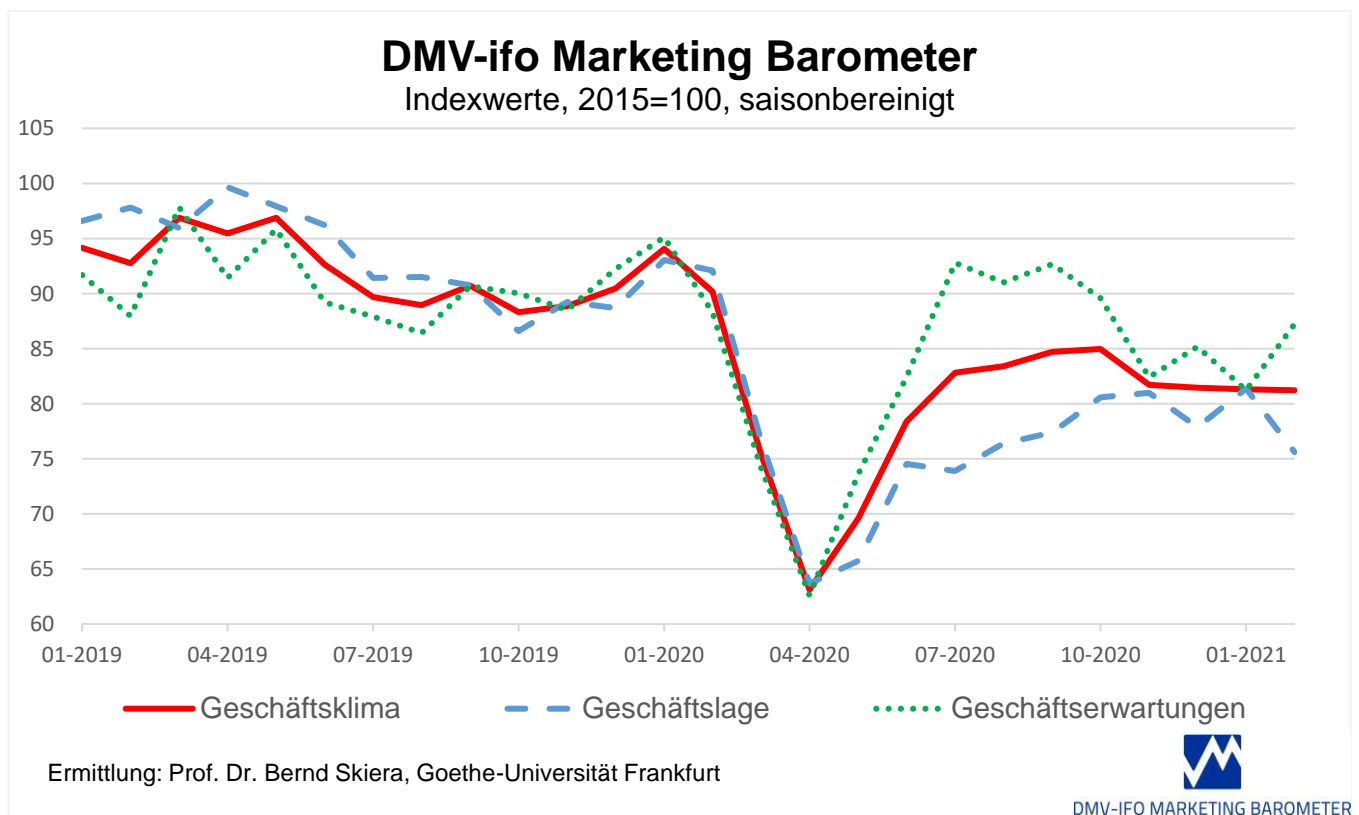


Einschätzung im Februar: Konstantes Klima und schlechtere aktuelle Lage, jedoch optimistischer Ausblick in der Marketingbranche

Die deutsche Marketingbranche schätzt das Geschäftsklima im Februar 2021 fast unverändert zu den drei Vormonaten ein. Im Vergleich zum Januar verschlechtert sich die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage jedoch deutlich, während gleichzeitig die Geschäftserwartungen deutlich optimistischer beurteilt werden.

