



November-Erhebung: Leichte Verbesserung des Geschäftsklimas in der Marketingbranche

Die Entwicklung des BVMC-ifo Marketing-Barometers im November zeigt ein leicht optimistischeres, jedoch weiterhin gemischtes Bild für die deutsche Marketingbranche. Während sich das Marketing-Geschäftsklima leicht verbessert, steigen insbesondere die Nebenindikatoren des Barometers teils deutlich an.

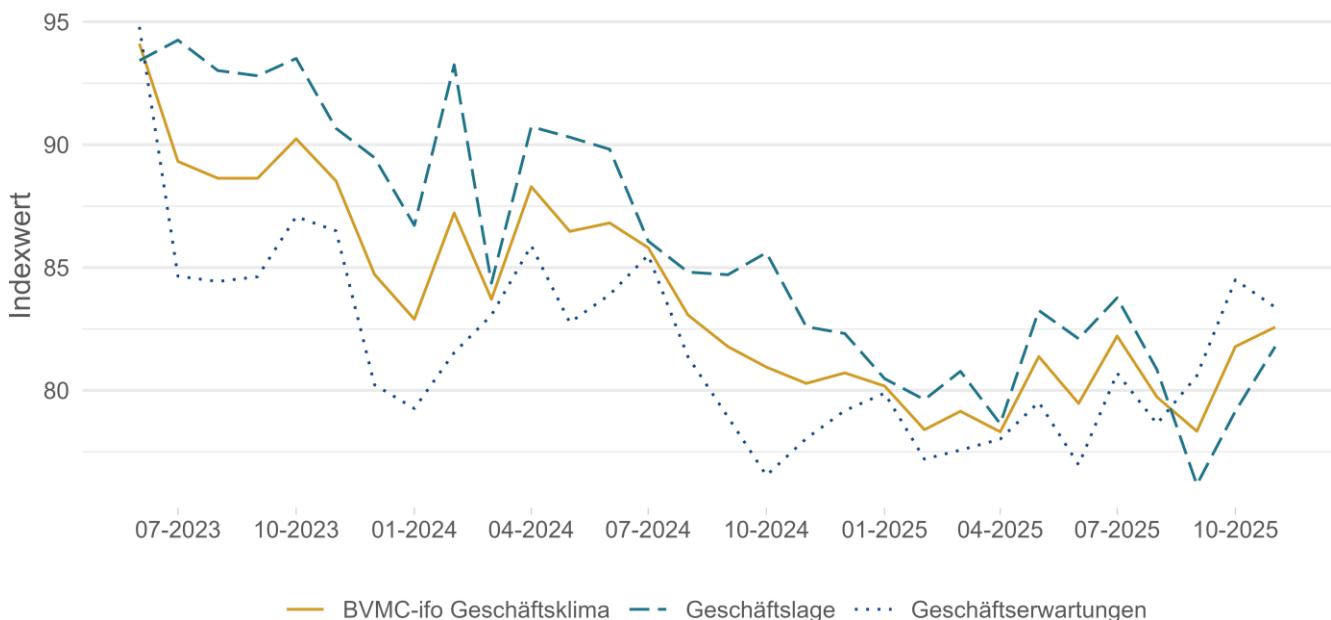
Das BVMC-ifo Geschäftsklima steigt im November leicht um 0,8 Punkte auf einen Indexwert von 82,6 Punkten. Der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab für die deutsche Gesamtwirtschaft verzeichnet im selben Zeitraum einen leichten Rückgang um 0,3 Punkte auf 88,1 Punkte. Treiber der positiven Gesamtentwicklung in der Marketingbranche ist die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage. Dieser Indikator verbessert

sich im November merklich um 2,6 Punkte auf einen Indexwert von 81,8 Punkten. Gleichzeitig gehen jedoch die Geschäftserwartungen im Vormonatsvergleich leicht zurück. Der korrespondierende Indikator sinkt im November um 1,1 Punkte auf 83,4 Punkte.

Ein überwiegend optimistischeres Bild als im Oktober zeichnen die weiteren Indikatoren. Die Einschätzung des Auftragsbestands steigt auf einen Saldenwert von -30,3 (+4,7) Punkten. Die Befragten blicken mit einem Saldenwert von -12,2 (+12,6) Punkten deutlich optimistischer auf die Beschäftigtenzahlen als noch im Vormonat. Mit 5,6 (+11,0) Punkten geht wieder eine Mehrheit der befragten Marketer von steigenden Umsätzen aus. Die Preiserwartungen steigen ebenfalls auf einen Saldenwert von 14,4 (+2,3) Punkten.

