



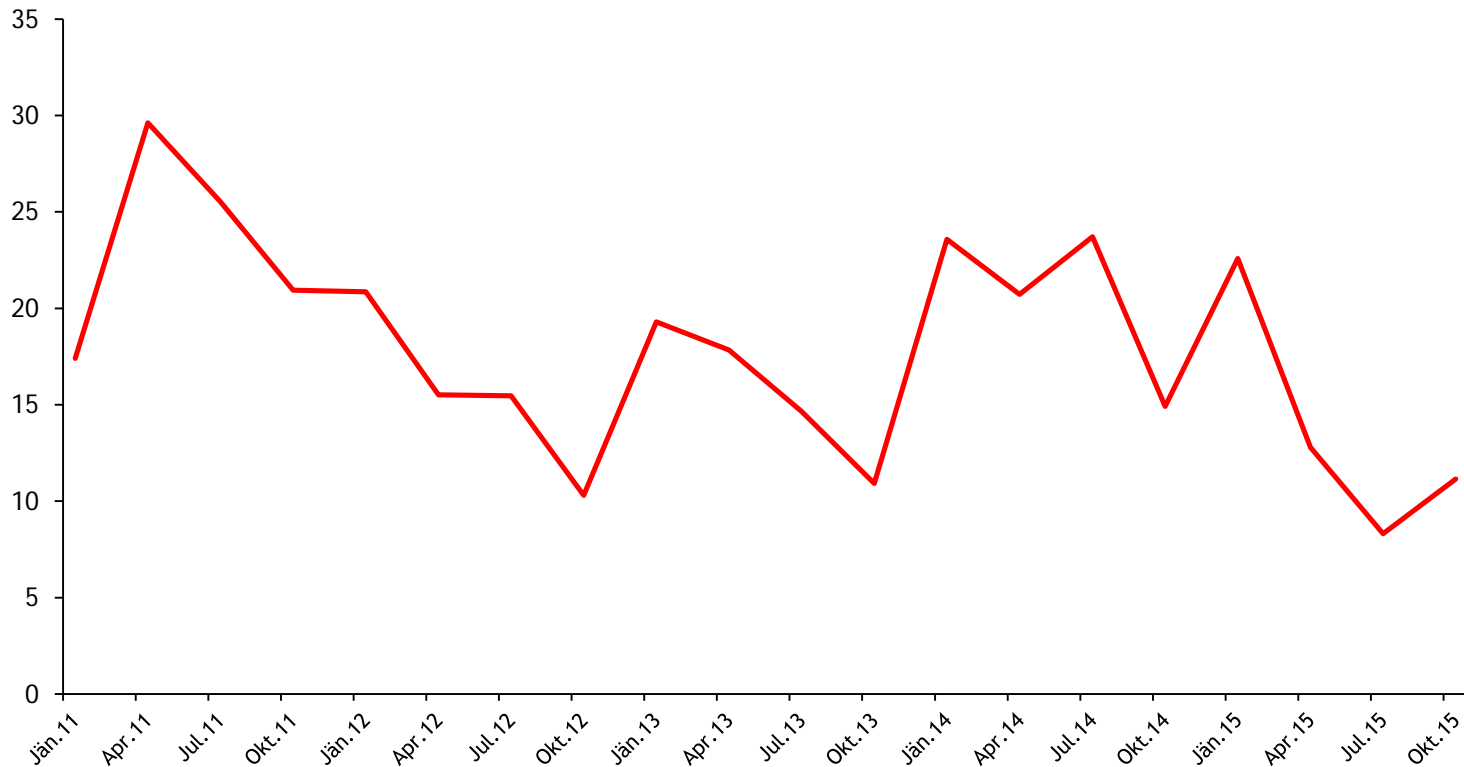
# WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Oktober 2015

# Werbeklimaindex Oktober 2015: Methodik

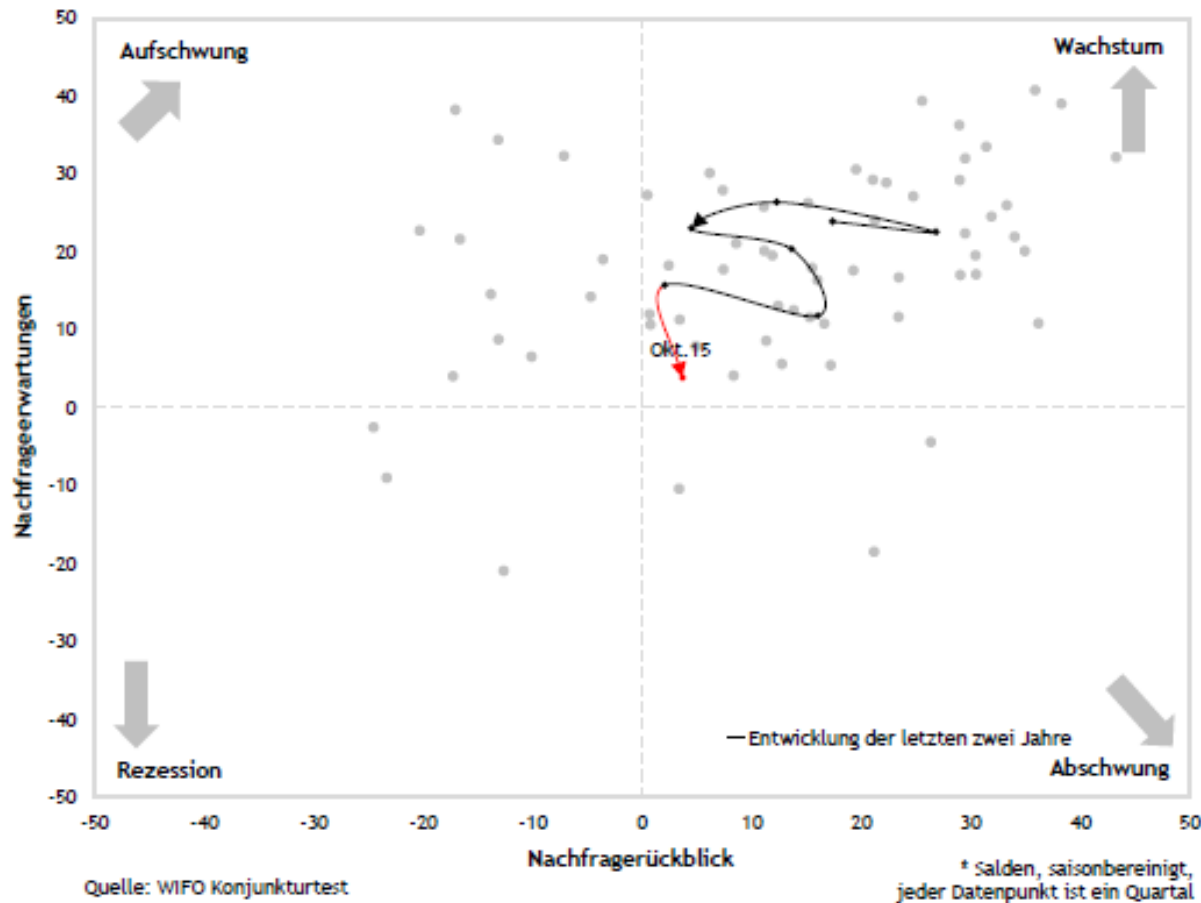
- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 3. Quartal 2015
  - Aktuelle Lage im Oktober 2015
  - Ausblick auf die kommenden 6 Monate
- Simple Prinzip zur Analyse:
  - Salden: Anteil positiver Antworten minus Anteil negativer Antworten
- Werte  $> 0$  → Verbesserung
- Werte  $= 0$  → Stagnation
- Werte  $< 0$  → Verschlechterung
- Je größer der Abstand von 0, desto deutlicher ist die positive bzw. negative Entwicklung
- Ergebnispräsentation nach monatlichem Wifo-Konjunkturtest
- Stichprobe: 544 Unternehmen mit 4.933 Beschäftigten

# Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

# Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2015



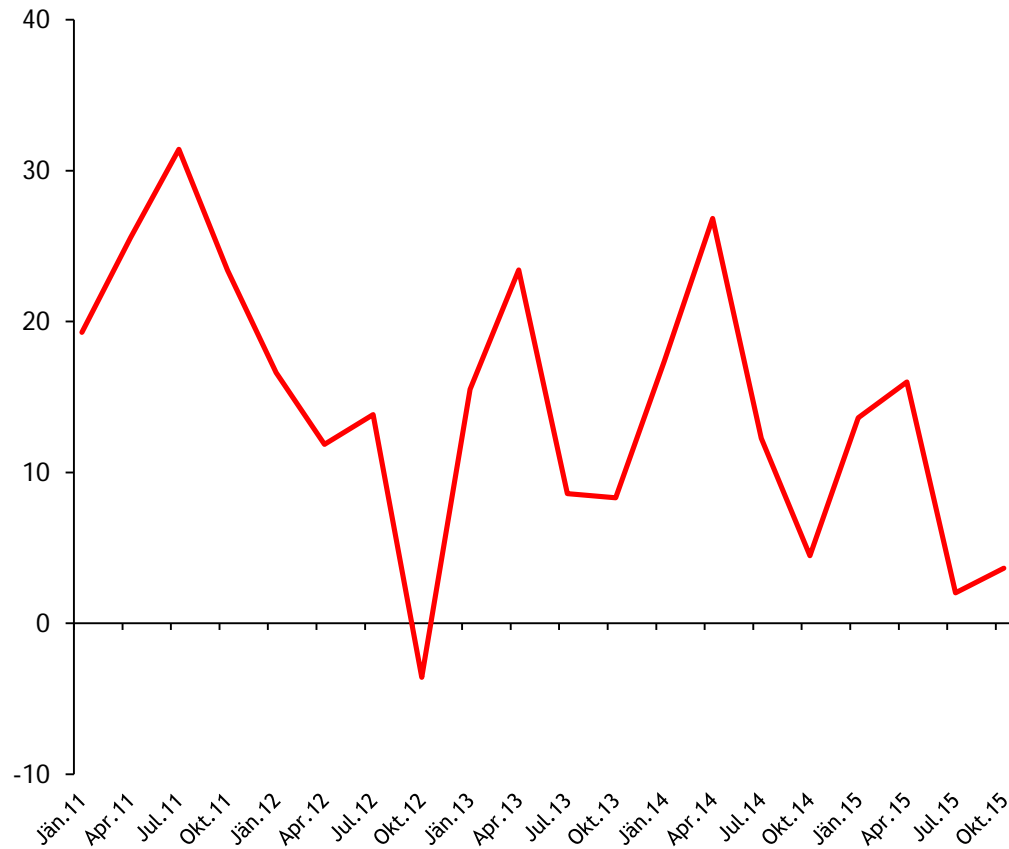
Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“? Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen des Werbeklimaindex abgebildet. Sind die Auswertungen der im WIFO Konjunkturtest befragten Unternehmen zur Nachfrage und zu den Nachfrageerwartungen per Saldo schlecht, d. h. im Minus, so befindet sich die Konjunktur in der Rezession (Quadrant links unten). Gelangen die Nachfrageerwartungen ins Plus (bei noch schlechter Nachfrage), so gerät man in die Aufschwung-Phase (Quadrant links oben). Sind Nachfrage und Nachfrageerwartungen gut, d. h. im Plus, so herrscht Wachstum (Quadrant rechts oben). Drehen die Nachfrageerwartungen ins Minus (bei noch guter Nachfrage), so ist die Abschwung-Phase erreicht (Quadrant rechts unten).

## Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation

# Zusammenfassung Werbeklima Oktober 2015

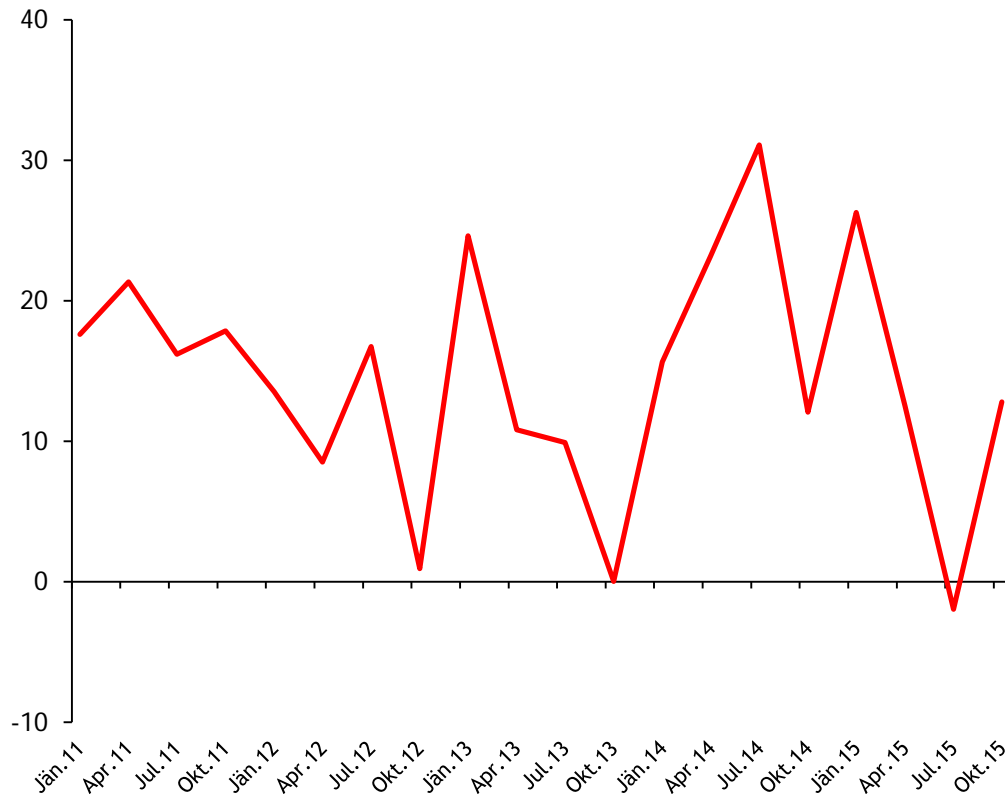
- Heimische Kommunikationswirtschaft wird 2016 nur schwach wachsen
- Flaue Entwicklung des Werbejahrs 2015
- Werbeklimaindex bestätigt mit +11 Punkten die Ergebnisse der letzten Erhebungswellen
- Allgemein mäßige Konjunktur in Österreich bremst die heimische Kommunikationsbranche
- Fragiles wirtschaftliches Umfeld zeigt deutliche Auswirkungen auf den Medien- und Kommunikationsstandort Wien
- Wiener Ergebnisse liegen für das 3. Quartal im Österreich-Bild und für das 1. Halbjahr 2016 leicht darunter
- Österreichische Kommunikations-Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage im Oktober 2015 mit einem Saldo von -10 %-Punkten deutlich negativ
- Die Auftragsbücher sind mittelmäßig gefüllt
- Die Prognose der Geschäftslage (+14 Punkte) und der Nachfrage (+4 Punkte) deuten auf eine weiter nur mäßige Entwicklung hin

# Nachfrage in den letzten drei Monaten



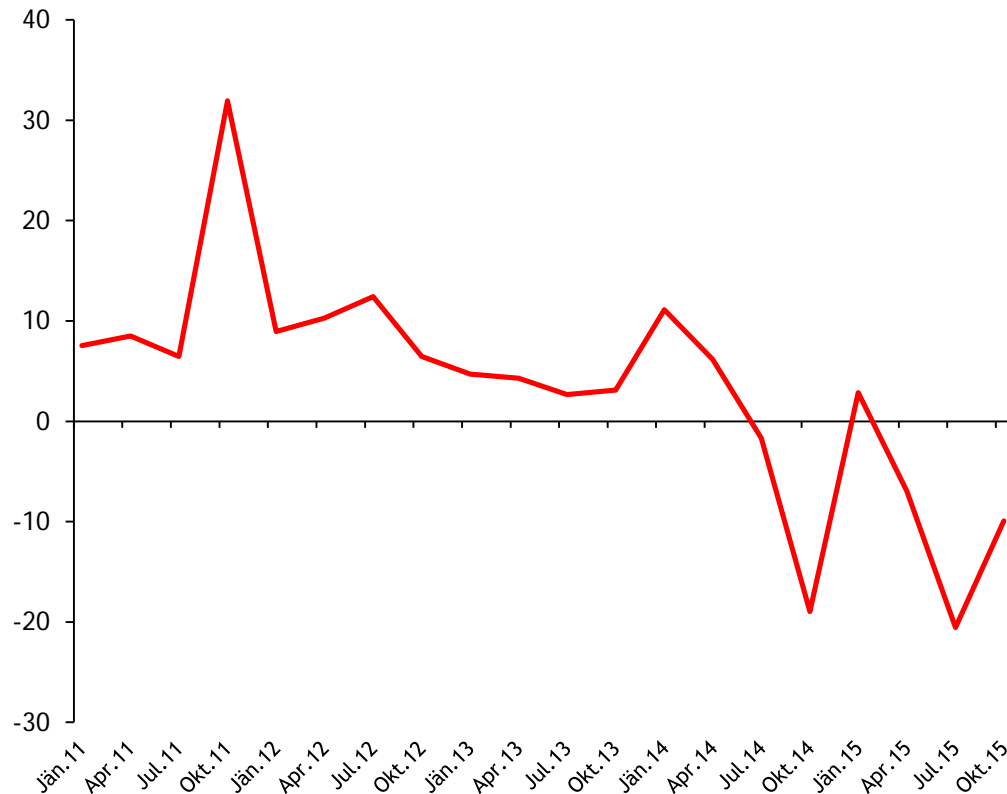
- Die Nachfrageentwicklung verlief verhalten
- 19 % der Unternehmen berichten von einer verbesserten Nachfragesituation
- 15 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert

# Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



- Die Entwicklung der Geschäftslage hat sich wieder ins Positive gedreht
- 24 % der Unternehmen gaben an, dass sich die Geschäftslage verbessert hat; 11 % sahen sich mit einer Verschlechterung der Geschäftslage konfrontiert
- Dies ergibt einen positiven Saldo von 13 Punkten

