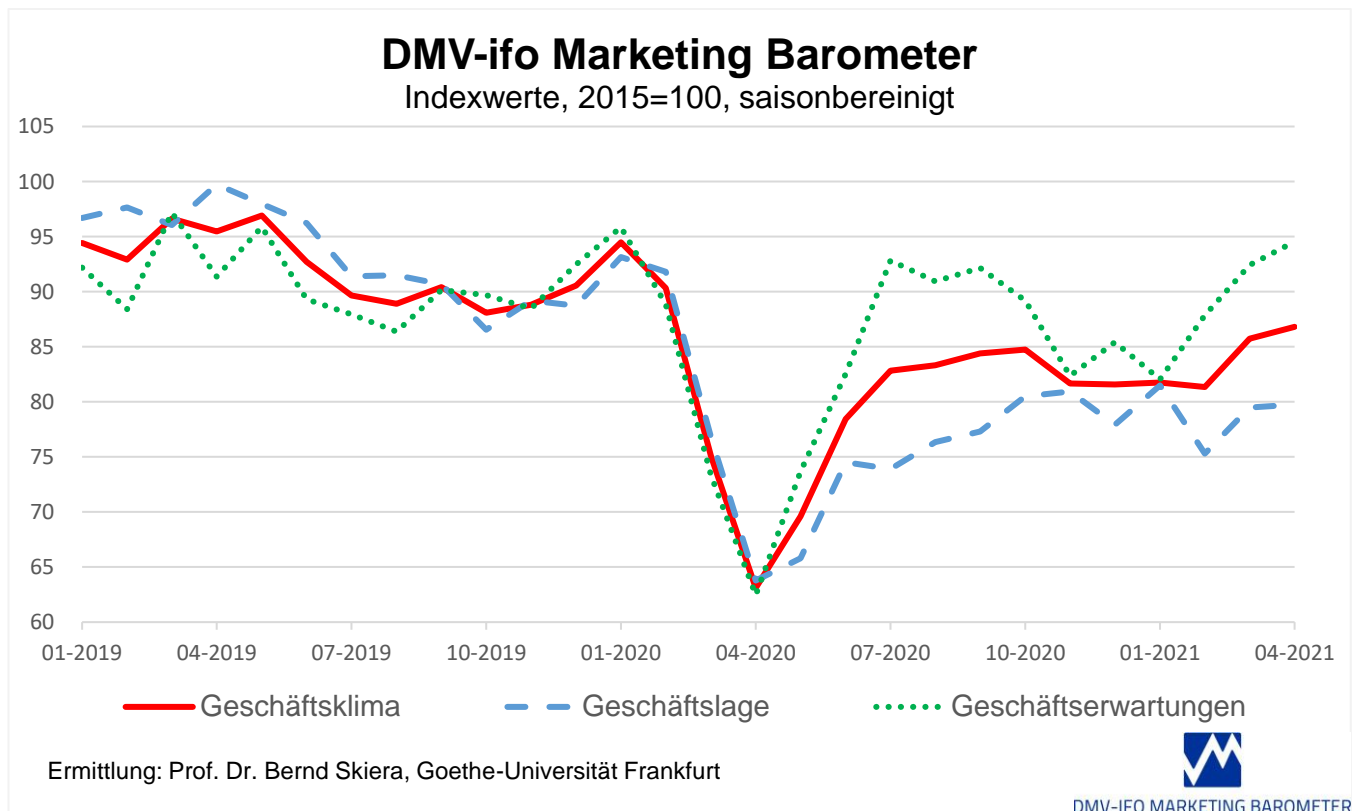


Indikatoren der Marketingbranche entwickeln sich im April mehrheitlich weiter positiv

Nach weitgehend positiver Entwicklung im März verbessern sich auch im April fast alle Indikatoren des DMV-ifo Marketing Barometers. Die deutsche Marketing-Branche schätzt sowohl das aktuelle Geschäftsklima, die Geschäftslage und Geschäftserwartungen positiver als im Vormonat ein — außer bei der Geschäftslage befinden sich die Indikatoren damit auf dem Höchststand seit Beginn der Corona-Krise.