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@bvmc.de, bvmc.de/schwerpunkte/deutsches-marketing-barometer

Der BVMC-ifo Geschäftsklimaindex steigt in der aktuellen Erhebung auf 82,6 (+0,8) Punkte. Diese Verbesserung ist hauptsächlich auf eine positive Entwicklung der aktuellen Geschäfts-lage zurückzuführen, die auf 81,8 (+2,6) Punkte zulegt. Die Geschäftserwartungen hingegen sinken leicht auf 83,4 (-1,1) Punkte. Im Vergleich dazu verschlechtert sich das Klima in der deut-schen Gesamtwirtschaft. Der ifo Geschäfts-klimaindex Deutschland sinkt im selben Erhe-bungszeitraum leicht auf 88,1 (-0,3) Punkte. So-mit bleibt das Geschäftsklima in der Marketing-branche zwar weiterhin schlechter als in der Ge-samtwirtschaft, jedoch verringert sich die Diffe-renz zwischen den beiden Indikatoren im No-vember etwas.

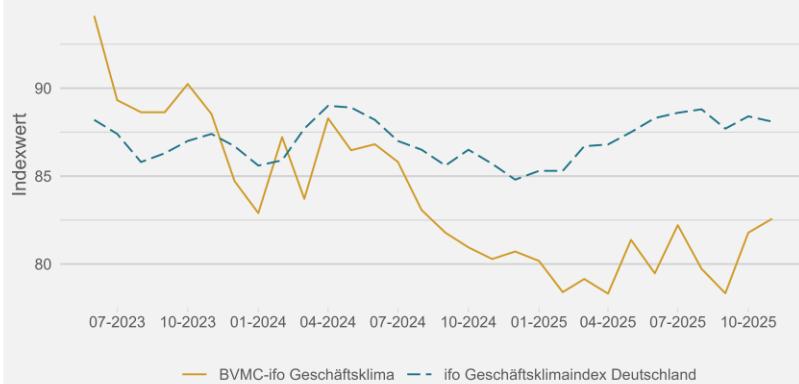
Die Beurteilung des Auftragsbestands in der Marketingbranche verbessert sich im November spürbar. Der Saldenwert steigt im aktuellen Mo-nat auf -30,3 (+4,7) Punkte. Trotz dieser Verbes-serung im Vormonatsvergleich geht weiterhin eine deutliche Mehrheit der Befragten von sinkenden Auftragsbeständen aus.

Sowohl die Erwartungen hinsichtlich der Be-schäftigtenzahl als auch des Umsatzes zeigen im November einen starken Aufwärtstrend. Der Sal-denwert der Umsatzerwartungen steigt deutlich auf 5,6 (+11,0) Punkte, womit wieder eine Mehr-heit der Befragten von steigenden Umsätzen ausgeht. Ebenfalls verbessert sich der Sal-denwert der Anzahl der Beschäftigten deutlich. Dies-er liegt nun bei -12,2 (+12,6) Punkten. Somit geht jedoch weiterhin eine kleiner werdende Mehrheit von rückläufigen Beschäftigtenzahlen aus.

Im November steigt der Saldo der Preiserwar-tungen im BVMC-ifo Marketing-Barometer auf 14,4 (+2,3) Punkte. Damit geht gegenwärtig wei-terhin eine größer werdende Mehrheit der Be-fragten von steigenden Preisen aus. Trotz stei-gender Preiserwartungen liegt der Saldenwert weiterhin deutlich unter dem durchschnittlichen Vorjahresniveau.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



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

Beurteilung des Auftragsbestands

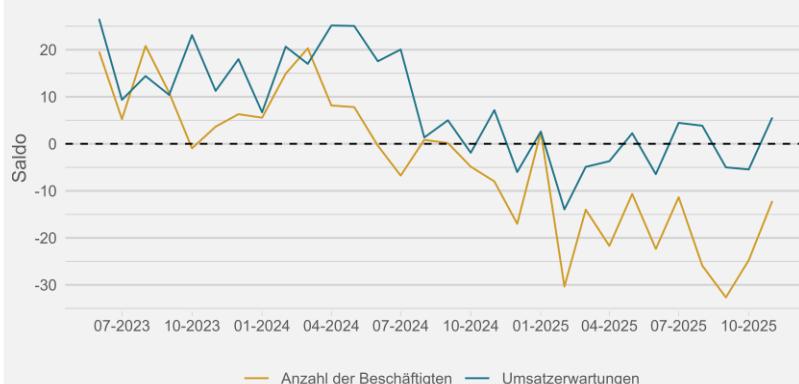
Salden, saisonbereinigt



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

Erwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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

Preiserwartungen für die nächsten 2-3 Monate

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



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