



**BVMC-IFO
MARKETING BAROMETER**
Oktober 2024

Die Zukunftsaussichten in der Marketingbranche bleiben insgesamt verhalten, doch zeigen sich vereinzelt leichte Verbesserungen in den Erwartungen

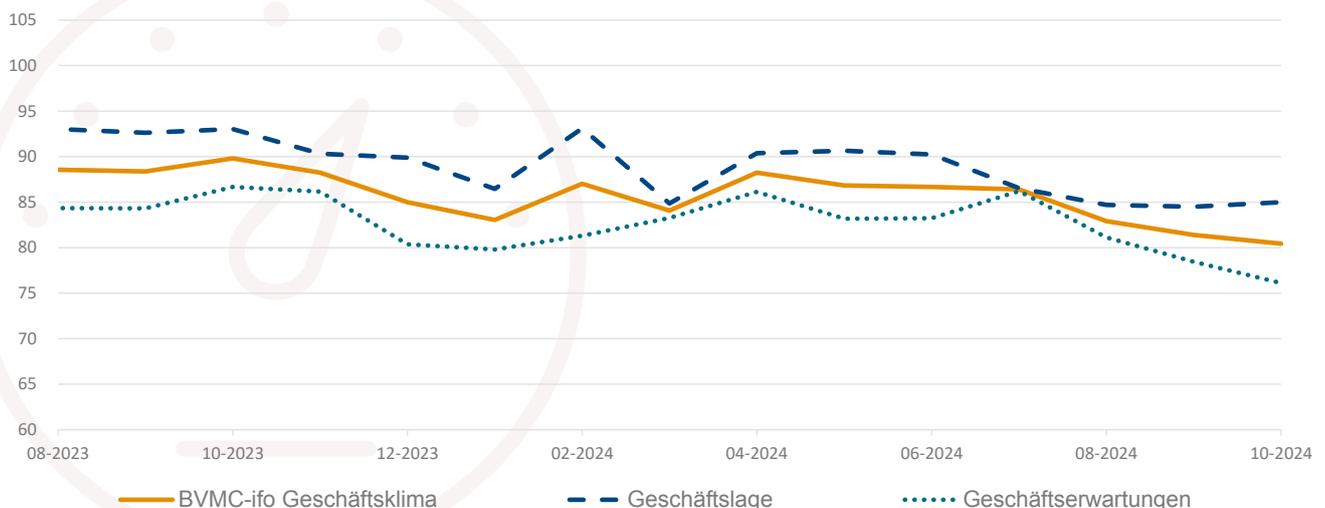
Der Großteil der Prognosen ist weiterhin pessimistisch, was die durchweg negativen Werte mehrerer Indikatoren des BVMC-ifo Marketing Barometers unterstreichen. Im Oktober verschlechterte sich das Geschäftsklima der Branche um -1,0 Punkte auf einen Indexwert von 80,4. Die Geschäftserwartungen sinken sogar noch deutlicher um -2,3 Punkte und erreichen einen Indexwert von 76,1.

Im Vergleich dazu legte der ifo Geschäftsklimaindex, der die gesamte deutsche Wirtschaft widerspiegelt, leicht um 1,1 Punkte auf 86,5 zu. Auch die aktuelle Geschäftslage verbessert sich geringfügig um 0,5 Punkte und erreicht einen Saldenwert von 85,0.

Die angespannte Situation in der Marketingbranche zeigt sich ebenso in den Erwartungen zur Beschäftigungszahl, Preisentwicklung und Umsatz. Die Einschätzung der Beschäftigtenzahl fiel im Monatsvergleich um -5,7 Punkte auf einen Indexwert von -7,3. Preiserwartungen sanken um -3,3 Punkte auf 14,4. Besonders stark betroffen sind die Umsatzerwartungen, die um -9,0 Punkte auf einen Indexwert von -5,6 zurückgingen. Positiv entwickelt sich hingegen die Einschätzung des Auftragsbestands: Marketingunternehmen in Deutschland rechnen mit einem merklichen Zuwachs an Aufträgen, was einen Anstieg um 7,9 Punkte im Vergleich zum September bedeutet und den Saldenwert auf -23,9 hebt.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt