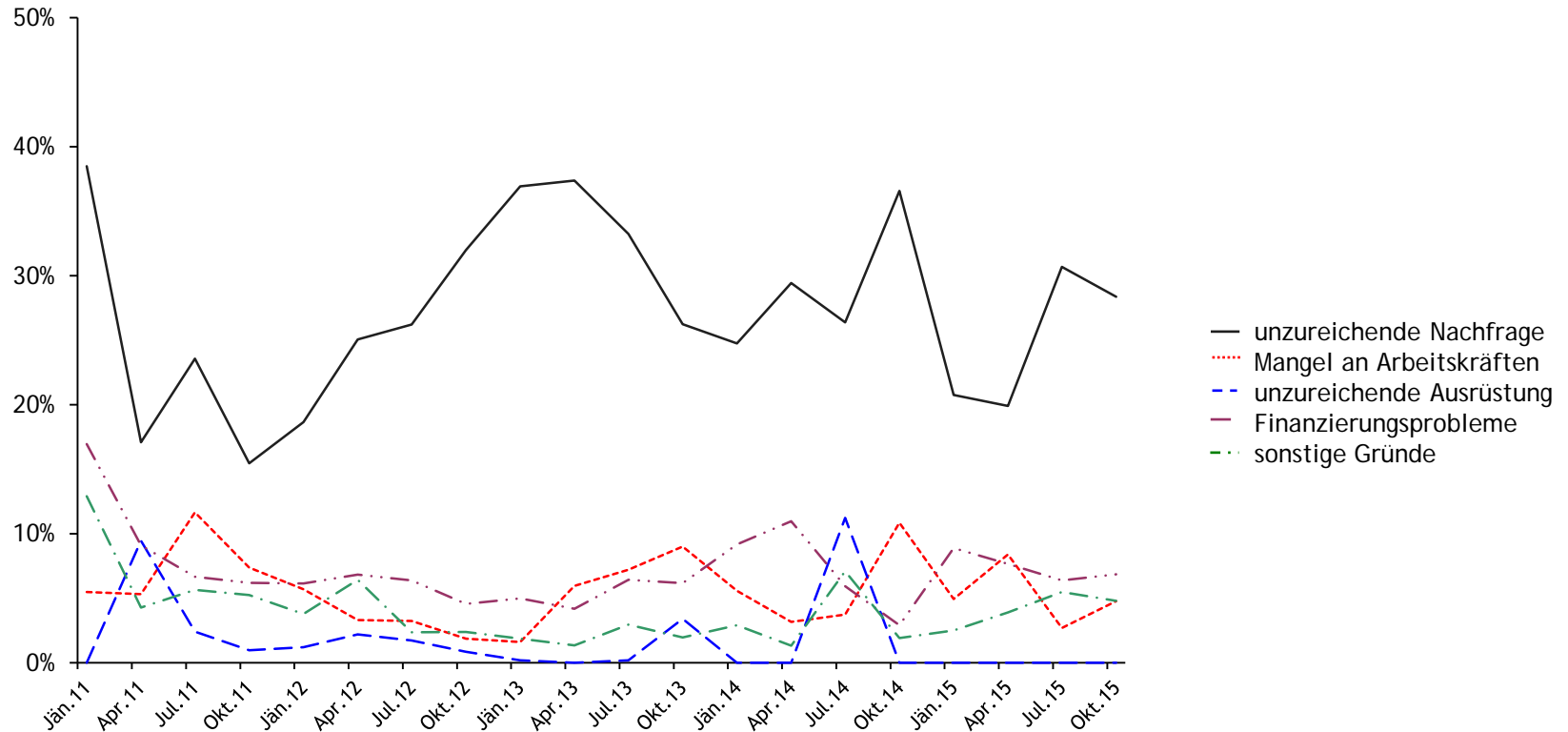
# Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- Trotz per Saldo positiver Einschätzung der Entwicklung der Geschäftslage über die letzten Monate, bleibt die Beurteilung der aktuellen Lage negativ
- Die seit Anfang 2014 anhaltende Schwäche setzt sich damit im Oktober 2015 tendenziell weiter fort
- Der Saldo liegt bei -9 Punkten
- Zwei Drittel der Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend;
- Jeder 5. Unternehmer meldet im Oktober mit einer schlechten Geschäftslage



