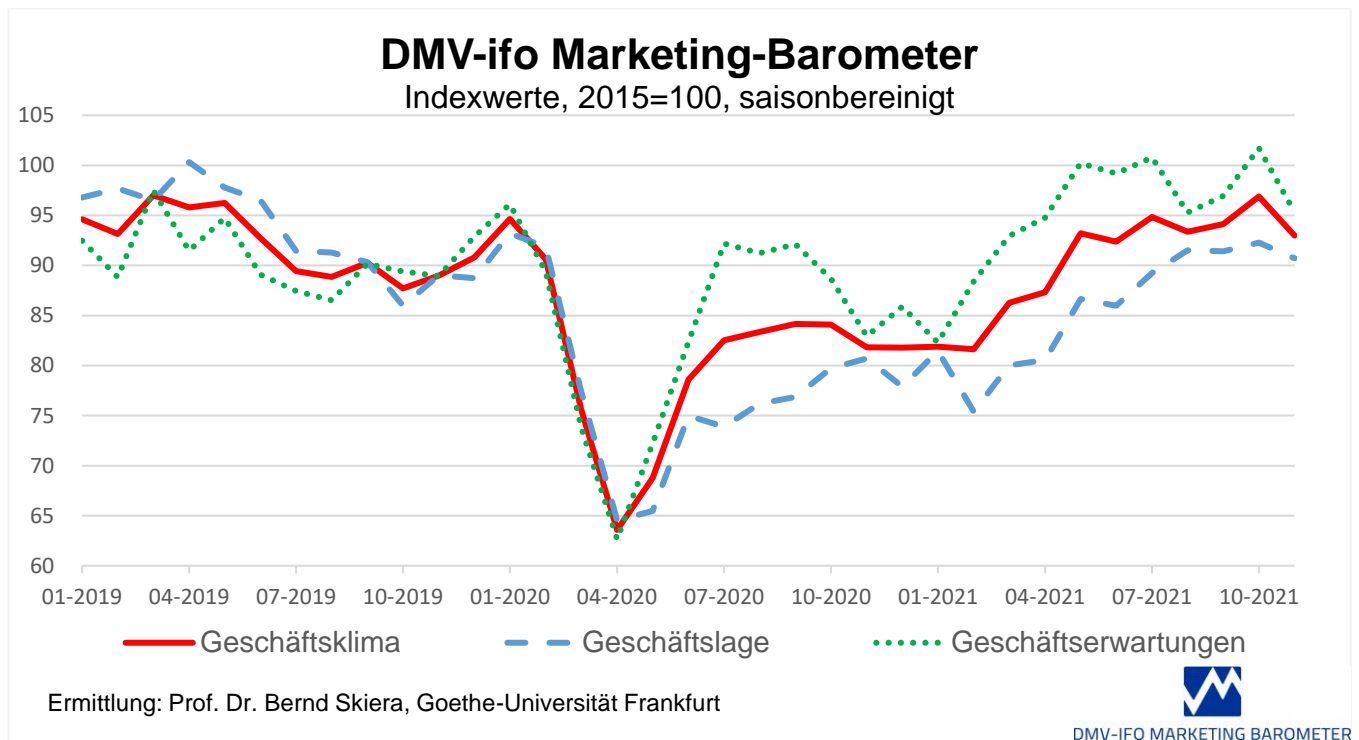


November-Barometer: Deutlicher Einbruch der Stimmung in der Marketingbranche

In der November-Erhebung des DMV-ifo Marketing Barometers verschlechtert sich die Selbsteinschätzung der deutschen Marketingbranche deutlich. Dies geht einher mit der Zuspitzung der Corona-Situation und folgt auf die Bestwerte im vergangenen Monat.

