

DDV Dialogmarketing-Barometer
1. Welle 2004
März 2004

KONTAKT

DDV Deutscher Direktmarketing Verband e.V.
Hasengartenstraße 14
65189 Wiesbaden

Martina Rambach
Tel.: (06 11) 9 77 93-22
Fax: (06 11) 9 77 93-99
eMail: rambach@ddv.de

www.ddv.de

Das DDV Dialogmarketing-Barometer

Seit 2001 befragt der Deutsche Direktmarketing Verband e. V. (DDV), Wiesbaden, seine Mitgliedsunternehmen halbjährlich zur deren Geschäftsentwicklung. 295 DDV-Unternehmen haben an der aktuellen Welle des Konjunkturbarometers teilgenommen, davon 230 Direktmarketing-Dienstleister sowie 55 Technologie-Anbieter und Direktmarketing-Anwender. 10 Unternehmen machten diesbezüglich keine Angaben. Die Umfrage repräsentiert rund ein Drittel der DDV-Mitgliedunternehmen.

Das Marktforschungsinstitut TNS Emnid, Bielefeld, führte die Umfrage vom 23. Februar bis 8. März 2004 durch.

ERGEBNISSE

1. Das Leistungsspektrum der befragten Unternehmen

In welcher Dienstleistungsbranche (Direktmarketing) ist Ihr Unternehmen überwiegend tätig?

Dienstleistungsbranche	Anteil	Anzahl
Consulting / Beratung	26,1 %	77
Adressdienstleistungen	18,0 %	53
Dialogmarketing-Agentur / Media-Agentur	25,1 %	74
Interactive-Media	11,9 %	35
Direct Mail Services	27,1 %	80
Telemedien- / Call Center-Services	18,3 %	54
Haushaltswerbung / Zustellung	10,5 %	31
eMail- / Mobile Marketing	17,3 %	51
Andere Dienstleistungen	7,5 %	22
<i>Kein Direktmarketing-Dienstleister, sondern:</i>		
Technologie-Anbieter	5,8 %	17
Direktmarketing-Anwender	13,2 %	39
Keine Angaben	3,4 %	10

Mehrfachnennungen waren möglich

2. Größe der DDV-Unternehmen nach Mitarbeiterzahl

**Wie viele Mitarbeiter beschäftigen Sie in Ihrem Unternehmen?
(Voll- und Teilzeit)**

	alle Unternehmen (295)	nur Dienstleister (230)
Keine Mitarbeiter	0,3 %	0,4 %
1-5	9,5 %	10,9 %
6-10	8,8 %	10,4 %
11-25	20,7 %	23,9 %
26-50	13,2 %	13,9 %
51-100	13,2 %	13,9 %
101-250	12,2 %	11,7 %
251-1000	8,8 %	8,3 %
> 1000	6,4 %	2,6 %
keine Angaben	6,8 %	3,9 %
Durchschnitt	504	166

3. Umsatzentwicklung der DDV-Unternehmen im zweiten Halbjahr 2003

Wie hat sich der Umsatz in Ihrem Unternehmen im zweiten Halbjahr 2003 gegenüber dem ersten Halbjahr 2003 entwickelt?

Der Umsatz ist ...	alle Unternehmen	nur Dienstleister
gestiegen	54,9 %	59,6 %
gleich geblieben	30,2 %	28,3 %
gesunken	10,5 %	10,9 %
k. A.	4,4 %	1,3 %
Durchschnitt:	+ 11,3 %	+ 11,7 %

Aktuelle Umsatzentwicklung im Vergleich zu vorherigen Umfragewellen

Umsatz ist ...	2. HJ 2003	1. HJ 2003*	2. HJ 2002**
gestiegen	54,9 %	37,8 %	42,1 %
gleich geblieben	30,2 %	36,1 %	30,7 %
gesunken	10,5 %	24,9 %	27,2 %
k. A.	4,4 %	1,2 %	---
Durchschnitt	+ 11,3 %	+ 4,2 %	+ 6,0 %

Ergebnisse DDV Dialogmarketing-Barometer *II/2003 und **I/2003

4. Umsatzerwartung der DDV-Unternehmen für das erste Halbjahr 2004

Welche Umsatzentwicklung erwarten Sie für Ihr Unternehmen im ersten Halbjahr 2004 gegenüber dem zweiten Halbjahr 2003?