# Behinderungen der Geschäftstätigkeit

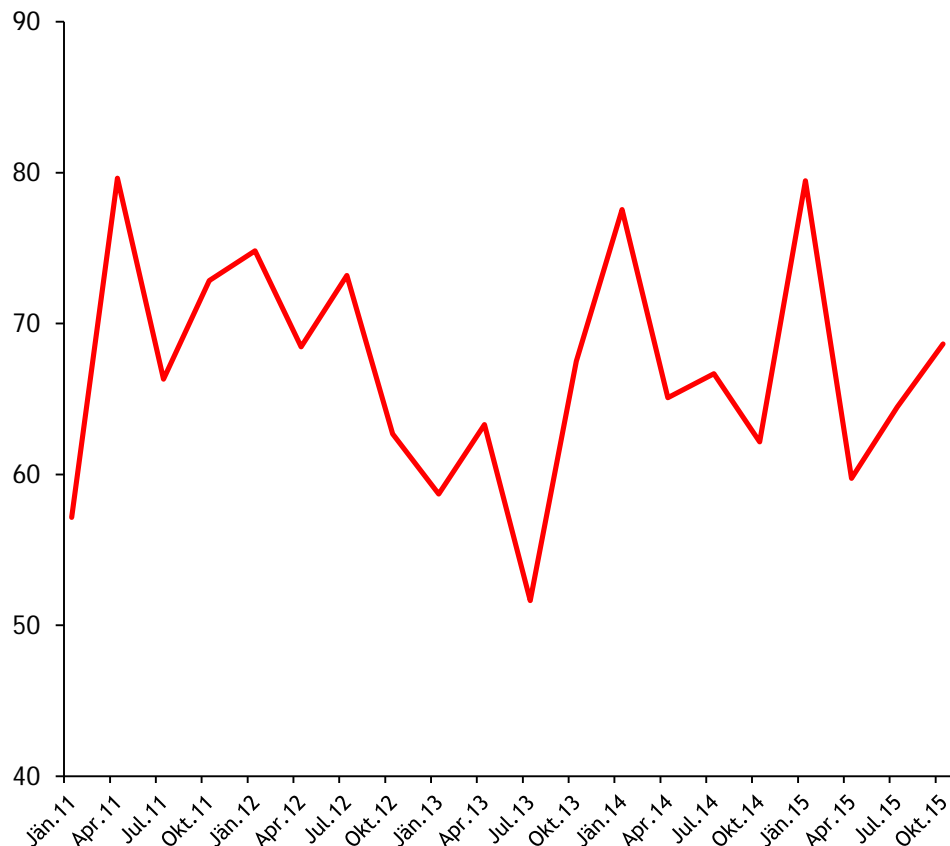


# Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

---

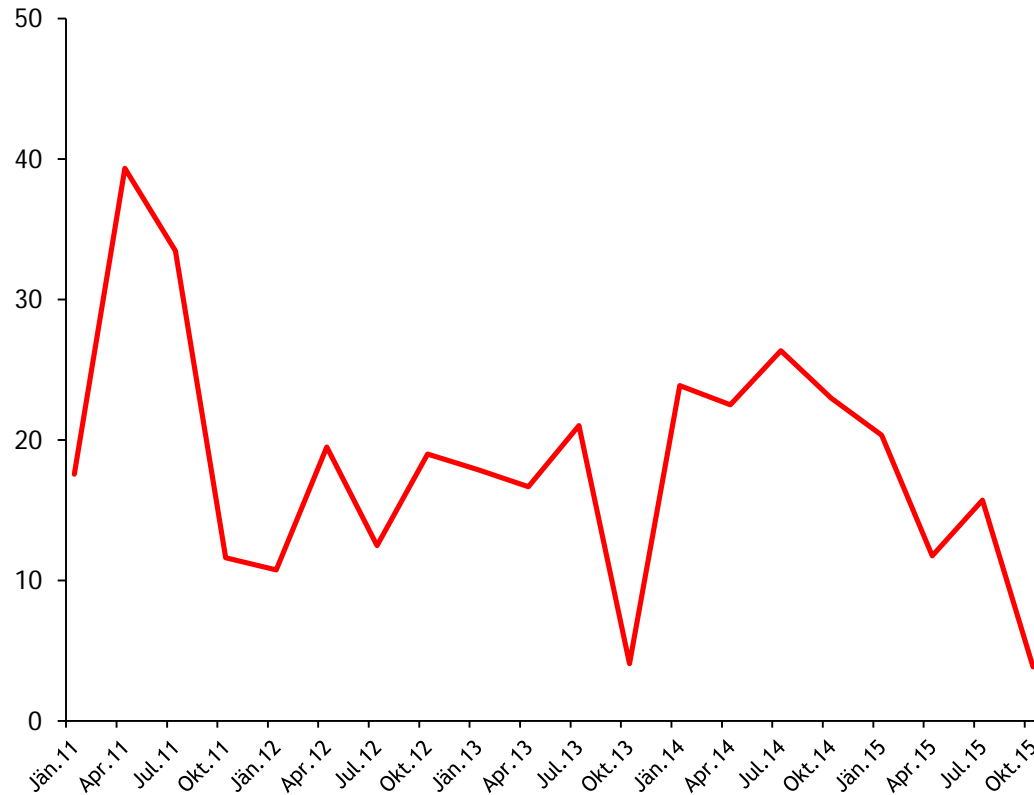
- 28 % werden von unzureichender Nachfrage behindert
- 5 % machen einen Mangel an Arbeitskräften geltend
- 7 % sehen sich mit Finanzierungsproblemen konfrontiert
- 5 % geben „sonstige Gründe“ als Hemmnis an
- Jedes 2. Unternehmen gab an, zur Zeit primär keine Behinderungen zu erfahren

# Auftragsbestand



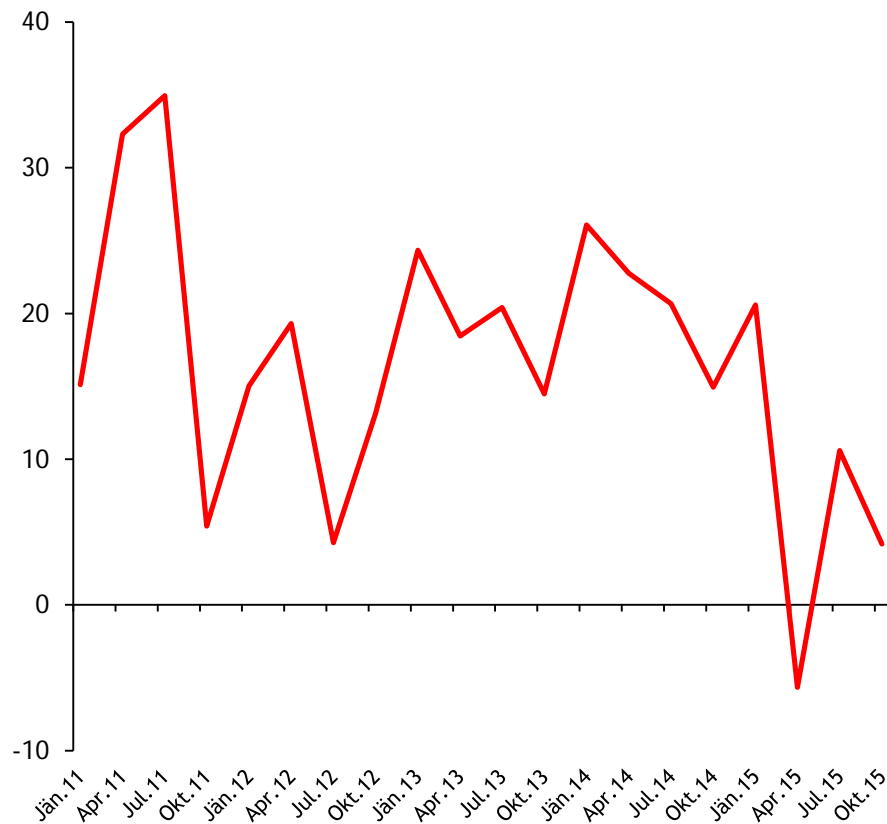
- Die Auftragslage wird im Vergleich zum Juli etwas besser bewertet
- 69 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Jedes Dritte Unternehmen berichtet von zu geringen Auftragsbeständen
- Dieser Index liegt im Bereich des Durchschnitts der letzten 5 Jahre (67 Punkte)