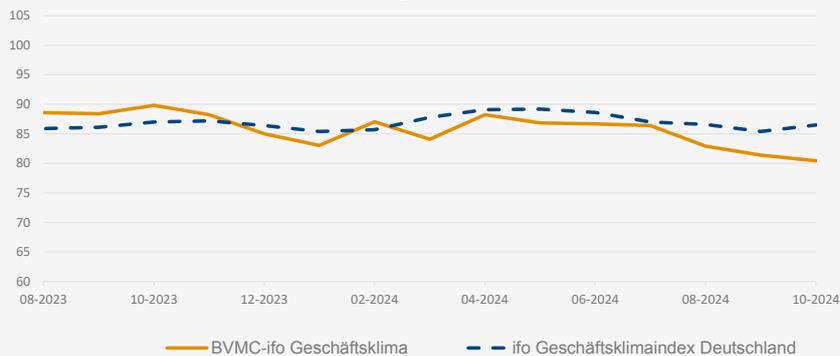
Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt Daten: ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

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

Im Oktober sinkt der BVMC-ifo Geschäftsklimaindex um 1,0 Punkte auf 80,4 Punkte, während der ifo Geschäftsklimaindex, der die allgemeine wirtschaftliche Lage in Deutschland widerspiegelt, leicht um 1,1 Punkte auf einen Indexwert von 86,5 steigt. Mit einem Rückgang um insgesamt 6,1 Punkte verschlechtert sich die Stimmung in der Marketingbranche somit deutlich stärker als in der Gesamtwirtschaft.

BVMC-ifo Marketing-Barometer

Indexwerte, 2015=100, saisonbereinigt

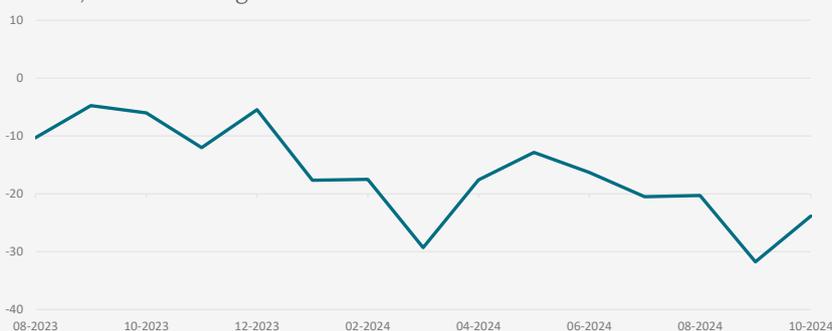


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Im Oktober steigt die Beurteilung des Auftragsbestands in der Marketingbranche deutlich, ist jedoch weiterhin negativ. Der korrespondierende Saldo steigt in der aktuellen Erhebung auf -23,9 (+7,9) Punkte. Damit geht eine kleiner werdende Mehrheit der Befragten von rückläufigen Auftragsbeständen aus.

Beurteilung des Auftragsbestands

Salden, saisonbereinigt

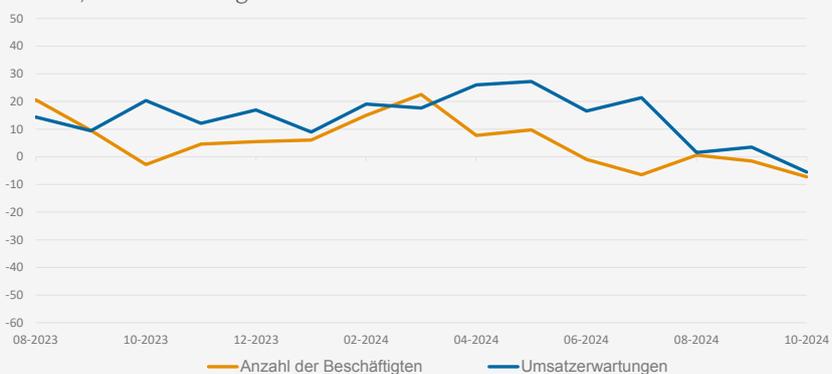


Ermittlung: Prof. Dr. Bernd Skiera, Goethe-Universität Frankfurt
Daten: Ifo Konjunkturtest, Wirtschaftszweig 73 (WZ 2008)

Die Mehrheit der befragten Marketer geht auch im Oktober von einem nennenswerten Rückgang der Beschäftigtenzahlen aus. Der entsprechende Saldo fällt in der aktuellen Erhebung auf -7,3 Punkte, und verzeichnet damit ein Minus von 5,7 Punkten. Noch stärker ist der Rückgang bei den Umsatzerwartungen ausgeprägt: Hier sinkt der Wert um -9,0 Punkte auf einen Saldo von -5,6 Punkten.

Erwartung für die nächsten 2-3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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

Wie bereits im Vormonat sinken die Preiserwartungen in der Marketingbranche auch im Oktober weiter und erreichen einen Saldenwert von 14,4 Punkten (-3,3 Punkte). Damit rechnet erneut eine knappe Mehrheit der befragten Marketer mit fallenden Preisen in der Branche.

Preiserwartungen für die nächsten 3 Monate

Salden, saisonbereinigt



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