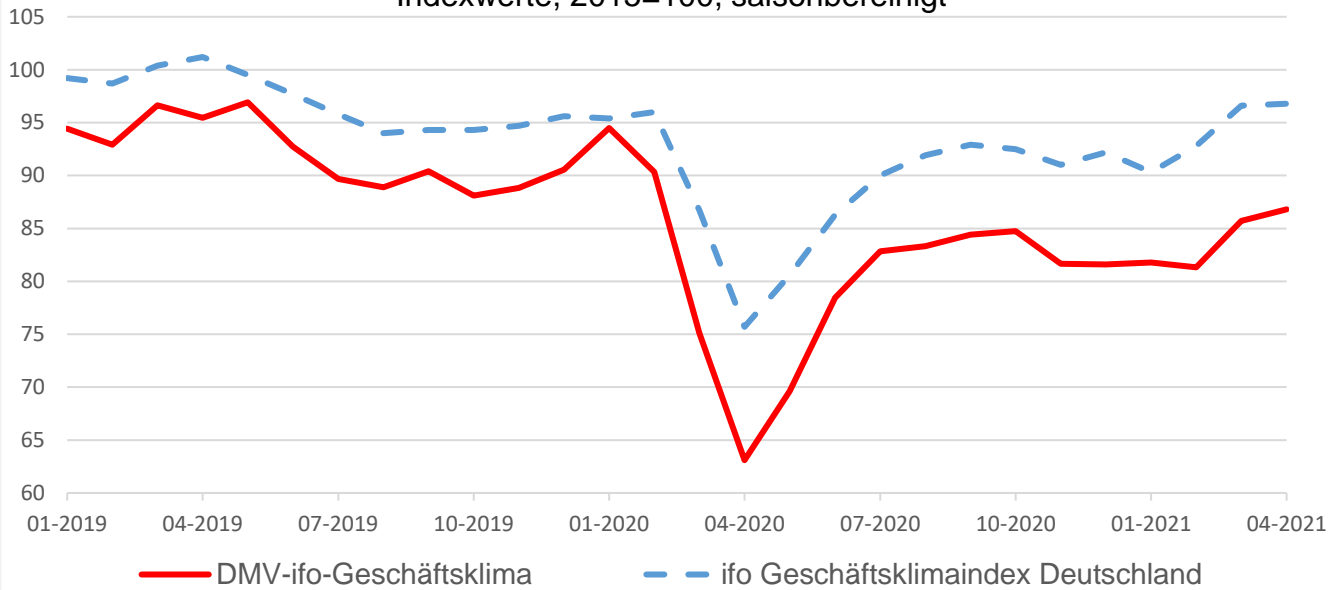
Im April gewinnt der Geschäftsklimaindex des DMV-ifo Marketing Barometers mit 86,8 Punkten rund 1,1 Punkte im Vergleich zum Vormonat März. Damit befindet sich dieser Indikator der Stimmung in der Marketing-Branche auf höchstem Niveau seit Februar 2020. Im Vergleich dazu steigt der ifo Geschäftsklimaindex als Referenzmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft im aktuellen Monat um marginale 0,2 Punkte auf einen, im Vergleich zur Marketing-Geschäftslage, dennoch höheren Wert von 96,8 Punkten. Die aktuelle Geschäftslage in der Marketing-Industrie steigt ebenfalls nur leicht um 0,3 Punkte auf einen Indexwert von 79,8 Punkten. Stärker verbessern sich jedoch die Geschäftserwartungen in den kommenden Monaten, welche um 2,1 Punkte auf 94,6 Punkte und damit einen Bestwert seit Januar 2020 steigen.

Unter den restlichen Indikatoren verschlechtert sich einzig die Einschätzung des Auftragsbestandes leicht auf einen Saldenwert von -32,2 (-0,7) Punkten. Alle restlichen Salden befinden sich nun im positiven Bereich und gewinnen im Vergleich zum März. Die Marketing-Branche geht im Durchschnitt von einer leicht steigenden, aber annähernd konstanten Beschäftigtenzahl bei einem Saldo von 1,3 (+3,8) Punkten aus. Die Preiserwartungen steigen im April im Saldo auf 9,0 (+3,9) Punkte, während sich die Umsatzerwartungen am stärksten von allen Indikatoren auf einen deutlich positiven Saldenwert von 30,6 (+16,5) Punkten verbessern.



Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

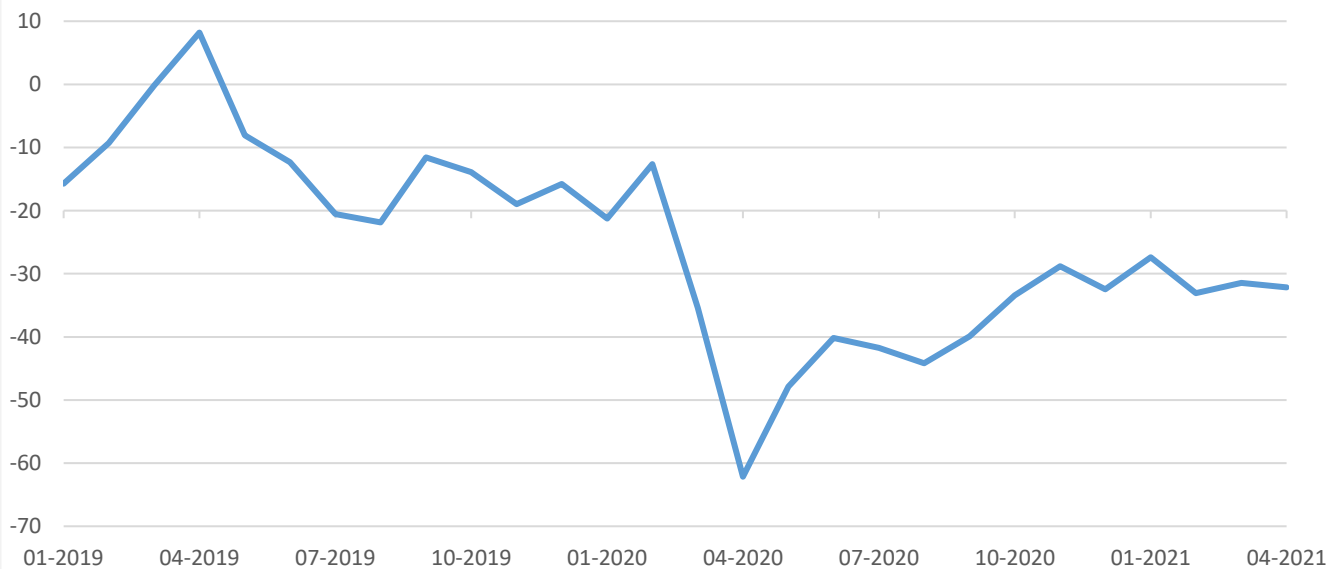


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt

Den positiven Trend der vergangenen Monate setzen sowohl der DMV-ifo-Geschäftsklimaindex als auch der Ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der Gesamtwirtschaft fort. Das Marketing-Geschäftsklima befindet sich mit 86,8 (+1,1) Punkten im April über dem März-Wert. Damit verbessert sich die Einschätzung der Marketing-Branche leicht schneller als der Ifo Geschäftsklimaindex, welcher auf 96,8 (+0,2) Punkte steigt. Dennoch schätzen die deutschen Marketeers das aktuelle Klima in ihrer Branche weiterhin 10 Punkte schlechter als das der Gesamtwirtschaft ein.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