# Nachfrageerwartung



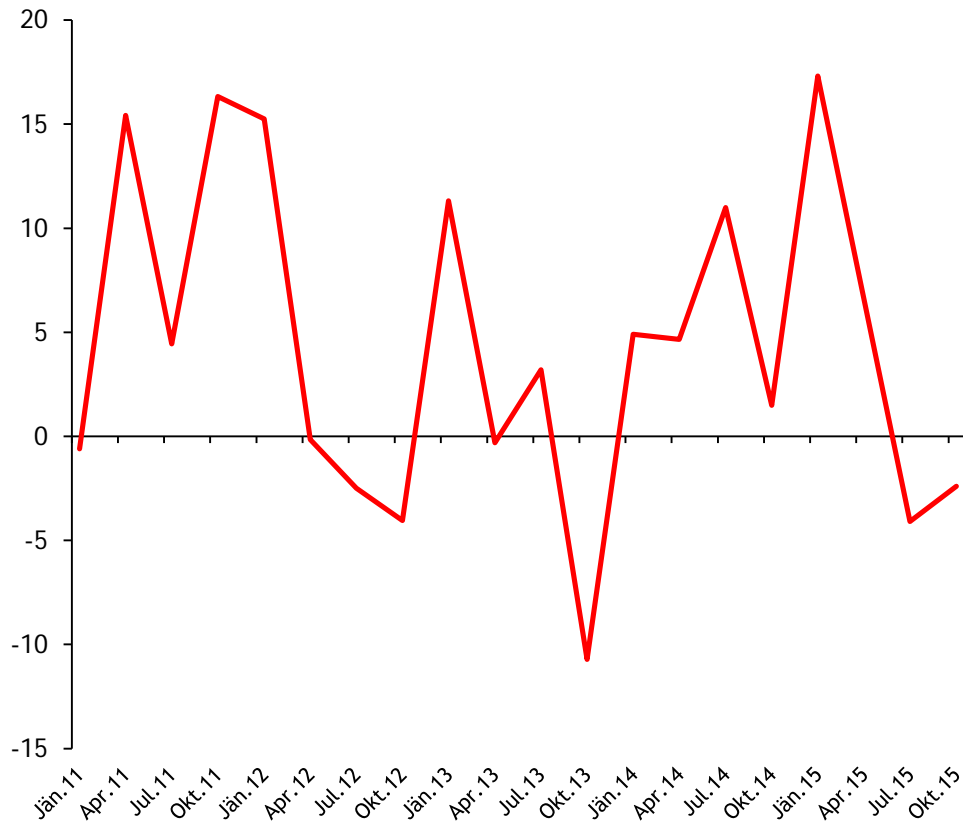
- Unternehmen rechnen nur in immer geringem Umfang mit einem Anziehen der Nachfrage
- 79 % erwarten in den nächsten Monaten keine Veränderung
- 12 % gehen von steigender, 8 % von sinkender Nachfrage aus
- Der aktuelle Wert (4 Punkte) liegt weit unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (19 Punkte)
- Kein Anzeichen einer bevorstehenden Belebung

# Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



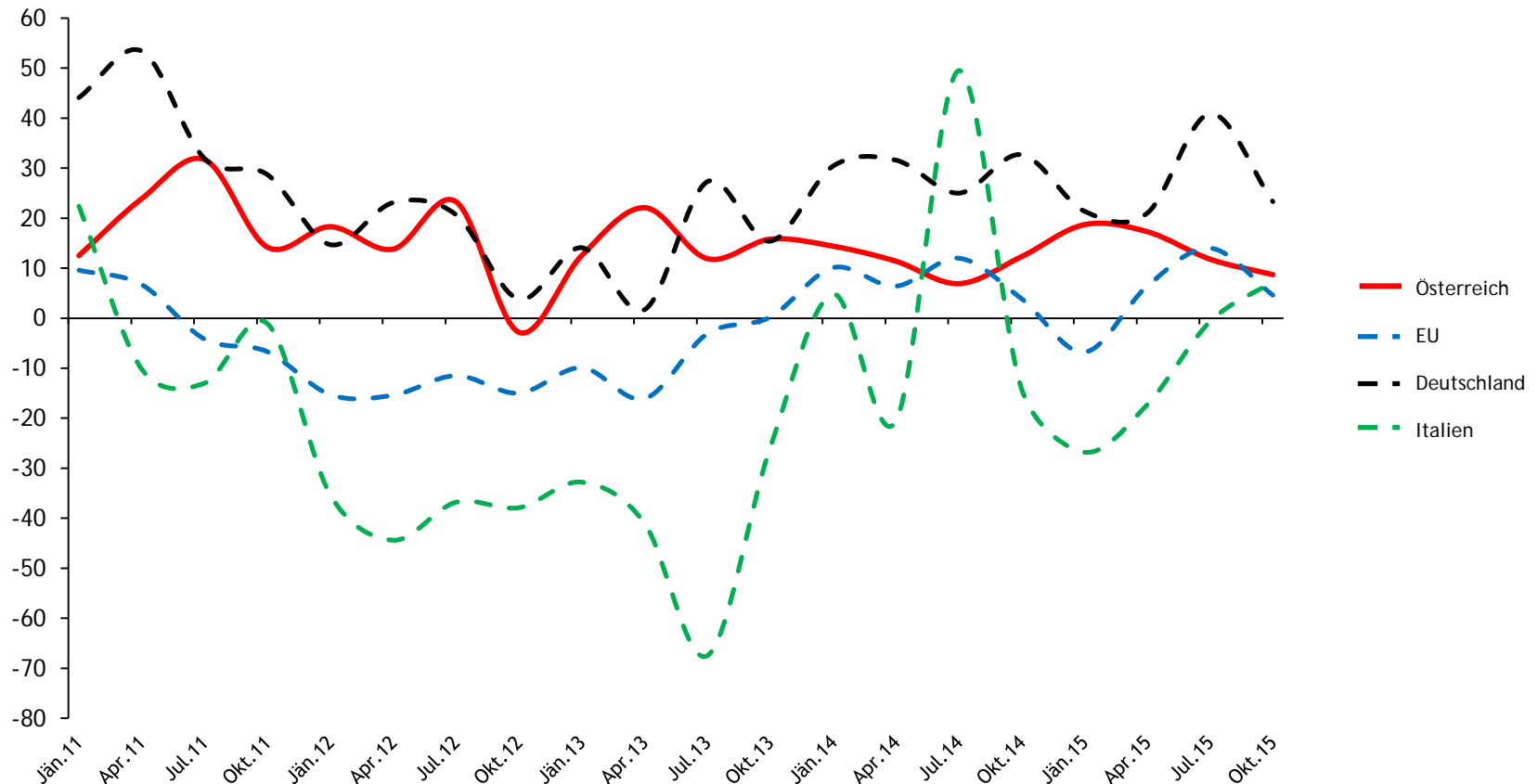
- 14 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 9 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Mit +5 Punkten liegt der Saldo damit weiterhin spürbar unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (17 Punkte)
- Die Unternehmen rechnen mit wenig Dynamik im ersten Werbehalbjahr 2016

