



BVMC-IFO MARKETING BAROMETER Februar 2024

Verbesserte Stimmung in der Marketingbranche im Februar

Die deutsche Marketingbranche schätzt ihre aktuelle Lage im Februar deutlich besser als im Vormonat ein. In diesem Monat steigen alle Indikatoren des BVMC-ifo Marketing-Barometers und stoppen – zumindest vorerst – den sich andeutenden Abwärtstrend der vergangenen Monate.

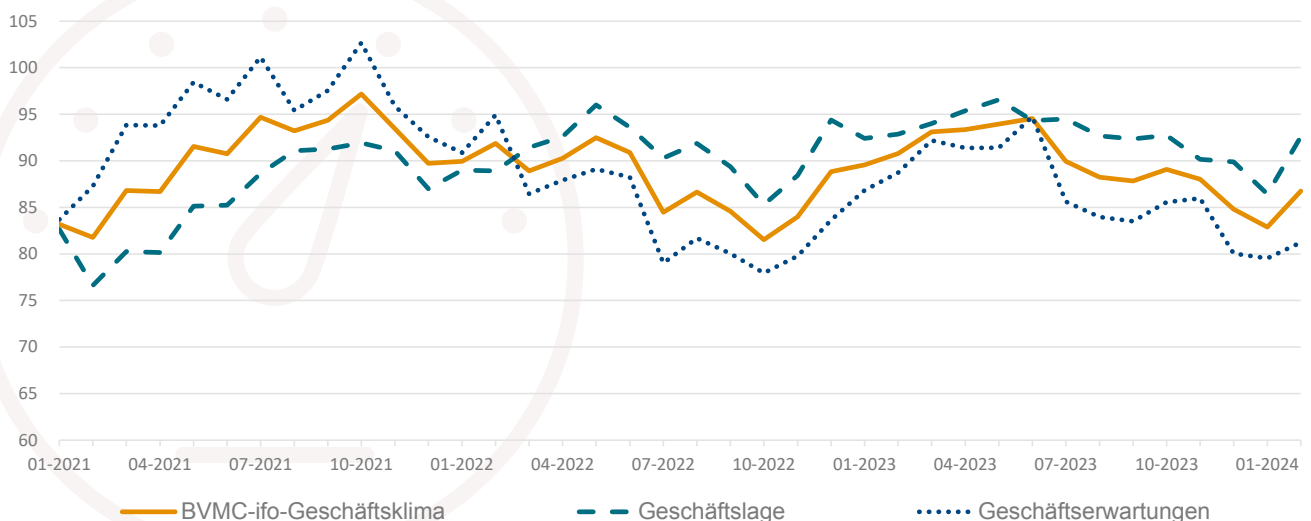
Die befragten Marketerschätzten im Februar das aktuelle Geschäftsklima mit einem Indexwert von 86,8 (+3,9) Punkten ein. Damit steigt das Klima der Marketingbranche deutlich stärker als das der Gesamtwirtschaft – der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab steigt nur leicht auf 85,5 (+0,3) Punkte. Noch deutlicher als das Marketing-Geschäftsklima steigt im Februar die Selbst-

schätzung der Geschäftslage. Dieser Indikator steigt deutlich auf einen Indexwert von 92,6 (+6,2) Punkten. Mit 81,2 (+1,7) Punkten entwickeln sich die Geschäftserwartungen ebenfalls positiv, jedoch vergleichsweise gering.

Alle weiteren Indikatoren steigen im Februar. Der Saldo der Beschäftigtenzahl-Einschätzung steigt deutlich auf 16,2 (+10,2) Punkte. Ebenso stark erhöht sich die analoge Kennzahl der Umsatzerwartungen auf 19,8 (+10,9) Punkte. Vergleichsweise leicht steigt die Einschätzung des Auftragsbestandes auf -17,8 (+0,2) Punkte, während der Saldo der Preiserwartungen ebenfalls leicht auf 26,8 (+2,5) Punkte steigt.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



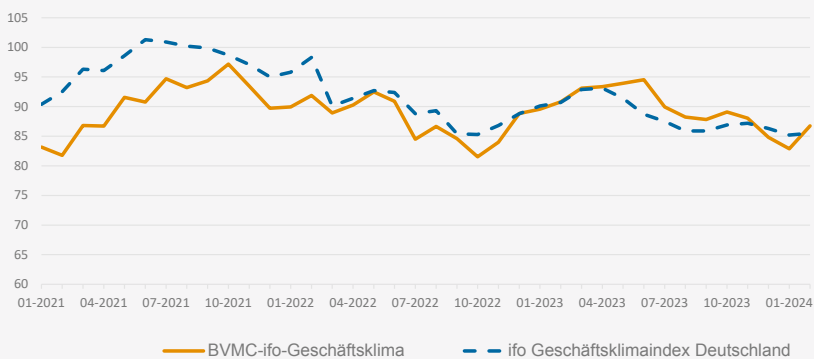
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