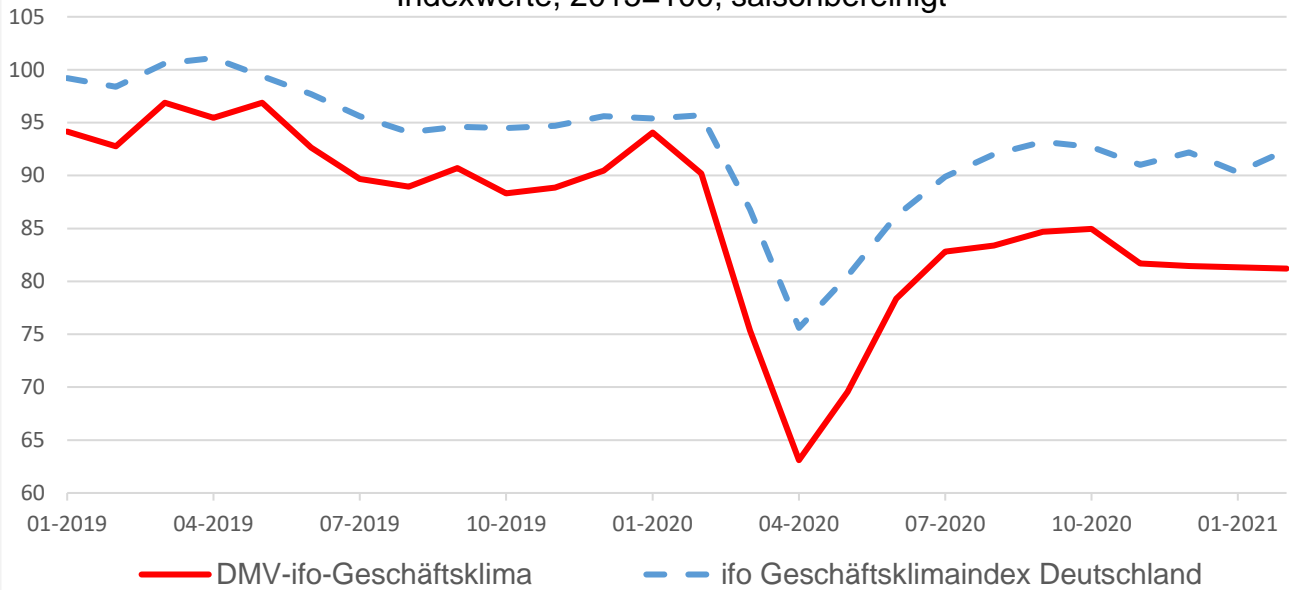
Das DMV-ifo Marketing Barometer misst im Februar das aktuelle Geschäftsklima der Marketingbranche mit einem Indexwert von 81,2 Punkten und damit vernachlässigbare 0,1 Punkte unter dem Januar-Wert. Relativ zum Vorkrisen-Niveau bleibt der Geschäftsklima-Indikator damit seit November 2020 weitestgehend unverändert niedrig. Im Vergleich verbessert sich der ifo-Geschäftsklimaindex um 2,1 Punkte auf 92,4 Punkte und baut damit die Differenz zwischen Marketing-Branche und der deutschen Gesamtwirtschaft auf 11,2 Punkte aus. Die aktuelle Geschäftslage der deutschen Marketers verschlechtert sich im Vergleich zum Januar deutlich um 5,8 Punkte auf einen Indexwert von 75,6 Punkten und verliert damit mehr als die Zuwächse des Vormonats. Hingegen verbessern sich die Geschäftserwartungen der Marketingbranche im Februar nach leichtem Minus im Januar wieder deutlich um 6,0 Punkte auf 87,2 Punkte.

Die verbleibenden Indikatoren verändern sich ebenfalls in unterschiedliche Richtungen. Die Einschätzung des Auftragsbestands verschlechtert sich im Vormonatsvergleich auf einen Saldenwert von -32,9 (-5,5) Punkten. Ebenfalls gehen die deutschen Marketers im Saldo mit -13,1 (-1,7) Punkten von einer kurzfristig leicht zurückgehenden Beschäftigungsquote aus. Andererseits verbessern sich sowohl die Umsatz- als auch die Preiserwartungen. Die deutsche Marketingbranche rechnet im Saldo bei -2,2 (+7,5) Punkten von annähernd gleichbleibenden Umsätzen, während eine leichte Mehrzahl mit einem Saldenwert von 7,1 (+1,1) Punkten weiterhin von steigenden Preisen in den kommenden drei Monaten ausgeht.



