



Marketingbranche: Durchwachsener Start in das neue Jahr

Die deutsche Marketingbranche startet mit gemischten, jedoch eher pessimistischen Einschätzungen ins neue Jahr. In der ersten Ausgabe des BVMC-ifo Marketing-Barometers entwickelt sich nur einer der drei Hauptindikatoren positiv. Alle weiteren Nebenindikatoren verschlechtern sich zum Start des Jahres 2026 und zeichnen somit ein trübes Bild als noch zum Ende des vergangenen Jahres.

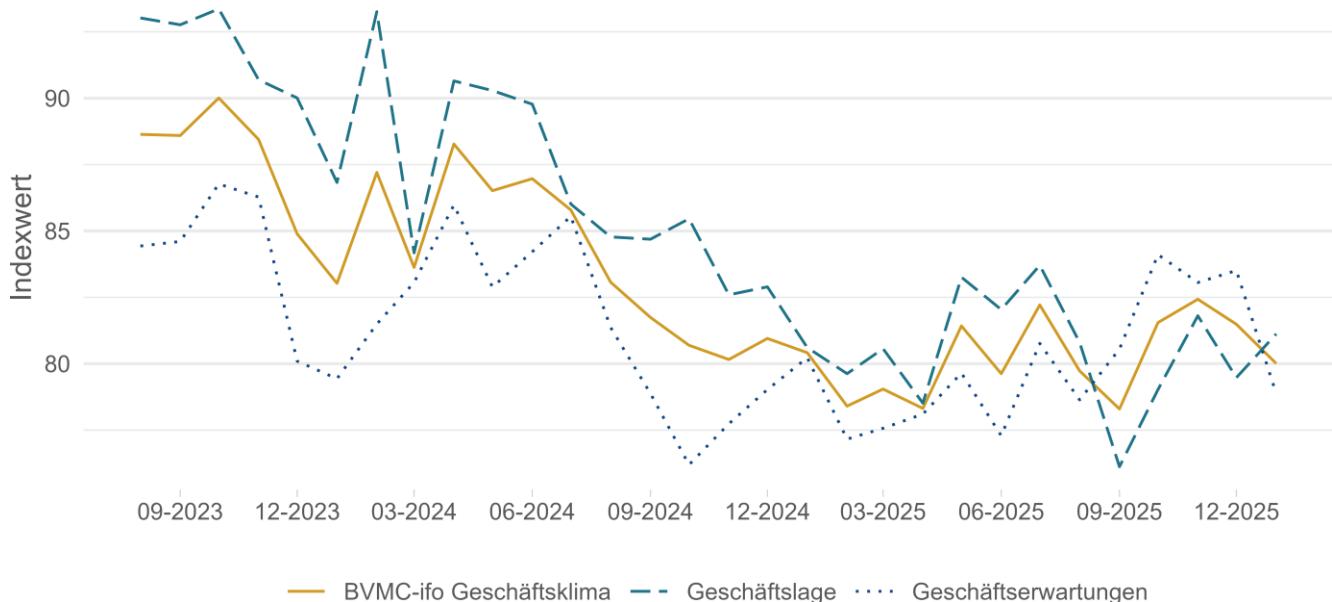
Im Januar sinkt der BVMC-ifo Geschäftsklimaindex um 1,5 Punkte auf 80,0 Punkte und liegt damit in etwa auf dem Jahresmittelwert des Vorjahres, jedoch leicht schlechter als zum Jahresschluss. Unverändert hingegen bleibt der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der deutschen Gesamtwirtschaft bei 87,6 Punkten. In der Marketingbranche verbessert sich die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage leicht um

1,6 Punkte auf einen Indexwert von 81,1 Punkten. Jedoch verschlechtern sich die Geschäftserwartungen der deutschen Marketingbranche im Januar deutlich um 4,6 Punkte auf 78,9 Punkte.

Alle vier Nebenindikatoren sinken in der aktuellen Erhebung. Am deutlichsten gehen die Umsatzerwartungen auf einen Saldenwert von -1,5 (-7,3) Punkten zurück. Ähnlich stark verringern sich sowohl die Erwartungen hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl, die auf -18,4 (-6,2) Punkte sinken, als auch die Beurteilung des Auftragsbestands – dieser Saldenwert befindet sich im Januar mit -43,5 (-6,0) Punkten weit im negativen Terrain. Lediglich der Saldenwert der Preiserwartungen ist im Januar positiv, wenngleich sich dieser um 10,1 (-2,9) Punkte dennoch leicht verschlechtert hat.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

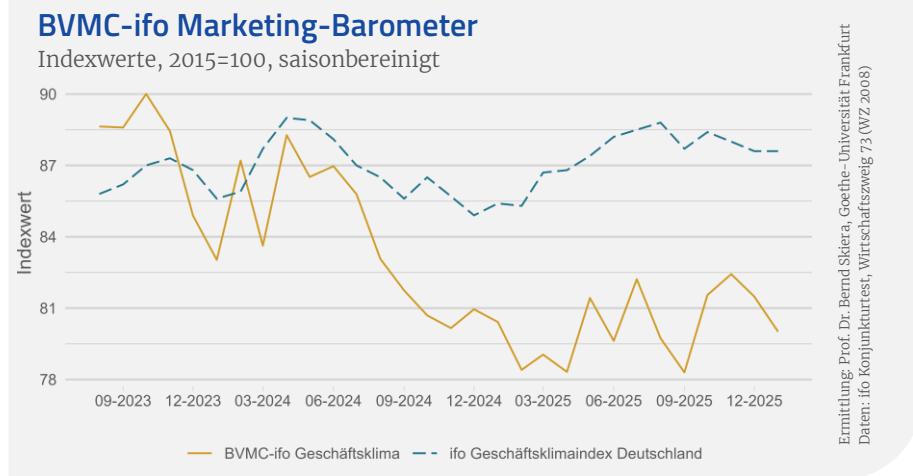
Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