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 sowohl in der Marketing- als auch in der Gesamtwirtschaft das Geschäftsklima in den vergangenen Monaten meist rückläufig war, steigen beide Indikatoren im Februar. Jedoch blickt die Marketingbranche überproportional optimistisch auf das Geschäftsklima. Der BVMC-ifo-Geschäftsklimaindex steigt im Februar deutlich auf 86,8 (+3,9) Punkte, während der ifo Geschäftsklimaindex als Vergleichsmaßstab der Gesamtwirtschaft nur leicht auf 85,5 (+0,3) Punkte steigt. Damit schätzt die Marketingbranche ihr aktuelles Klima wieder etwas (+1,3 Punkte) positiver als das der Gesamtwirtschaft ein.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

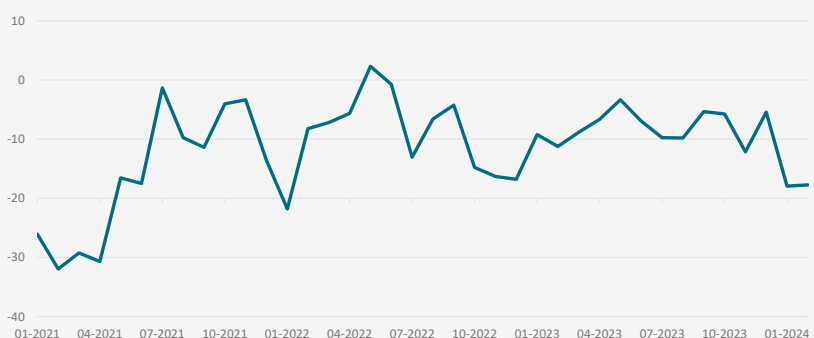


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Nachdem die Beurteilung des Auftragsbestands zum Jahresbeginn stark sank, verbleibt dieser Indikator im Februar annähernd auf gleichem Niveau. Die deutsche Marketingbranche schätzt ihren Auftragsbestand im Februar auf einen Saldenwert von -17,8 (+0,2) Punkten ein. Somit geht weiterhin eine Mehrheit der Befragten von rückläufigen Auftragsbeständen aus.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

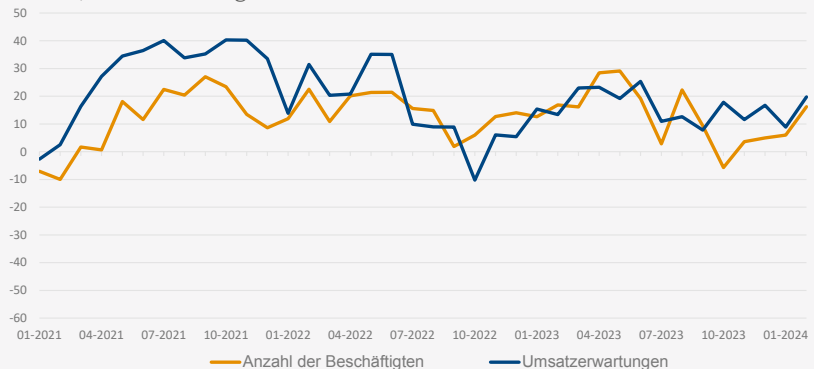


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die Erwartungen der Marketingbranche hinsichtlich der Beschäftigtenanzahl und des Umsatzes steigen im Februar deutlich. Die befragten Marketers gehen mit einem Saldenwert von 16,2 (+10,2) Punkten wieder mit deutlicherer Mehrheit von einer steigenden Beschäftigtenanzahl aus. Ebenso erwartet im Februar mit einem Saldo von 19,8 (+10,9) Punkten eine Mehrheit der Befragten, dass die Umsätze der Branche steigen.

Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt

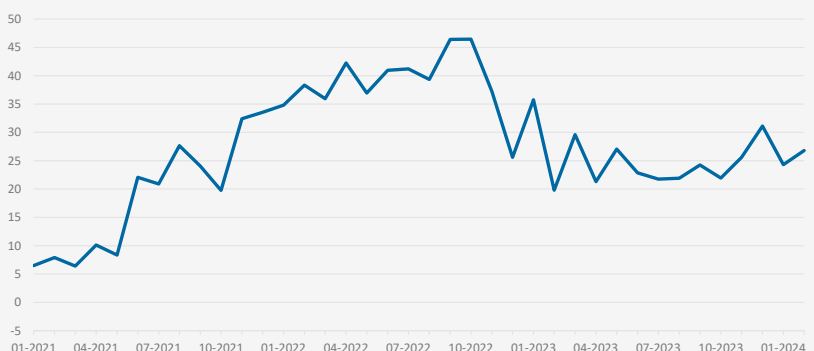


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Nach deutlichem Rückgang der Preiserwartungen im ersten Monat des neuen Jahres steigt dieser Indikator im Februar wieder leicht. Mit einem Saldenwert von 26,8 (+2,5) Punkten geht weiterhin eine deutliche Mehrheit der Befragten von steigenden Preisen in der Marketingbranche aus.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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