Geschäftsklima Deutschland

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

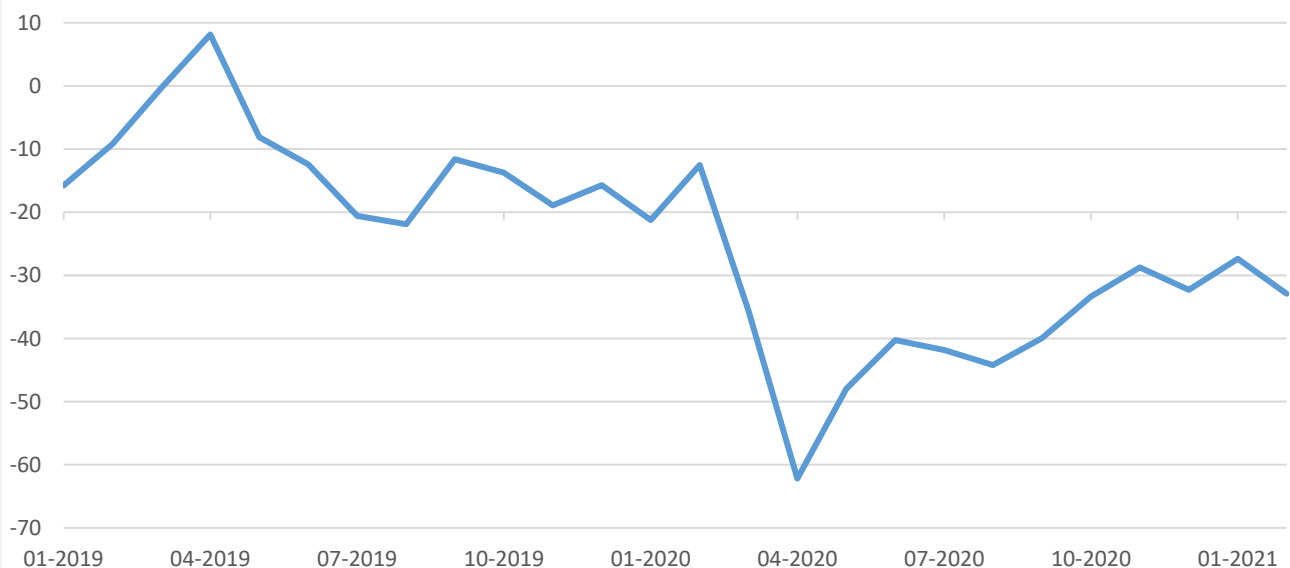


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt

Auch im Februar bleibt der DMV-ifo-Geschäftsklimaindex weitgehend unverändert seit November 2020. Mit einem Indexwert von 81,2 (-0,1) Punkten ist das Marketing-Geschäftsklima weiterhin deutlich unter dem Geschäftsklima der deutschen Gesamtwirtschaft. Der Vergleichsmaßstab des Ifo Geschäftsklimaindexes für die Gesamtwirtschaft steigt im Februar leicht auf 92,4 (+2,1) Punkte, womit sich die Lücke zwischen den beiden Indikatoren auf 11,2 Punkte erhöht.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