Umsatz wird ...	alle Unternehmen	nur Dienstleister
steigen	45,8 %	46,1 %
gleich bleiben	36,3 %	38,3 %
sinken	13,9 %	14,8 %
k. A.	4,1 %	0,9 %

Aktuelle Umsatzerwartung im Vergleich zu vorherigen Umfragewellen

Umsatz wird ...	1. HJ 2004	2. HJ 2003*	1. HJ 2003**
steigen	45,8 %	48,1 %	45,9 %
gleich bleiben	36,3 %	42,7 %	38,6 %
sinken	13,9 %	6,6 %	14,1 %
k. A.	4,1 %	2,5 %	1,4 %

Ergebnisse DDV Dialogmarketing-Barometer *II/2003 und **I/2003

5. Gründe für den Umsatzrückgang im zweiten Halbjahr 2003

**Welches sind die Hauptgründe für den Umsatzrückgang in Ihrem Unternehmen?
(nur Dienstleister)**

Kunden haben Budgets allgemein verringert	64,0 %
Einzelne Kunden haben Budgets deutlich reduziert	60,0 %
Preisrückgang am Markt	48,0 %
Verlust von Kunden bzw. Etats	40,0 %
Wettbewerb ist stärker geworden	32,0 %

Basis: 25 Dienstleister mit Umsatzrückgang, Mehrfachnennungen waren möglich.

6. Gründe für die Umsatzsteigerung im zweiten Halbjahr 2003 (nur Dienstleister)

Welches sind die Hauptgründe für die Umsatzsteigerung in Ihrem Unternehmen?

Zugewinn von Kunden bzw. Etats	78,1 %
Einzelne Kunden haben ihre Budgets deutlich erhöht	35,0 %
Kunden verlagern ihre Budgets von anderen Disziplinen	17,5 %
Kunden verlagern ihre Budgets von anderen Direktmarketing-Instrumenten	16,8 %
Kunden haben ihre Budgets allgemein erhöht	7,3 %

Basis: 137 Dienstleister mit Umsatzsteigerung, Mehrfachnennungen waren möglich.

7. Entwicklung der Mitarbeiterzahl bei den DDV-Unternehmen im zweiten Halbjahr 2003

Wie hat sich die Mitarbeiterzahl in Ihrem Unternehmen im zweiten Halbjahr 2003 entwickelt?

Zahl ist ...	alle Unternehmen	nur Dienstleister
gestiegen	30,2 %	32,2 %
gleich geblieben	46,1 %	48,3 %
rückläufig	13,2 %	12,2 %
k. A.	10,5 %	7,4 %
Durchschnitt	plus 6 Mitarbeiter	plus 8 Mitarbeiter

Aktuelle Mitarbeiterentwicklung im Vergleich zu vorherigen Umfragewellen

Zahl ist ...	2. HJ 2003	1. HJ 2003*	2. HJ 2002**
gestiegen	30,2 %	25,3 %	21,0 %
gleich geblieben	46,1 %	48,1 %	44,8 %
rückläufig	13,2 %	17,4 %	23,1 %
k. A.	10,5 %	9,1 %	11,0 %
Durchschnitt	plus 6 Mitarbeiter	plus 3 Mitarbeiter	plus 2 Mitarbeiter

Ergebnisse DDV Dialogmarketing-Barometer *II/2003 und **I/2003

8. Prognose der DDV-Unternehmen zur Mitarbeiterentwicklung im ersten Halbjahr 2004

Wie wird sich voraussichtlich die Mitarbeiterzahl in Ihrem Unternehmen im ersten Halbjahr 2004 entwickeln?

Zahl wird ...	alle Unternehmen	nur Dienstleister
steigen	33,2 %	36,1 %
gleich bleiben	46,1 %	46,5 %
sinken	8,5 %	7,8 %
k. A.	12,2 %	9,6 %

Aktuelle Mitarbeiterprognose im Vergleich zu vorherigen Umfragewellen

Zahl wird ...	1. HJ 2004	2. HJ 2003*	1. HJ 2003**
steigen	33,2 %	24,5 %	23,8 %
gleich bleiben	46,1 %	57,7 %	56,9 %
sinken	8,5 %	7,9 %	10,3 %
k. A.	12,2 %	10,0 %	9,0 %

Ergebnisse DDV Dialogmarketing-Barometer *II/2003 und **I/2003