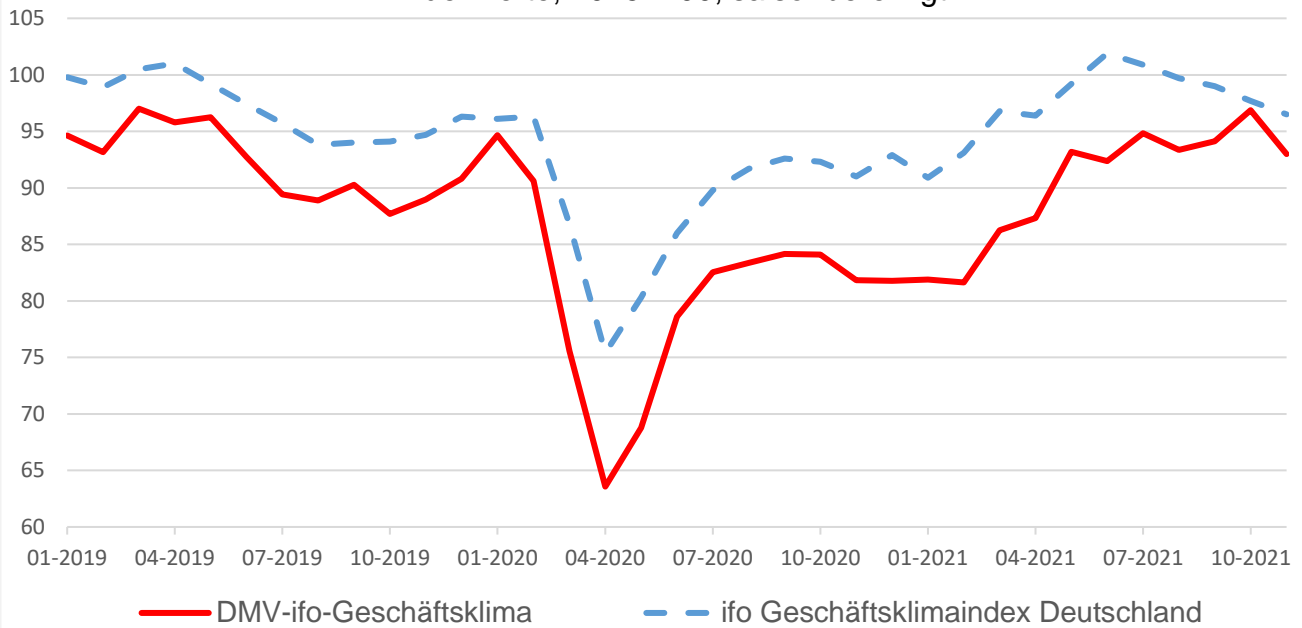
Das aktuelle Geschäftsklima der Marketingbranche verringert sich im Vergleich zum Vormonat Oktober um 3,9 Punkte auf einen Indexwert von 93,0 Punkten. Der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft sinkt ebenfalls, aber weniger stark, um 1,2 Punkte auf 96,5 Punkte. Desweiteren verschlechtert sich die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage um 1,6 Punkte auf einen Indexwert von 90,7 Punkten. Am stärksten verringern sich im Vormonatsvergleich die Geschäftserwartungen der deutschen Marketeers um 6,4 Punkte auf 95,3 Punkte.

Mit Ausnahme der Preiserwartungen gehen im November ebenfalls alle weiteren Indikatoren zurück. Die Einschätzung des Auftragsbestands sinkt leicht auf einen Saldenwert von -4,9 (-0,9) Punkten, während sich die Erwartungen hinsichtlich der Anzahl der Beschäftigten deutlich auf einen Saldo von 11,4 (-11,0) Punkten verringert. Moderat gehen ebenfalls die Umsatzerwartungen im November zurück. Diese verringern sich im Saldo auf 37,0 (-2,6) Punkte. Einzig die Preiserwartungen steigen im aktuellen Monat deutlich auf einen Saldenwert von 32,8 (+13,2) Punkten.



Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

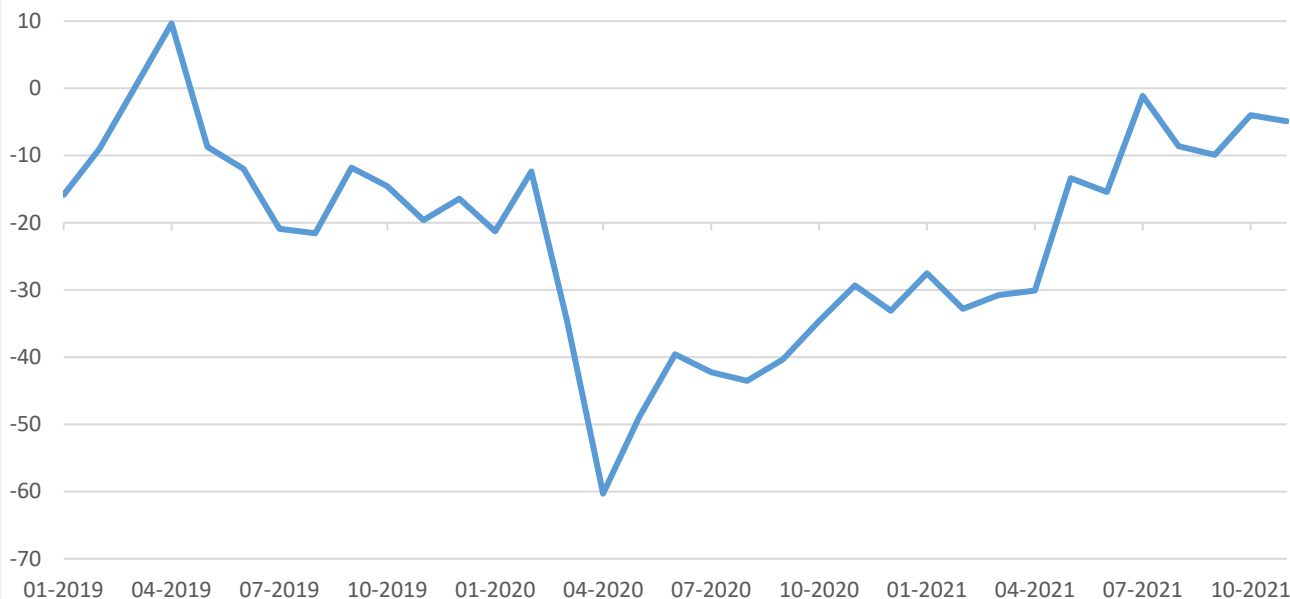


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: ifo Konjunkturtest

Sowohl das DMV-ifo-Geschäftsklima der Marketingbranche als auch der ifo Geschäftsklimaindex der Gesamtwirtschaft sinken im November. Die Marketeers schätzen das aktuelle Geschäftsklima nun auf einen Indexwert von 93,0 (-3,9) Punkten ein. Etwas weniger deutlich geht das gesamtwirtschaftliche Geschäftsklima auf 96,5 (-1,2) Punkte zurück. Somit vergrößert sich der Abstand der Selbsteinschätzung der Marketingbranche zur Gesamtwirtschaft nach fast gleichen Werten im Oktober im aktuellen Monat auf 3,5 Punkte.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt



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

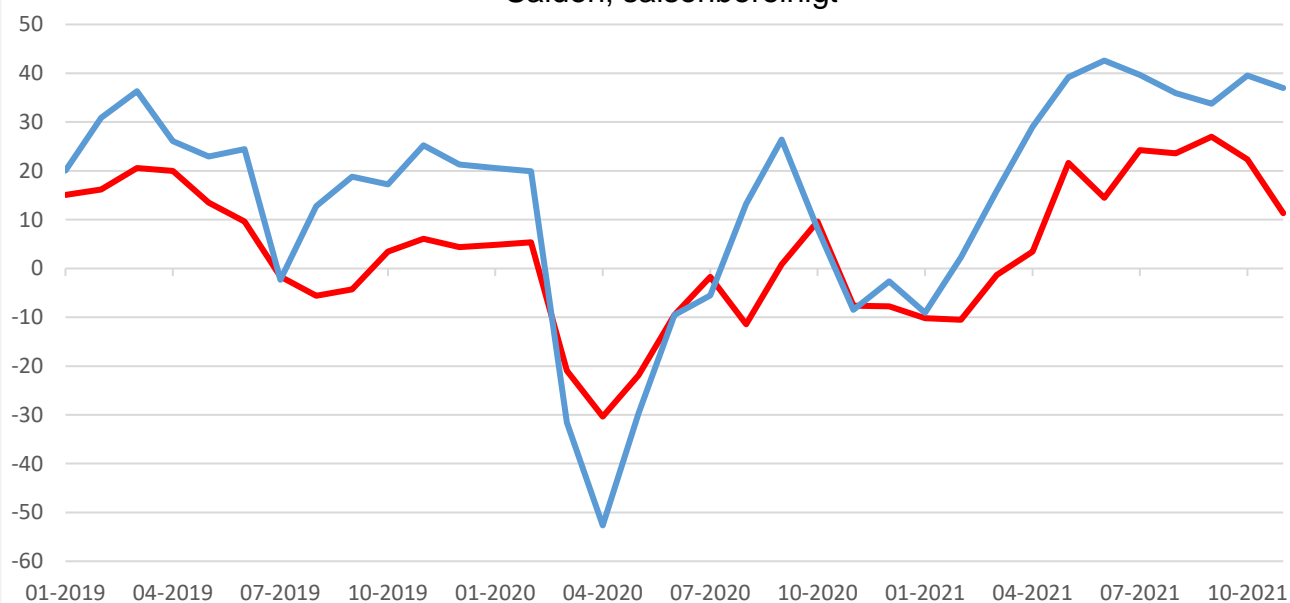


DMV-IFO MARKETING BAROMETER

Analog zu den meisten anderen Indikatoren sinkt auch die Beurteilung des Auftragsbestands im November. Diese verringert sich jedoch nur leicht auf einen Saldenwert von -4,9 (-0,9) Punkten. Dementsprechend gehen weiterhin eine knappe Mehrheit der Befragten von einem Rückgang des Auftragsbestands in der Marketingbranche aus.