# Beschäftigungserwartung



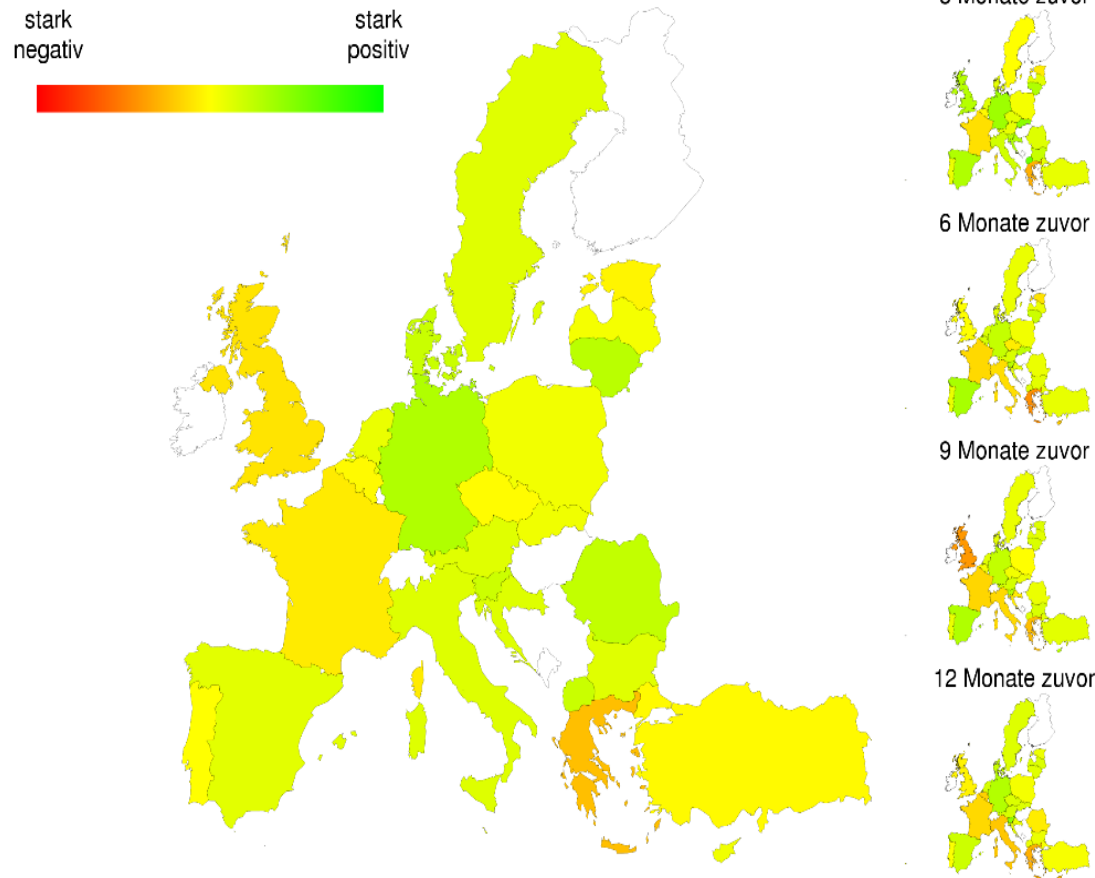
- Die Konjunktur in Österreich ist auch im 3. Quartal 2015 zu verhalten, um eine stärkere Dynamik am Arbeitsmarkt zuzulassen
- Auch die Werbung und Marktkommunikation kann sich diesem Trend nicht entziehen
- Nur 9 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- 11 % rechnen damit, Mitarbeiter abbauen zu müssen

# Nachfrage in den letzten drei Monaten



Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

# EU Vertrauensindikator Werbung Oktober 2015

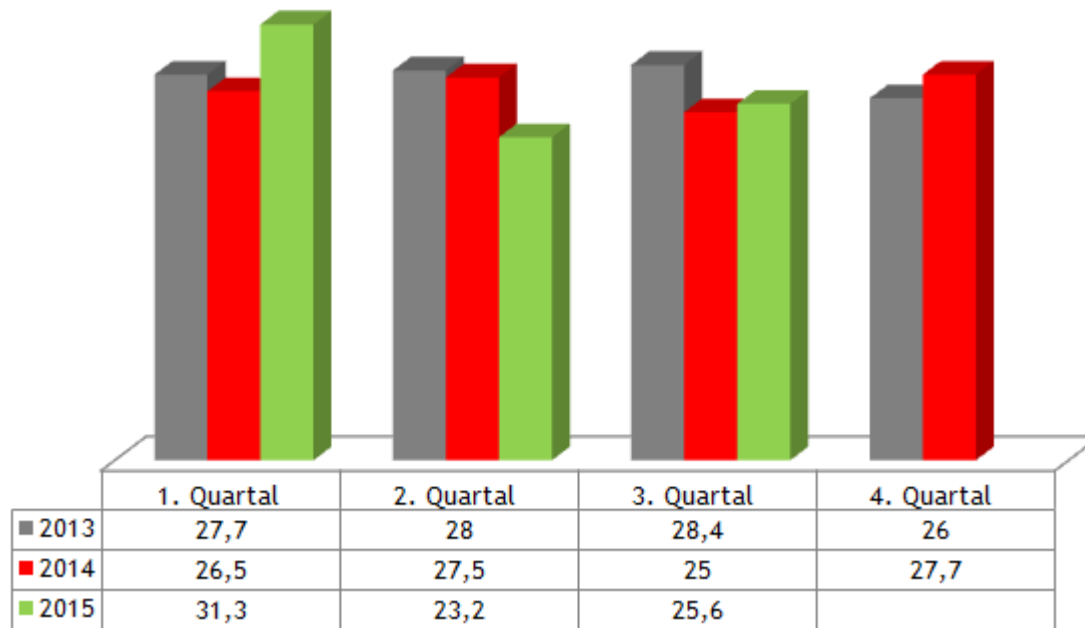


- Konjunkturklima bleibt in der deutschen Werbewirtschaft sehr optimistisch
- Die Werbekonjunktur im Euro-Raum bleibt stabil
- Konjunktur in Mittel und Ost-Europa noch positiv
- Frankreich stagniert
- UK gibt wieder nach
- Griechenland bleibt weiterhin in der Krise

Q: Confidence Indicator (COF) für NACE 73 der Europäischen Kommission DG-ECFIN; Kartendaten: © EuroGeographics bezüglich der Verwaltungsgrenzen; Visualisierung: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO).

