

# **D-A-CH- Konjunkturbarometer 2016**

Umsatzentwicklung 2015 / Prognosen 2016

[www.ddv.de](http://www.ddv.de)



Deutscher  
Dialogmarketing  
Verband e.V.

# Entwicklung im eigenen Unternehmen

Wie hat sich Ihr Umsatz des vergangenen Geschäftsjahres (Vergleich 2011 bis 2015) gegenüber dem des jeweiligen Vorjahres entwickelt?

	2011	2012	2013	2014	2015
gestiegen	55,2	30,5	42,5	47,4	52,9
konstant geblieben	25,7	20,1	30,2	26,8	19,2
gesunken	16,2	35,1	22,6	23,7	18,3
keine Angaben	2,9	14,3	4,7	2,1	9,6

Angaben in Prozent



# Entwicklung im eigenen Unternehmen

Wie wird sich voraussichtlich das jeweils laufende Geschäftsjahr (Vergleich 2012 bis 2016) gegenüber dem jeweils zurückliegenden Geschäftsjahr für Ihr Unternehmen entwickeln?

	2012	2013	2014	2015	2016
sehr zufriedenstellend	16,7	11,1	17	15,6	16
eher zufriedenstellend	69,5	55,6	50	59,4	60
weniger zufriedenstellend	11,4	27,2	21,7	18,8	15
gar nicht zufriedenstellend	2,4	3,7	0,9	3,1	2

Angaben in Prozent / 2016 Antwortoption „keine Angabe“: 7 Prozent



# Entwicklung in der Dialogmarketingbranche

Wie hat sich Ihrer Einschätzung nach das vergangene Geschäftsjahr gegenüber dem jeweiligen Vorjahr (Vergleich 2011 bis 2015) für die gesamte Dialogmarketingbranche entwickelt?

	2011	2012	2013	2014	2015
sehr zufriedenstellend	9	5,1	4,7	6,3	8,1
eher zufriedenstellend	64,8	57	56,6	45,8	61,6
weniger zufriedenstellend	22,4	30,4	24,6	38,5	18,2
gar nicht zufriedenstellend	3,8	3,8	0	3,1	2,0

Angaben in Prozent / 2016 Antwortoption „keine Angabe“: 10,1 Prozent



# Entwicklung in der Dialogmarketingbranche

Wie wird sich voraussichtlich das jeweils laufende Geschäftsjahr (Vergleich 2012 bis 2016) gegenüber dem jeweils zurückliegenden Geschäftsjahr für die gesamte Dialogmarketingbranche entwickeln?

	2012	2013	2014	2015	2016
sehr zufriedenstellend	5,7	1,3	4,8	5,2	7,1
eher zufriedenstellend	65,7	60,8	52,8	53,1	64,6
weniger zufriedenstellend	25,7	27,8	28,3	32,3	18,2
gar nicht zufriedenstellend	2,9	3,8	0	1,1	2,0

Angaben in Prozent / 2016 Antwortoption „keine Angabe“: 8,1 Prozent



# Mitarbeiter im eigenen Unternehmen

Wie hat sich die Mitarbeiterzahl in Ihrem Unternehmen im vergangenen Geschäftsjahr gegenüber dem jeweiligen Vorjahr (Vergleich 2011 bis 2015) entwickelt?

	2011	2012	2013	2014	2015
gestiegen	41	35,4	28,3	34,4	28,3
konstant geblieben	45,7	50,6	45,3	50	52,5
gesunken	13,3	12,7	17	13,5	13,1
keine Angaben	0	1,3	9,4	2,1	6,1

Angaben in Prozent



# Mitarbeiter im eigenen Unternehmen

Wie wird sich voraussichtlich die Mitarbeiterzahl in Ihrem Unternehmen im jeweils laufenden Geschäftsjahr (Vergleich 2012 bis 2016) entwickeln?

	2012	2013	2014	2015	2016
steigen	31,9	30,4	24,5	27,1	30,3
Gleich bleiben	58,6	55,7	55,7	60,4	55,6
sinken	7,6	12,7	7,5	8,3	8,1
keine Angaben	1,9	1,3	12,3	4,2	6,0

Angaben in Prozent



# Auszubildende im eigenen Unternehmen

Wie viele Auszubildende hatten Sie im Jahr 2015 (Vergleich 2013 bis 2015) in Ihrem Unternehmen?

	2013	2014	2015
Keine Auszubildende	51,5	55,2	49,5
1 bis 2 Auszubildende	26,8	16,7	16,2
3 bis 5 Auszubildende	12,4	15,6	15,2
6 bis 10 Auszubildende	3,1	4,2	5,0
Mehr als 10 Auszubildende	3,1	6,2	9,1
Keine Angabe	3,1	2,1	5,0

Angaben in Prozent





# Auszubildende im eigenen Unternehmen

Wie wird sich die Anzahl an Auszubildenden in Ihrem Unternehmen im jeweils laufenden Geschäftsjahr (Vergleich 2014 bis 2016) entwickeln?