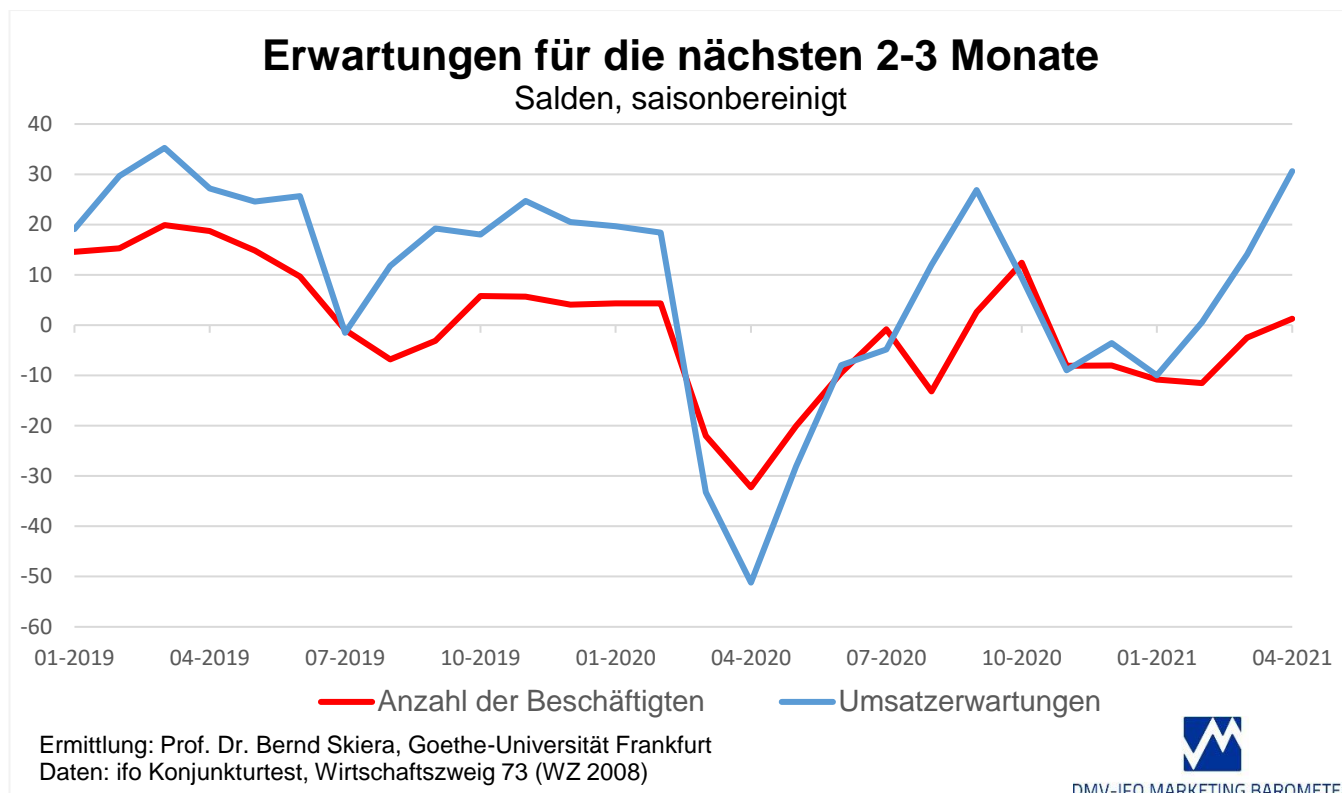


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

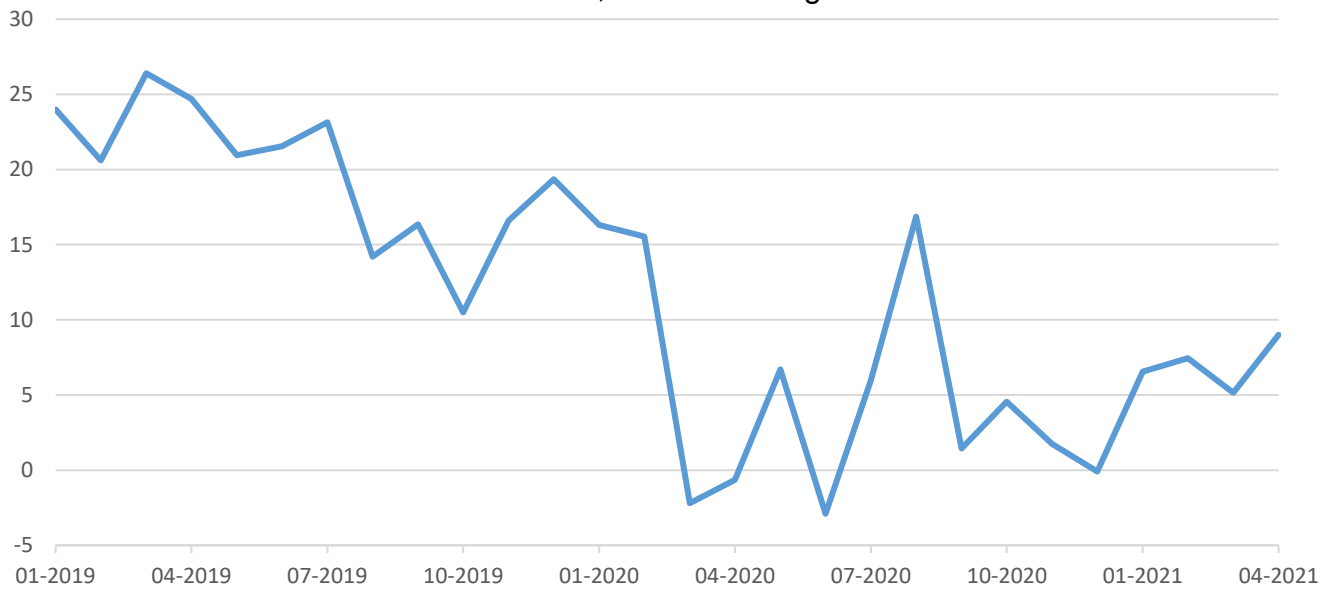
Als einziger Indikator in der April-Erhebung des Marketing-Barometers verschlechtert sich die Einschätzung des Auftragsbestands leicht auf einen Saldo von -32,2 (-0,7) Punkten. Weiterhin gehen somit im April die Mehrheit der Befragten von einem Rückgang des Auftragsbestands aus.



Die Erwartungen der Marketingbranche an die Anzahl der Beschäftigten sowie den Umsatz steigen teils deutlich im Vormonatsvergleich. Die Befragten gehen im Saldo mit 1,3 (+3,8) Punkten erstmalig seit Oktober 2020 wieder von einer im Durchschnitt positiven Entwicklung der Beschäftigtenanzahl aus. Noch deutlicher steigen jedoch die Umsatzerwartungen der kommenden 2–3 Monate, welche sich im Saldo auf 30,6 (+16,5) Punkte, und damit einen Höchststand seit zwei Jahren, erhöhen.

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

Ebenfalls positiv entwickeln sich im April die Preiserwartungen der deutschen Marketers. Nach leichtem Rückgang im Vormonat steigt der Saldo der erwarteten Preise auf 9,0 (+3,9) Punkte. Somit geht eine leichte Mehrheit der befragten Marketingbranche von steigenden Preisen in naher Zukunft aus.