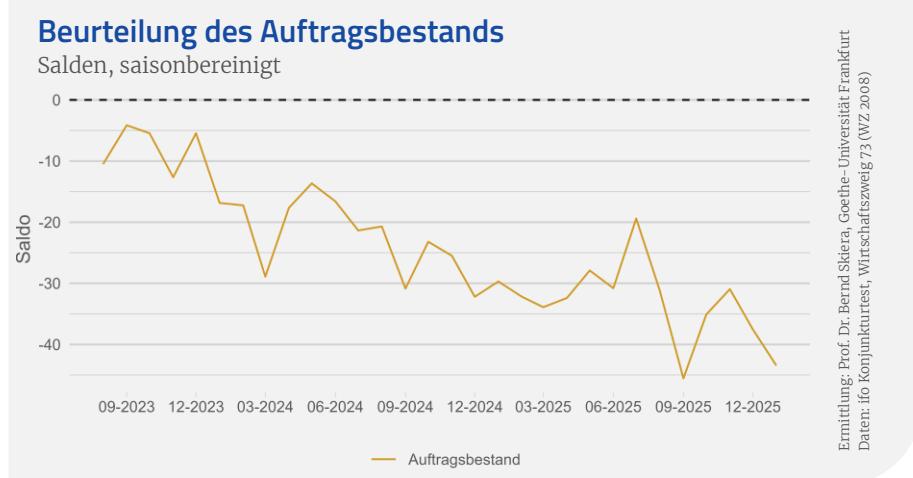
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt. Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

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

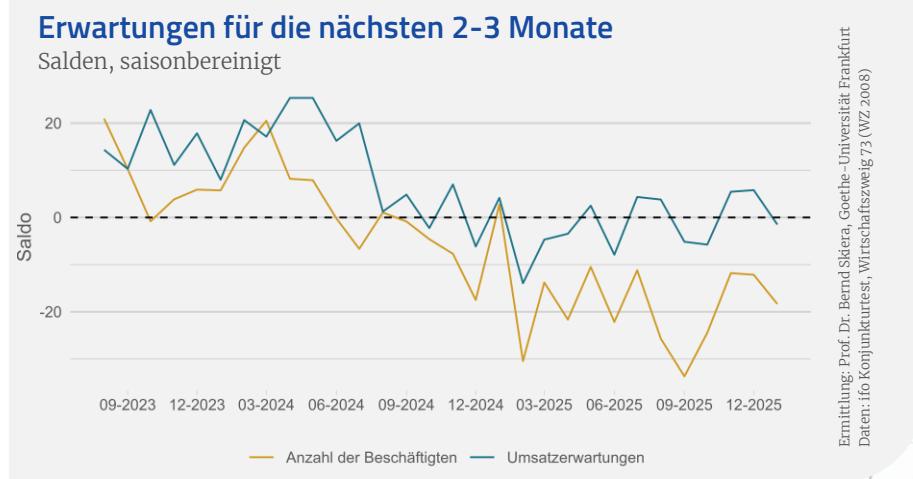
In der Januarerhebung des BVMC-Marketingbarometers erhöht sich der Unterschied des Geschäftsklimas in der Marketingbranche im Vergleich zur Gesamtwirtschaft weiter. Das Marketing-Geschäftsklima geht im aktuellen Monat leicht auf einen Indexwert von 80,0 (-1,5) Punkten zurück. Gleichzeitig bleibt der ifo Geschäftsklimaindex mit 87,6 (+0,0) Punkten unverändert, wodurch sich die relative Einschätzung des Klimas in der Marketingbranche weiter dem der Gesamtwirtschaft abkoppelt.



Zum Start des neuen Jahres sinkt die Beurteilung des Auftragsbestands deutlich. Der korrespondierende Saldo sinkt auf einen stark negativen Wert von -43,5 (-6,0) Punkte. Somit geht eine wachsende und mittlerweile große Mehrheit von rückläufigen Auftragsbeständen aus. In den vergangenen drei Jahren war dieser Indikator nur im September 2025 niedriger als im aktuellen Monat.



Sowohl die Erwartungen hinsichtlich der Umsätze als auch der Beschäftigtenzahlen sinken im Januar deutlich. Mit -1,5 (-7,3) Punkten geht erstmals wieder eine kleine Mehrheit der Befragten von rückläufigen Umsatzerwartungen aus. Deutlich negativer ist der Saldenwert der Beschäftigtenzahl: dieser Indikator sinkt ebenfalls deutlich auf einen Wert von -18,4 (-6,2) Punkten.



Einzig der Saldenwert der Preiserwartungen bleibt in der Januarerhebung im positiven Bereich. Dennoch gehen mit 10,1 (-2,9) Punkten eine leicht kleiner werdende Mehrheit der Befragten im aktuellen Monat von steigenden Preisen aus.

