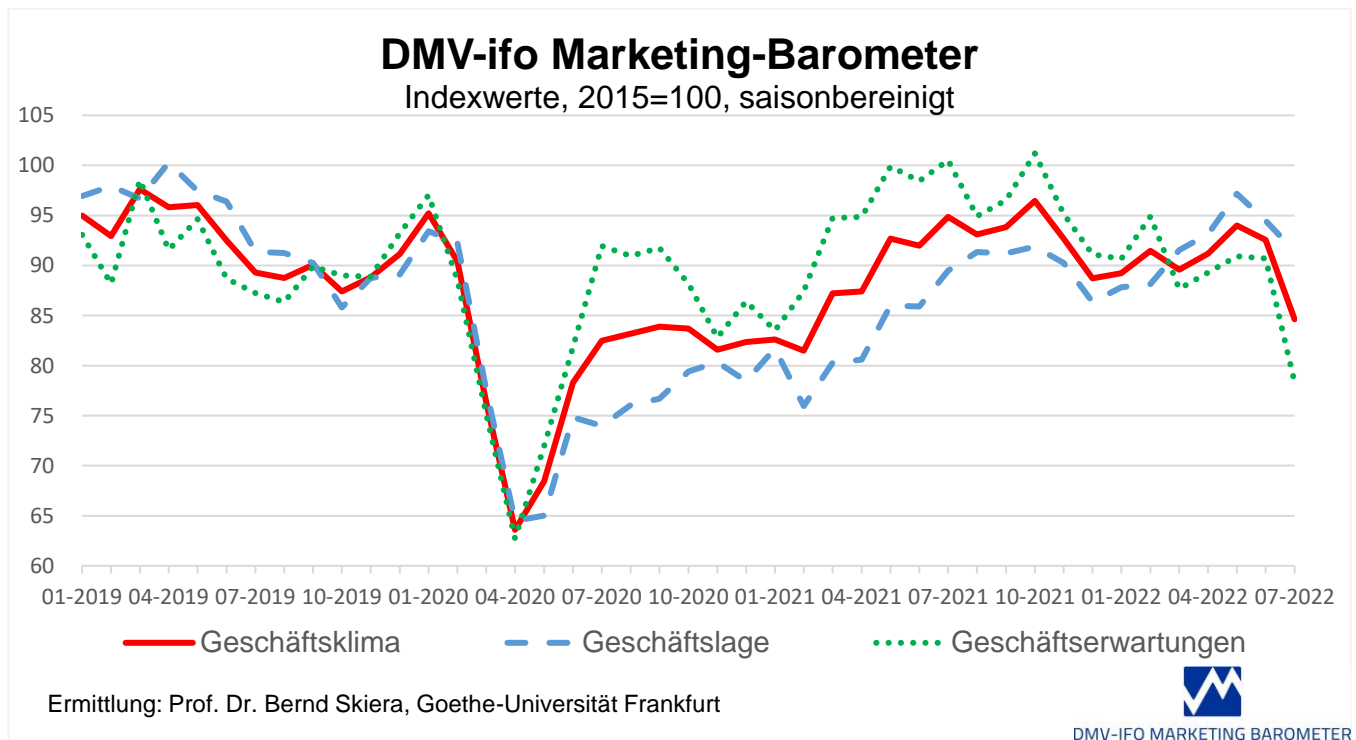


Juli-Erhebung des DMV-ifo Marketingbarometers: Deutlicher Stimmungseinbruch in der Marketingbranche

Im Juli verschlechtert sich die Selbsteinschätzung der deutschen Marketingbranche drastisch. Nach kleinem Rückgang im Vormonat sinken fast alle Indikatoren des DMV-ifo Marketingbarometers in der Juli-Befragung deutlich. Die Branche schaut dementsprechend spürbar weniger optimistisch in die Zukunft als noch vor wenigen Monaten.