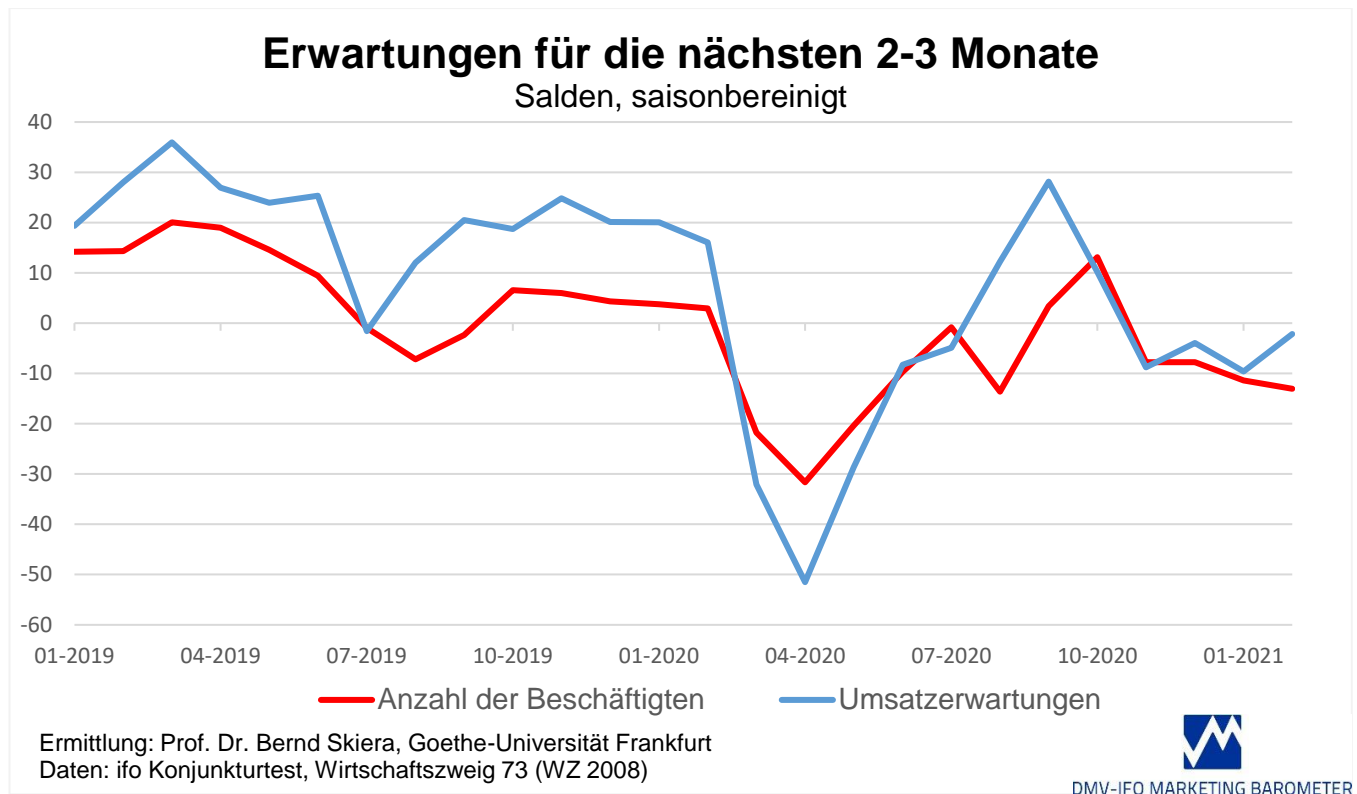


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt



DMV-IFO MARKETING BAROMETER

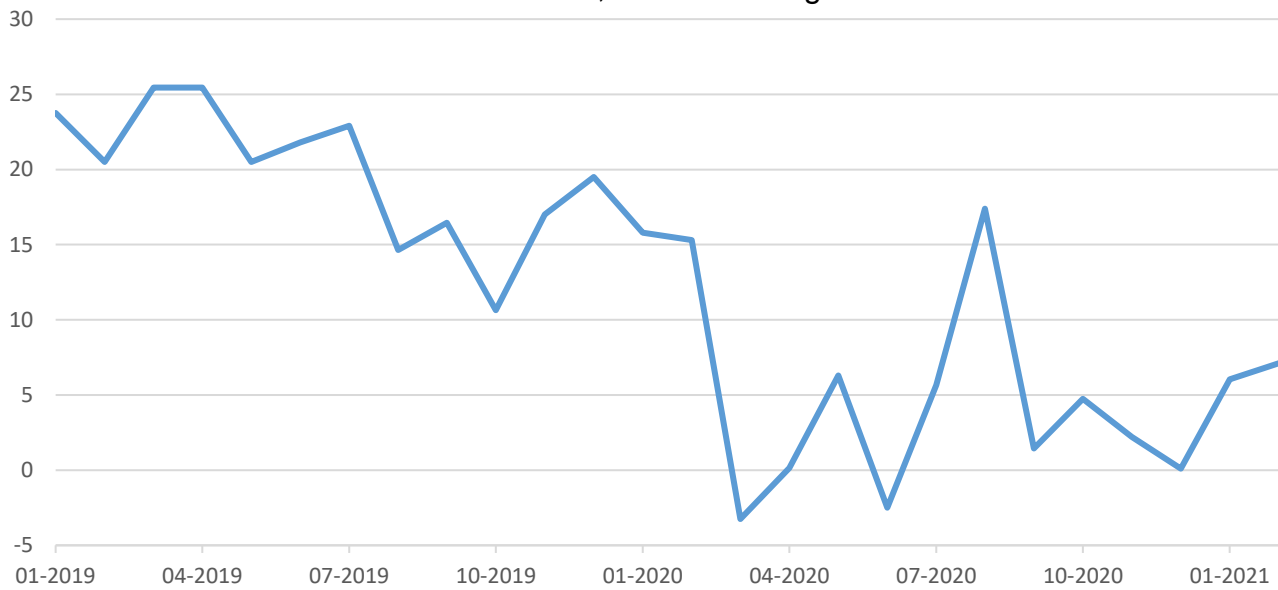
Nach leichtem Plus im Januar verschlechtert sich die Einschätzung des Auftragsbestands wieder annähernd auf den Dezemberwert mit einem Saldo von -32,9 (-5,5) Punkten. Die deutlich pessimistische Einschätzung des aktuellen Auftragsbestands setzt sich somit auch im Februar fort.



Ein gemischtes Bild zeichnet sich bei der Betrachtung der Beschäftigtenanzahl- sowie den Umsatzerwartungen ab. In den kommenden 2–3 Monaten geht die deutsche Marketingbranche mit einem Saldenwert von -13,1 (-1,7) Punkten etwas deutlicher von einer zurückgehenden Beschäftigtenanzahl aus. Positiv hingegen verändern sich im Februar die Umsatzerwartungen im Saldo auf -2,2 (+7,5) Punkte.

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

Im dritten Monat in Folge verbessert sich im Februar die Einschätzung der Preiserwartungen in den kommenden drei Monaten. Mit einem Saldenwert von 7,1 (+1,1) Punkten geht eine etwas größere Mehrheit der Befragten im Vergleich zum Januar von weiterhin steigenden Preisen in der Marketingbranche aus.