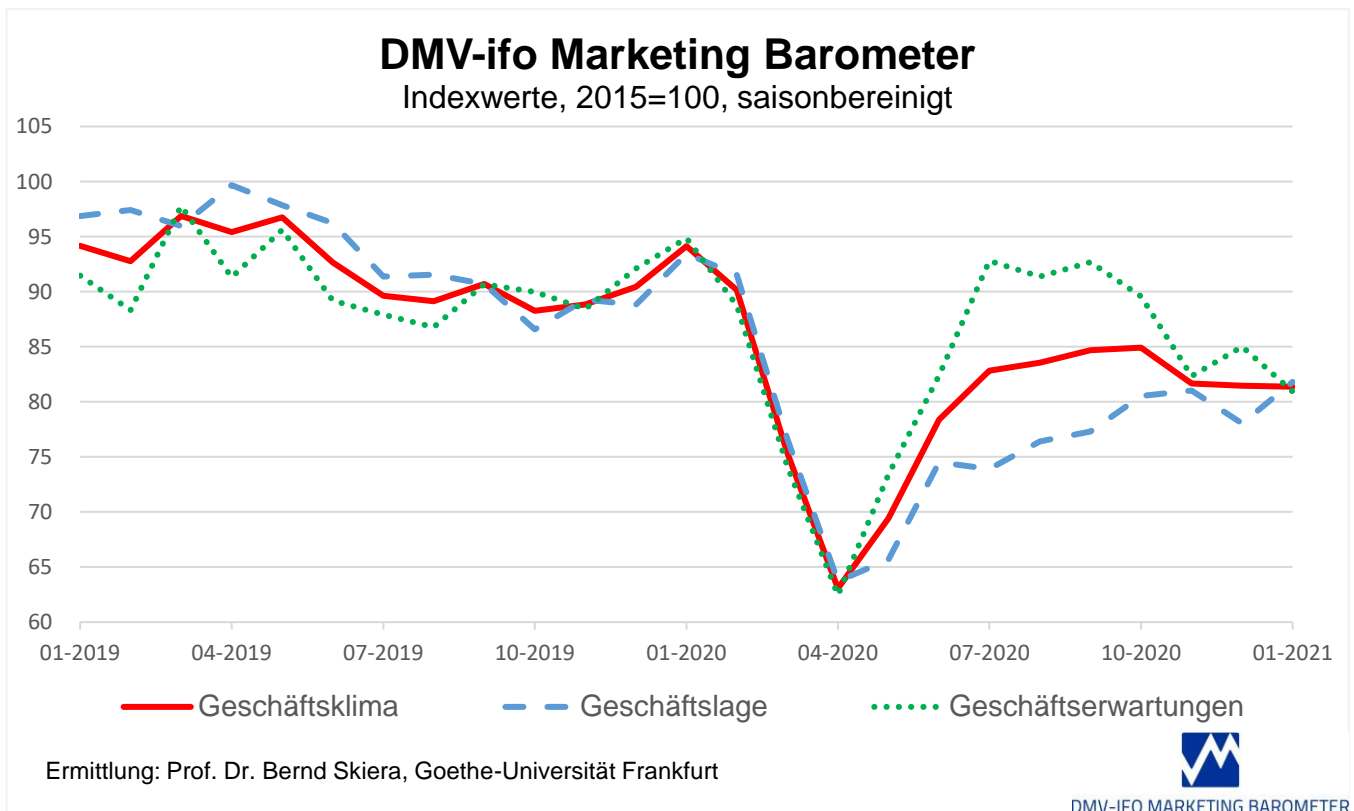


Kein eindeutiger „2. Lockdown-Effekt“ in der Januar-Selbsteinschätzung der Marketingbranche

Die Indikatoren des DMV-ifo-Marketing Barometers verändern sich in der ersten Erhebung im neuen Jahr 2021 nur leicht — trotz verschärftem Lockdown. Während sich die drei Hauptindikatoren im Dezember wenig, aber uneinheitlich verändert hatten, sind das Geschäftsklima, die Geschäftslage, sowie die Geschäftserwartungen wieder fast identisch im Vergleich zum November 2020.