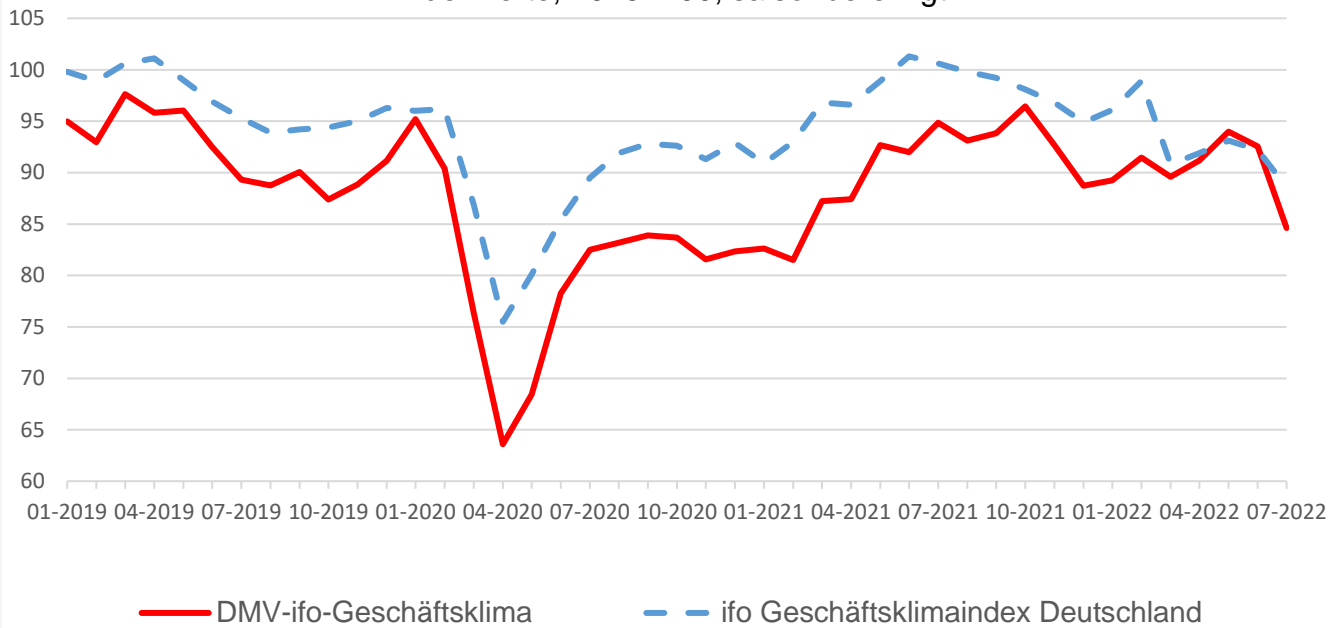
Das Geschäftsklima in der deutschen Marketeers sinkt im Juli deutlich um 7,9 Punkte auf einen Indexwert von 84,6 Punkten. Damit verringert sich die Geschäftsklimaeinschätzung der Marketingbranche stärker als die der deutschen Gesamtwirtschaft — der ifo Geschäftsklimaindex sinkt dennoch spürbar um 3,6 Punkte auf 88,6 Punkte. Darüber hinaus verschlechtert sich ebenso die Selbsteinschätzung der Marketing-Geschäftslage. Dieser Index sinkt um 3,1 Punkte auf einen Wert von 91,4 Punkten. Am stärksten verschlechtern sich jedoch die Geschäftserwartungen in der Marketingbranche. Deutsche Marketeers sehen nun — mit einer Verschlechterung von 12,4 Punkten auf einen Indexwert von 78,3 Punkten — fast so pessimistisch wie im Mai 2020 in die Zukunft.

Alle übrigen Indikatoren, mit Ausnahme der Preiserwartungen, sinken ebenfalls im Juli. Die Einschätzung des Auftragsbestands sinkt erstmalig seit April mit einem Saldenwert von -12,8 (-14,4) Punkten wieder in negatives Terrain. Darüber hinaus verringert sich die Erwartung hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl deutlich. Im Juli beträgt dieser Saldenwert 16,8 (-7,1) Punkte. Am stärksten gehen die Umsatzerwartungen zurück. Deutsche Marketeers schätzen ihren zukünftigen Umsatz nun auf einen Saldenwert von 8,9 (-30,9) Punkten ein. Lediglich die Einschätzungen der Preiserwartung bleiben annähernd konstant auf einem Saldo von 41,0 (0,3) Punkten.



Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

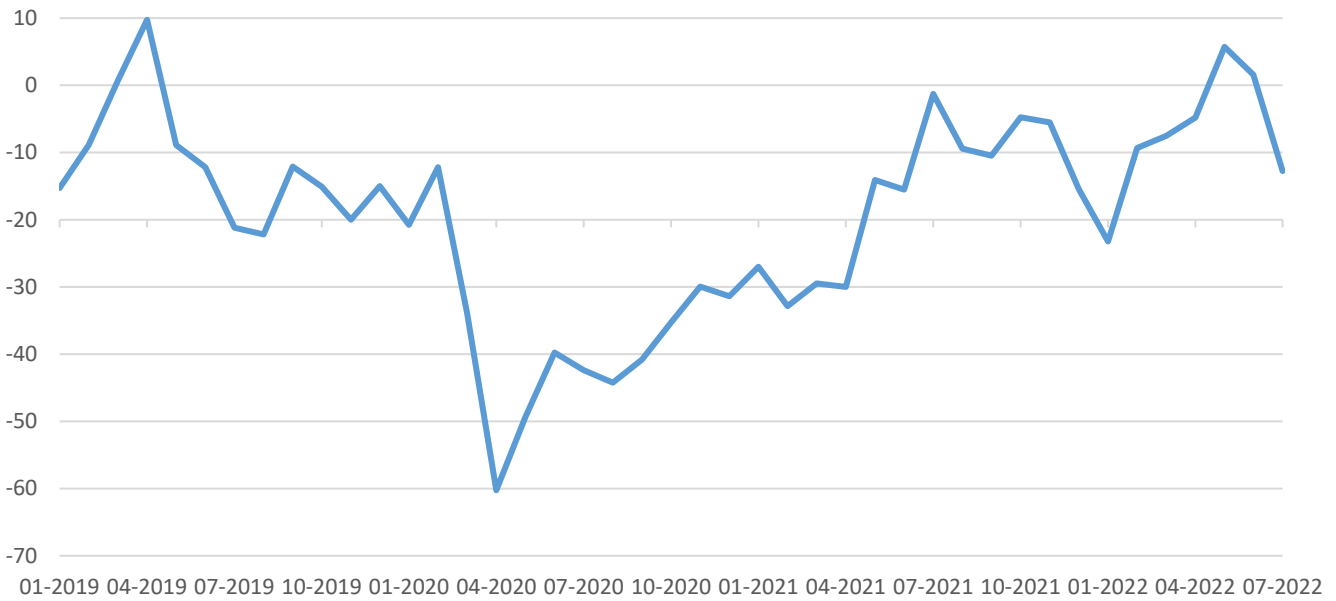


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest

Nach leichtem Rückgang im Juni sinken sowohl der DMV-ifo Geschäftsklimaindex als auch der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab für die Gesamtwirtschaft im Juli stark. Deutsche Marketeers schätzen das Geschäftsklima im aktuellen Monat auf einen Indexwert von 84,6 (-7,9) Punkten ein. Ebenfalls sehr deutlich, aber weniger stark, geht der ifo Geschäftsklimaindex auf einen Wert von 88,6 (- 3,6) Punkte zurück und befindet sich damit auf dem tiefsten Stand seit zwei Jahren. Nachdem beide Indikatoren im Vormonat annähernd auf gleichem Niveau waren, schätzt die Marketingbranche das Geschäftsklima nun wieder vergleichsweise schlechter ein als die Gesamtwirtschaft.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt



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

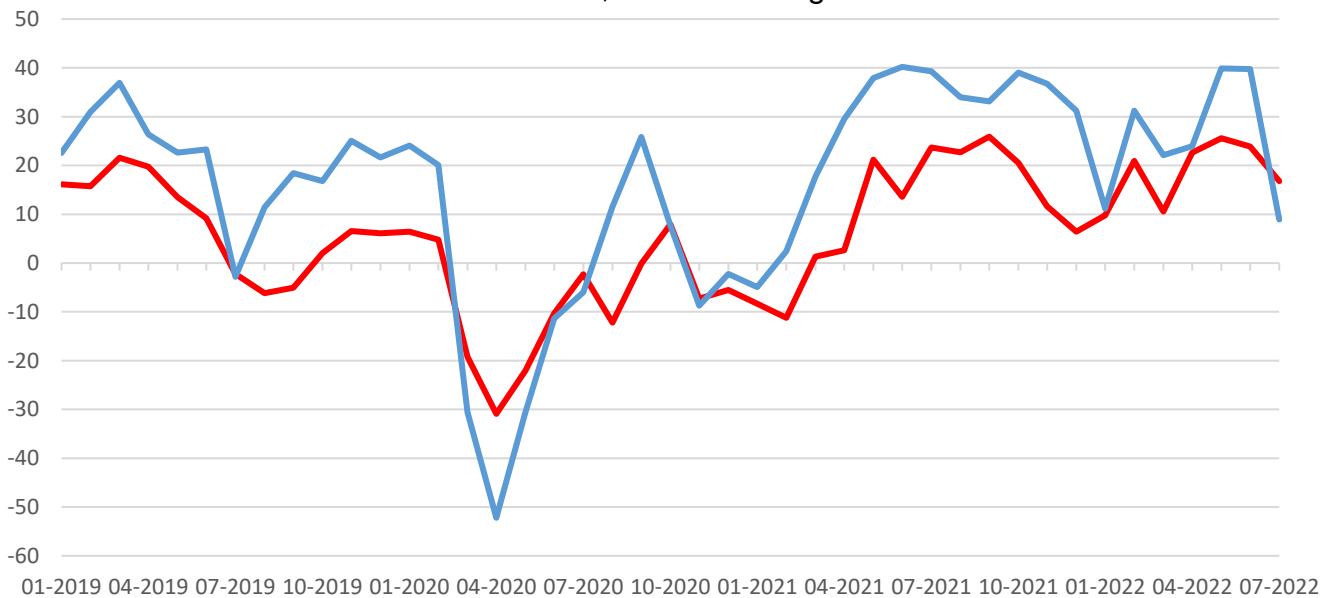


DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Die Beurteilung des Auftragsbestands in der deutschen Marketingbranche sinkt im Juli im zweiten Monat in Folge. Im Saldo schätzen die Marketeers ihren Auftragsbestand nun auf -12,8 (-14,4) Punkte ein. Damit geht wieder eine Mehrheit der Befragten von einem rückläufigen Auftragsbestand aus.

