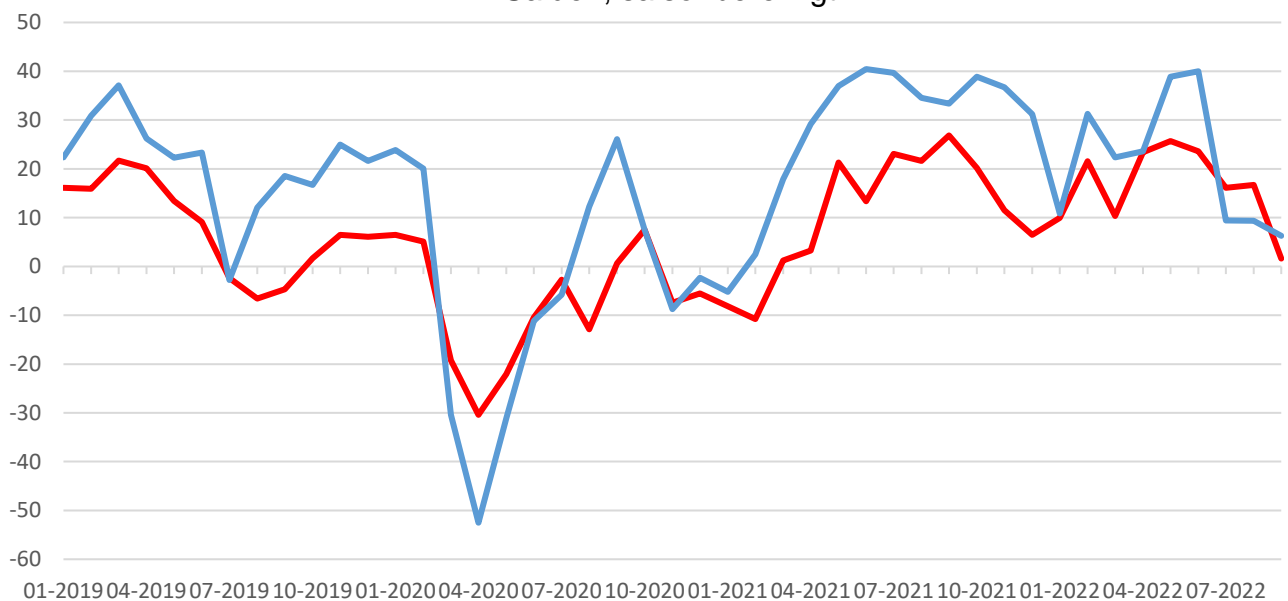


DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Die Beurteilung des Auftragsbestands entwickelt sich im September im zweiten Monat in Folge leicht positiv. Dennoch befindet sich der Indikator mit einem Saldenwert von -3,2 (+2,5) Punkten weiterhin im leicht negativen Bereich. Eine geringe Mehrheit der Befragten geht also weiterhin von einem sinkenden Auftragsbestand aus.

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



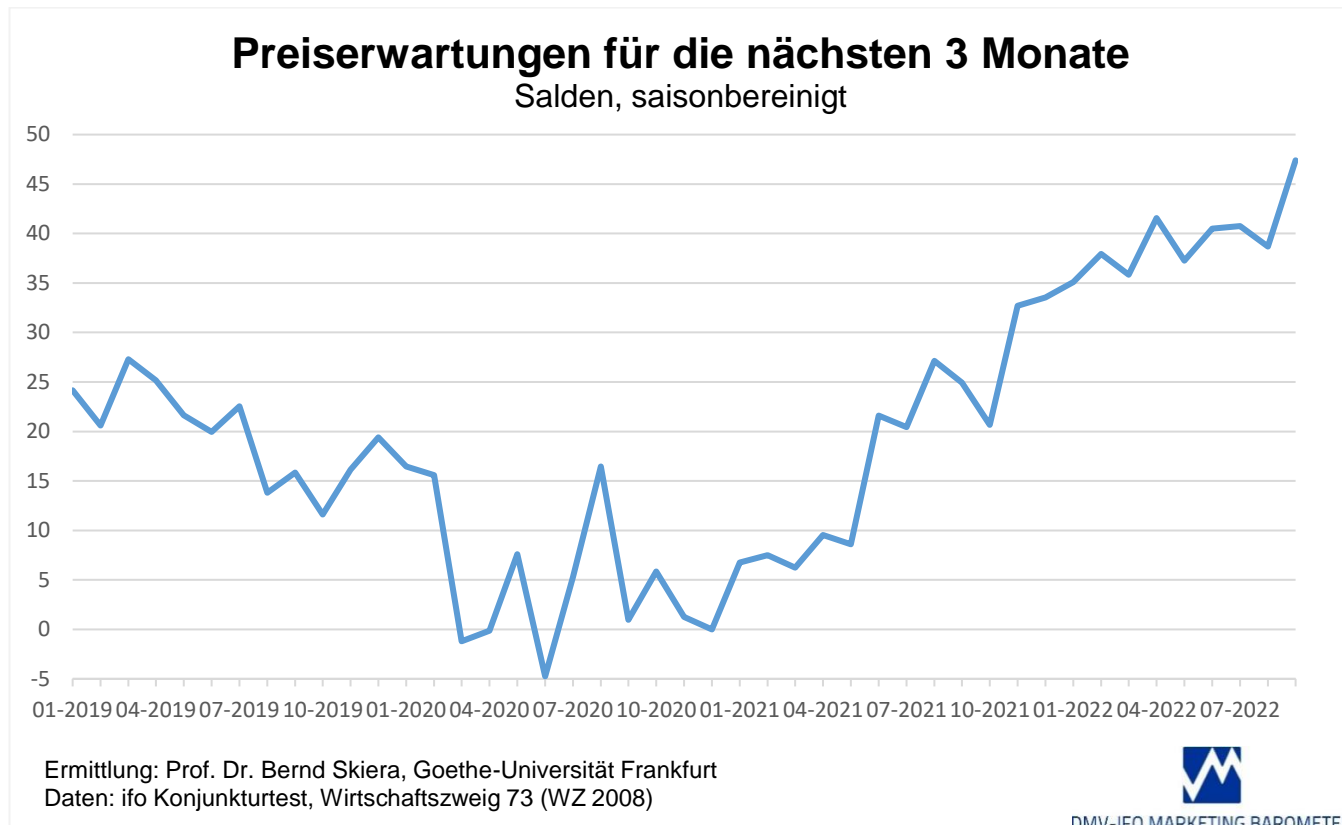
— Anzahl der Beschäftigten — Umsatzerwartungen

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



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Sowohl die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl aus auch des Umsatzes gehen im September teils deutlich zurück. Mit einem leicht positiven Saldenwert von 1,6 (-15,1) Punkten schätzen die Befragten im Durchschnitt die Entwicklung der Beschäftigtenanzahl nun nur noch annähernd neutral ein. Weniger stark gehen die Umsatzerwartungen der deutschen Marketeers zurück, welche im September im Saldo bei 6,3 (-3,1) Punkten liegen.



Auch im September geht der langfristige Aufwärtstrend in den Preiserwartungen weiter. Mit einem Saldenwert von 47,4 (+8,7) Punkten geht eine deutliche und steigende Mehrheit der Befragten weiterhin von steigenden Preisen in den nächsten drei Monaten aus.