



## BVMC-IFO MARKETING BAROMETER April 2024

# Optimistischere Einschätzung Selbsteinschätzung der im Marketingbranche

In der April-Erhebung des BVMC-ifo Marketing-Barometers blicken die befragten Marketers wieder optimistischer als im Vormonat auf die Branche. Alle drei Hauptindikatoren des BVMC-ifo Marketing-Barometers steigen im Vergleich zum März deutlich.

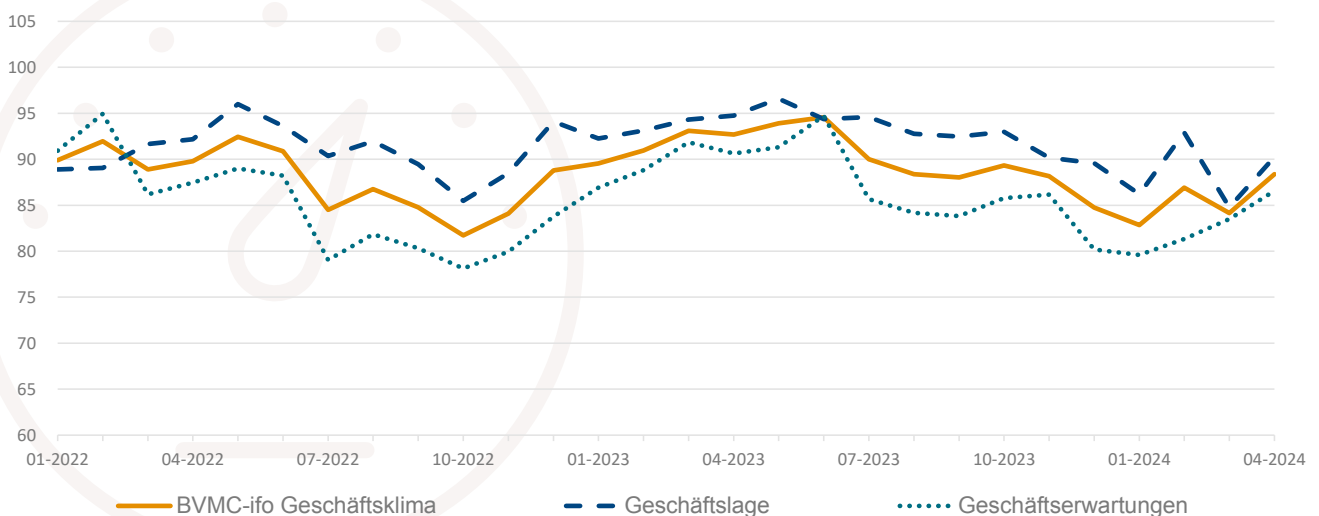
Das aktuelle Geschäftsklima der Marketingbranche steigt im April um 4,2 Punkte auf einen Indexwert von 88,4 Punkten. Deutlich weniger stark steigt der Vergleichsmaßstab, das Geschäftsklima in der Gesamtwirtschaft, um 1,5 Punkte auf einen Indexwert von 89,4 Punkten. Noch deutlicher steigt die aktuelle Einschätzung der Marketing-Geschäftslage um 5,5 auf 90,2 Punkte. Als dritter Hauptindikator steigt auch der Index der Geschäftserwartungen um 3,1 Punkte auf

einen Wert von 86,6 Punkten.

Die Betrachtung der weiteren Indikatoren des aktuellen BVMC-ifo Marketing-Barometers ergibt ein gemischtes Bild. Die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl sinken deutlich auf einen Saldenwert von 9,6 (-12,6) Punkten. Demgegenüber schätzt die deutsche Marketingbranche im April den Auftragsbestand mit einem Saldenwert von -17,8 (+12,2) Punkten deutlich positiver als im März, jedoch weiterhin rückläufig, ein. Ebenfalls steigen in der aktuellen Erhebung die Preiserwartungen mit 27,2 (+11,5) Punkten sowie die Umsatzerwartungen mit 27,2 (+8,9) Punkten jeweils auf einen deutlich positiven Saldenwert.

## BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



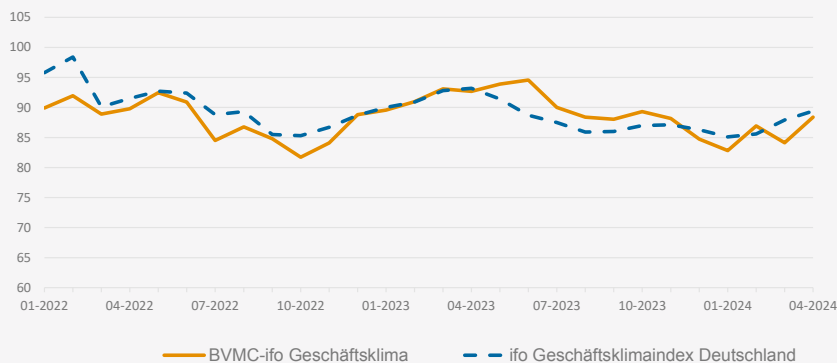
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Herausgeber Bundesverband Marketing Clubs (BVMC) Sternstraße 58, D-40479 Düsseldorf, Fon +49 (0) 211.864 06-0, info@marketingverband.de, marketingverband.de/marketingkompetenz/deutsches-marketing-barometer

Nachdem die Marketingbranche ihr Geschäftsklima im vergangenen Monat leicht rückläufig einschätzte und die Einschätzung der Gesamtwirtschaft stieg, erhöhen sich beide Indikatoren im April. Der BVMC-ifo Geschäftsklimaindex zeigt einen deutlichen Anstieg auf einen Indexwert von 88,4 (+4,2) Punkten. Auch der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft steigt, jedoch weniger stark, auf 89,4 (+1,5) Punkte. Somit ist die Stimmung der Gesamtwirtschaft im April weiterhin besser als die der Marketingbranche, jedoch nur noch mit kleiner Differenz von 1,0 Punkten.

## BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



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

Im April steigt die Beurteilung des Auftragsbestands in der Marketingbranche deutlich, ist jedoch weiterhin negativ. Der korrespondierende Saldo steigt in der aktuellen Erhebung auf -17,8 (+12,2) Punkte. Damit geht eine kleiner werdende Mehrheit der Befragten auch im April von rückläufigen Auftragsbeständen aus.

## Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

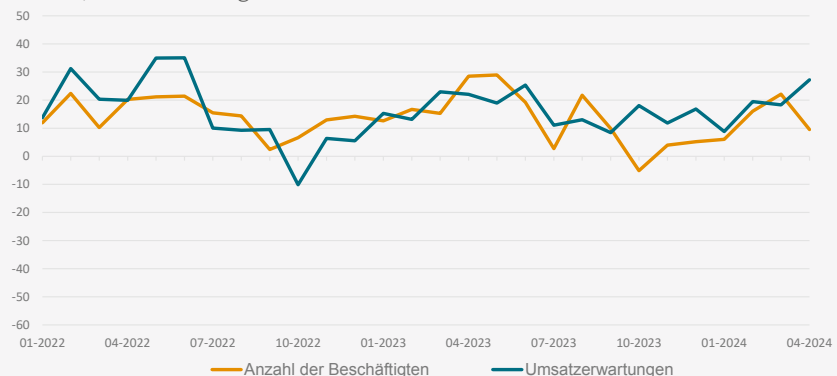


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt  
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Im April erwartet eine rückläufige Mehrheit der befragten Marketer eine Zunahme der Beschäftigtenanzahl. Der korrespondierende Saldo geht in der aktuellen Erhebung auf 9,6 (-12,6) Punkte zurück. Demgegenüber steigen die Umsatzerwartungen der Branche deutlich auf einen Saldenwert von 27,2 (+8,9) Punkten an und befinden sich damit auf einem Höchststand seit Juni 2022.

## Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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

Nachdem die Preiserwartungen der Marketingbranche im März deutlich gesunken waren, steigt dieser Saldo im April deutlich auf 27,2 (+11,5) Punkte. Somit geht wieder eine wachsende Mehrheit der Befragten von steigenden Preisen aus.

## Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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