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



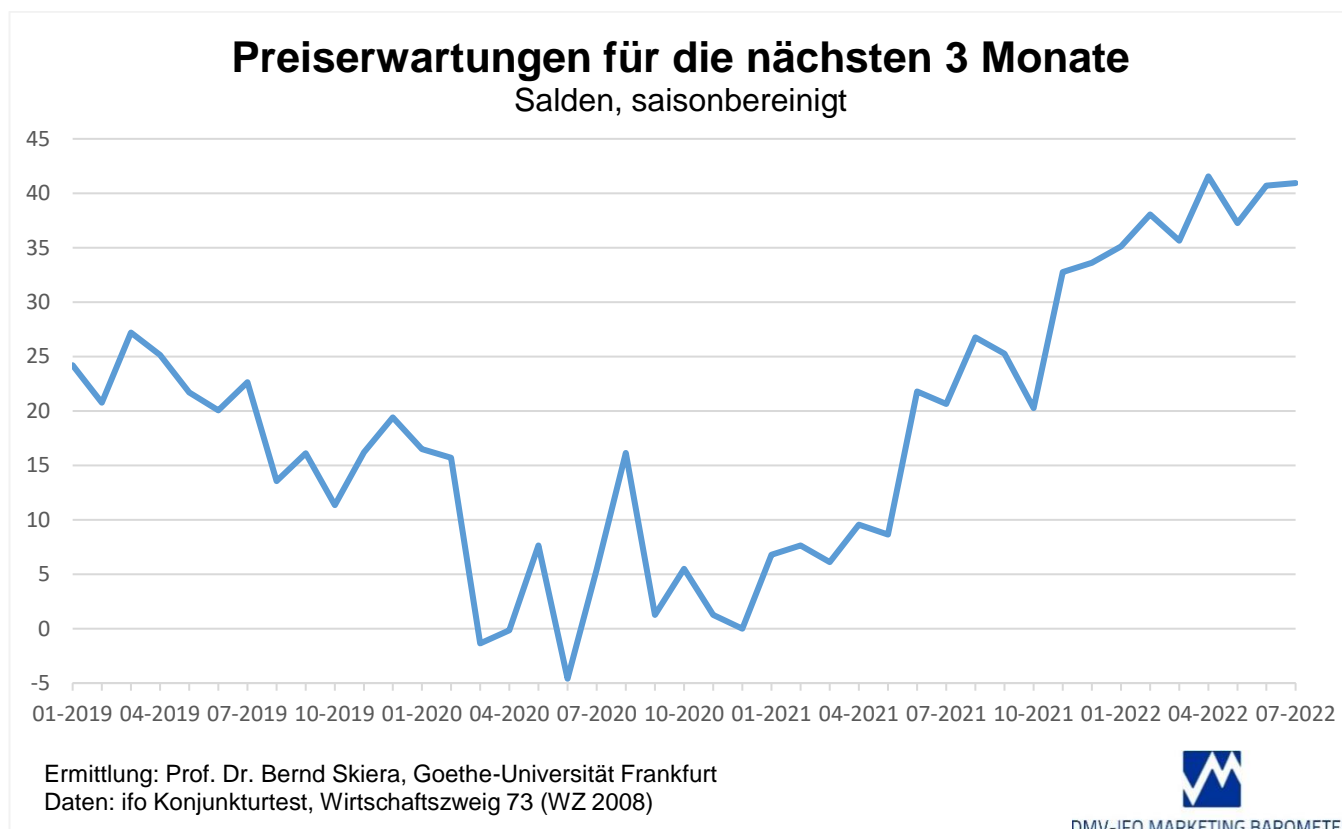
— Anzahl der Beschäftigten — Umsatzerwartungen

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 als auch des Umsatzes sinken spürbar im Juli. Eine kleiner werdende Mehrheit der Marketingbranche geht mit einem Saldo von 16,8 (-7,1) Punkten weiterhin von einer steigenden Beschäftigtenanzahl aus. Drastisch sinken im Juli die Umsatzerwartungen. Dieser Indikator sinkt auf einen nur noch leicht positiven Saldenwert von 8,9 (-30,9) Punkten.



Annähernd konstant entwickeln sich im aktuellen Monat die Preiserwartungen der Marketingbranche. Im Saldo liegen diese Erwartungen nun bei 41,0 (+0,3) Punkten. Damit geht weiterhin eine deutliche Mehrheit der Befragten von steigenden Preisen in der Branche aus.