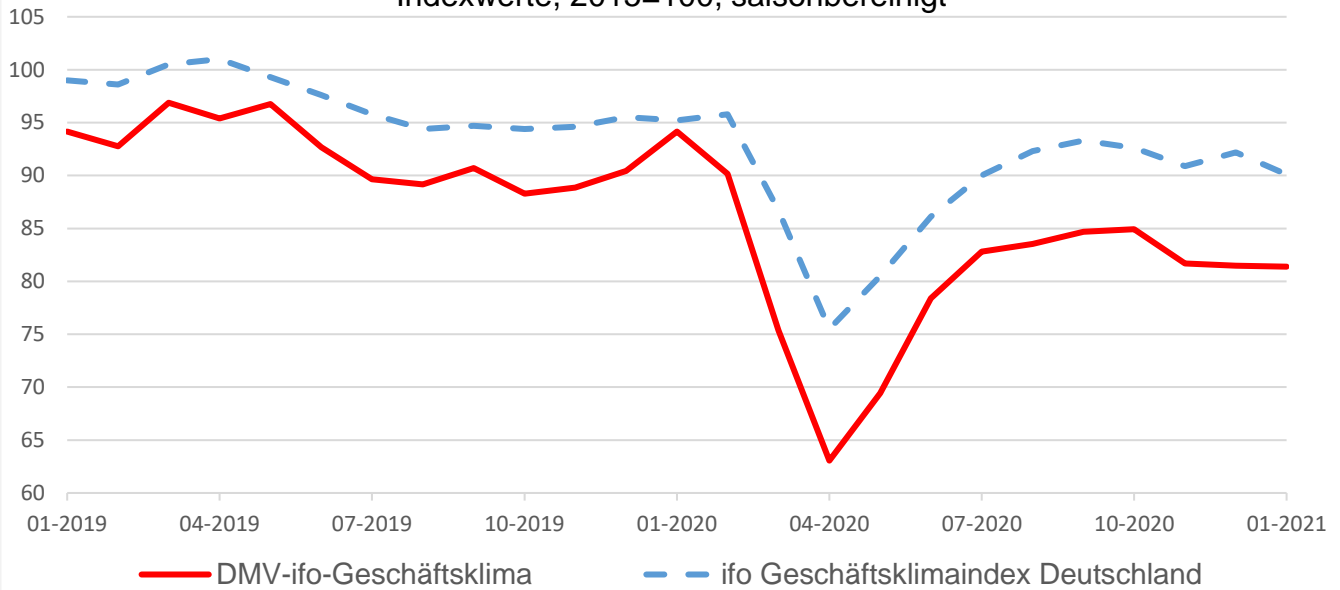
Das Geschäftsklima der Marketingbranche bleibt im Vergleich zu den beiden Vormonaten fast konstant bei 81,4 Punkten und liegt damit vernachlässigbare 0,1 Punkte unter dem Dezember-Wert. Damit ist das Geschäftsklima weiterhin auf niedrigem Niveau und im Vergleich zum Frühling des Vorjahrs wenig volatil. Der ifo-Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab für die deutsche Gesamtwirtschaft hingegen verschlechtert sich um 2,1 Punkte auf einen Indexwert von 90,1 Punkten. Die Geschäftslage der Marketingbranche steigt im Vergleich zum Dezember um 3,8 Punkte auf 81,8 Punkte und macht damit wieder den Verlust des Vormonats gut. Nach kleinem Plus im Dezember gehen die Geschäftserwartungen der deutschen Marketers wieder ähnlich stark um 4,1 Punkte auf einen Indexwert von 80,9 Punkten zurück.

Die verbleibenden Indikatoren des DMV-ifo Marketing Barometers verändern sich etwas stärker, jedoch in unterschiedliche Richtungen. Die Einschätzung des Auftragsbestands steigt im Saldo leicht auf -27,3 (+4,9) Punkte, womit jedoch weiterhin eine bedeutende Mehrzahl der Befragten von einem Auftragsrückgang ausgeht. Hingegen sinken die Erwartungen der Anzahl der Beschäftigten im Saldo auf -11,2 (-3,6) Punkte und ebenso vermindern sich die Umsatzerwartungen der kommenden 2–3 Monate auf einen Saldenwert von -10,5 (-6,0) Punkten. Einzig die Preiserwartungen der Marketingbranche steigen wieder in positives Terrain auf einen Wert von 6,4 (+6,6) Punkte, womit eine kleine Mehrheit der Befragten wieder von höheren Preisen in der nahen Zukunft ausgeht.



Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

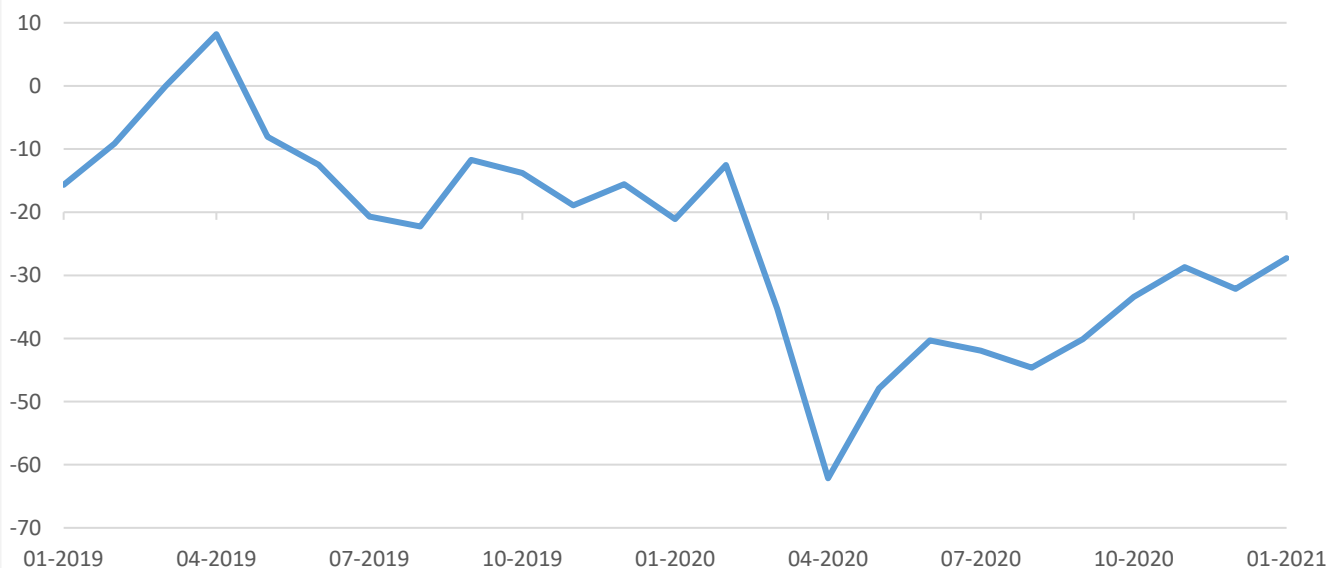


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt

Der DMV-ifo-Geschäftsklimaindex verändert sich im Januar nur unwesentlich und bleibt auf einem Indexwert von 81,4 (-0,1) Punkten. Das Ifo Geschäftsklima als Vergleichsindex der deutschen Gesamtwirtschaft sinkt jedoch deutlicher auf 90,1 (-2,1) Punkte. Dadurch verringert sich die Differenz der beiden Indikatoren im Januar auf 8,7 Punkte, wobei die Marketingbranche das Geschäftsklima konstant schlechter einschätzt als die Gesamtwirtschaft.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