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



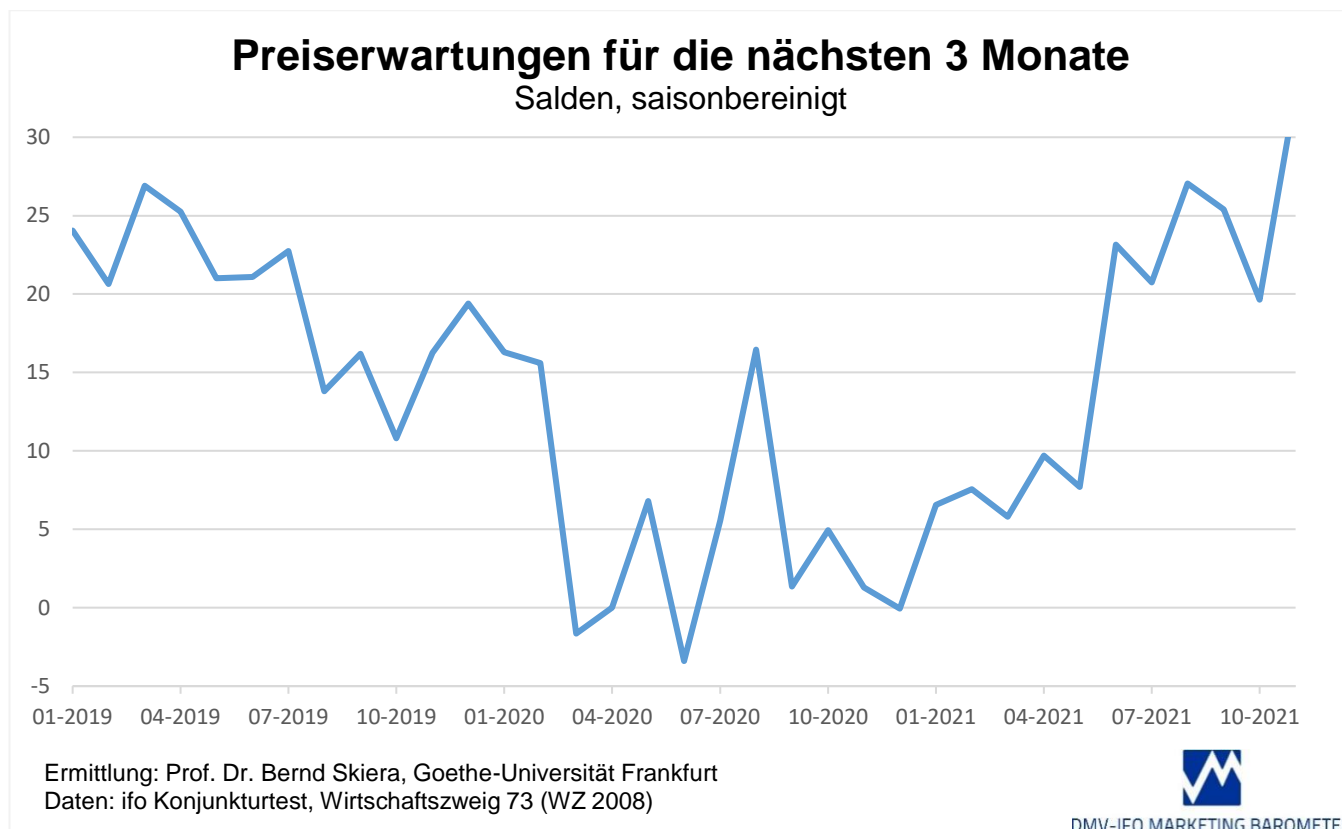
— Anzahl der Beschäftigten — Umsatzerwartungen

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 im November. Die deutsche Marketingbranche schätzt mit einem Saldenwert von 11,4 (-11,0) Punkten, dass in den nächsten Monaten zwar weiterhin mehr Beschäftigte in der Branche arbeiten werden, jedoch teilen diese Meinung eine kleiner werdene Mehrheit der Befragten. Weniger deutlich geht die Einschätzung der Umsatzerwartungen zurück. Diese verringern sich im Vormonatsvergleich auf einen Saldo von 37,0 (-2,6) Punkten.



Nachdem der Saldo der Preiserwartungen in der Marketingbranche über die vergangenen zwei Monate gefallen war, steigen diese im November wieder deutlich. Als einziger Indikator der November-Erhebung steigt diese Metrik stark auf einen Saldenwert von 32,8 (+13,2) Punkten. In den vergangenen fünf Jahren befand sich dieser Wert nie auf einem höheren Stand.