	2014	2015	2016
steigen	12,4	9,4	9,1
Gleich bleiben	66	65,6	63,6
sinken	7,2	6,3	8,1
Keine Angabe	14,4	18,7	19,2

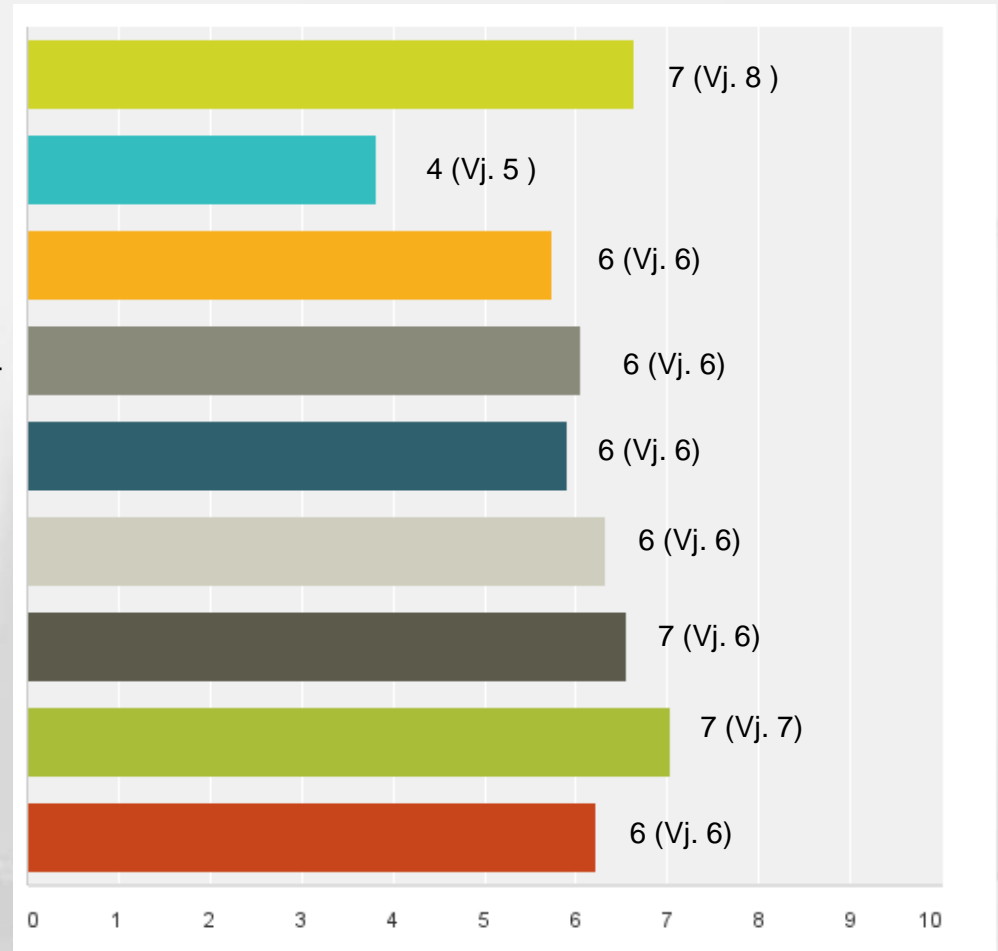
Angaben in Prozent



# Entwicklung in der Dialogmarketingbranche

Welches sind Ihrer Ansicht nach zurzeit die größten Herausforderungen für das Dialogmarketing? Bitte tragen Sie eine Zahl auf einer Skala zwischen 1 (keine Herausforderung) und 10 (sehr große Herausforderung) ein.

- Zunehmende Restriktionen für die Branche durch die EU-Datenschutz-Grundverordnung
- Konsequenzen aus der Umsetzung des Mindestlohngesetzes
- Unsicherheit bei den Auftraggebern aufgrund zunehmender gesetzlicher Restriktionen
- Kommunikation der Bedeutung des Dialogmarketings für das Online-Marketing
- Kommunikation der Effizienz des Dialogmarketings
- Umgang mit Big Data
- Kommunikation der Vorteile des Dialogmarketings für den Verbraucher
- Erfolgreiche Vernetzung des Kundendialogs über alle Kanäle
- Suche nach qualifiziertem Nachwuchs / War for talents



# Zur Umfrage

**Respondenten:** Mitglieder des DDV

**Sample-Größe:** n = 103 Netto-Interviews

**Erhebungszeitraum:** April / Mai 2016



**Kontakt:**

Boris von Nagy,

Leiter Geschäftsbereich

Kommunikation

Tel. +49 69 401 276 513

[b.vonnagy@ddv.de](mailto:b.vonnagy@ddv.de)

[www.ddv.de](http://www.ddv.de)



Deutscher  
Dialogmarketing  
Verband e.V.