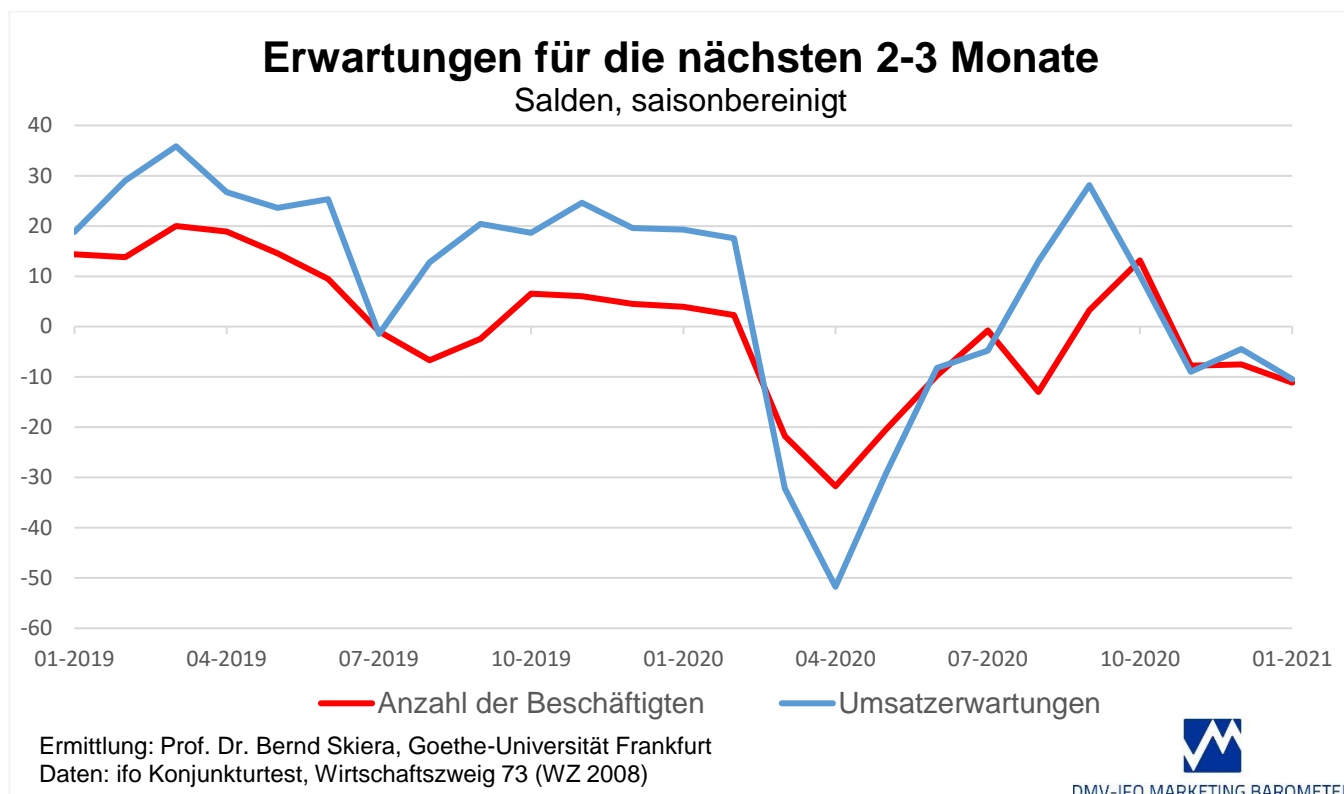


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Nach leichter Verschlechterung im Vormonat setzt die Beurteilung des Auftragsbestands der Marketingbranche im Januar den Aufwärtstrend fort und liegt nun auf einem Saldenwert von -27,3 (+4,9) Punkten. Dennoch bleibt trotz positivem Trend die Einschätzung des Auftragsbestands damit im Durchschnitt eher pessimistisch.



In der Januarbefragung äußern die deutschen Marketers wieder eine etwas schlechtere Einschätzung bezüglich der Anzahl der Beschäftigten sowie der Umsatzerwartungen. Im Saldo geht die Marketingbranche mit -11,2 (-3,6) Punkten von weniger Beschäftigten in den kommenden 2–3 Monaten aus. Ebenfalls sinkt die Einschätzung der Umsatzerwartungen deutlich auf einen Saldenwert von -10,5 (-6,0) Punkten.

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

Nach einer Verschlechterung in den vergangenen zwei Vormonaten erholt sich die Einschätzung der Preiserwartungen in den kommenden 2–3 Monaten wieder deutlich und liegt nun mit einem Saldo von 6,4 (+6,6) Punkten erstmalig seit Oktober 2020 wieder im positiven Bereich. Damit geht eine leichte Mehrheit der Befragten von steigenden Preisen in der nahen Zukunft aus.