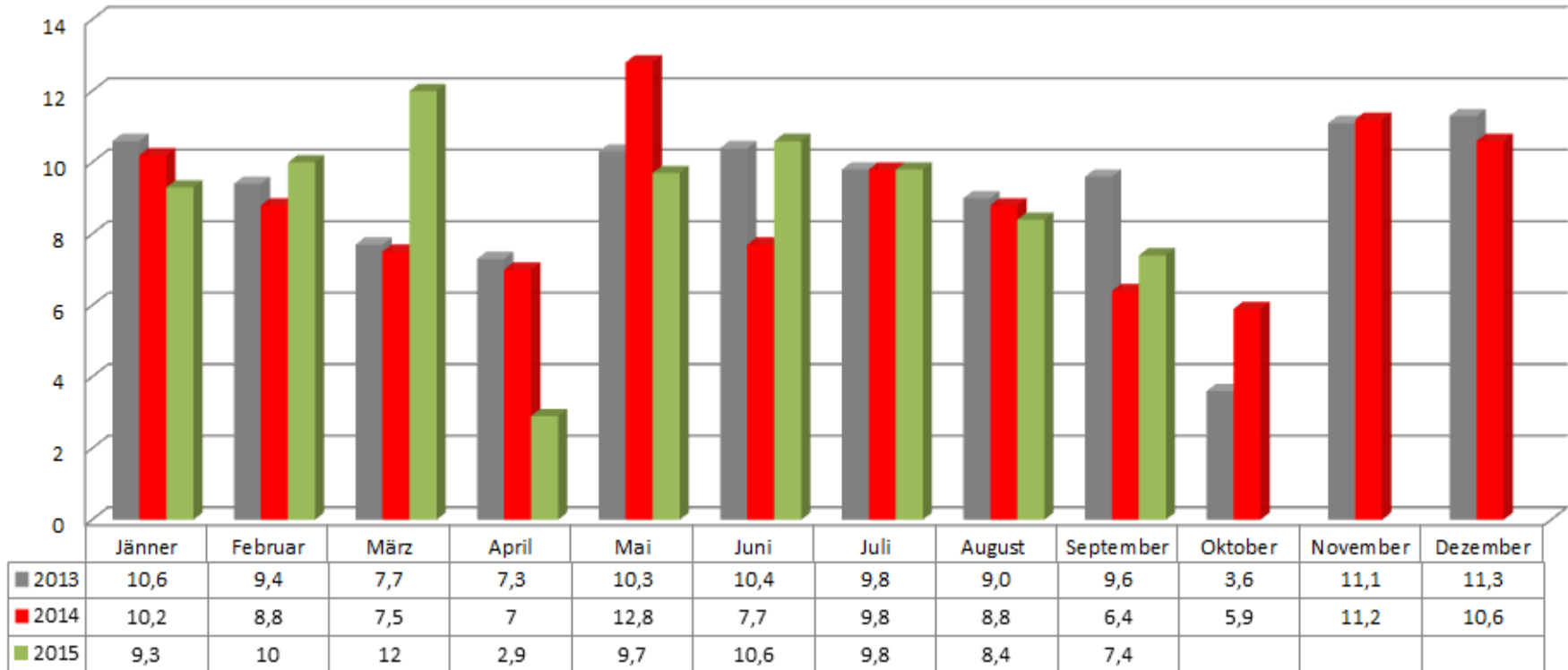


# Werbeabgabe: Vergleich Quartale 2013 bis 2015



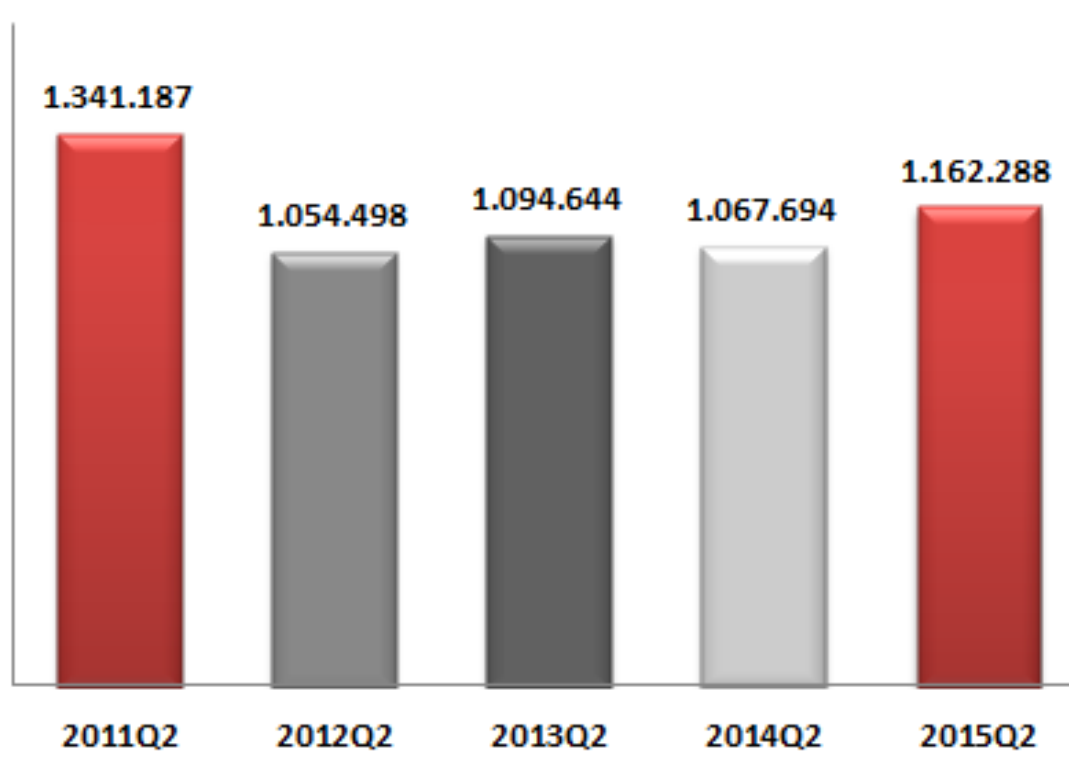
Datenquelle: Bundesministerium für Finanzen, Grafik FV  
Werbung, Beträge in Mio. Euro

# Werbeabgabe: Monatsvergleich 2011 bis Juni 2015



Datenquelle: Bundesministerium für Finanzen, Grafik FV  
Werbung, Beträge in Mio. Euro

# Vergleich Q 2 steuerpflichtige Umsätze in absoluten Zahlen 2011 bis 2015



Wie die Zeitreihe zeigt, haben sich die steuerpflichtigen Umsätze im Vergleich zu den Vorjahren leicht positiv entwickelt. Der Wert von 2011 konnte aber nach wie vor nicht erreicht werden.

Quelle: Statistik Austria, eigene Darstellung  
Beträge in 1.000 Euro

# Kontakt

---

Obfrau: Mag. Angelika Sery-Froschauer  
Geschäftsführer: Mag. Markus Deutsch

Wiedner Hauptstraße 57/III/6, 1040 Wien

T +43 (0)5 90 900-3539

F +43 (0)5 90 900-285

E [werbung@wko.at](mailto:werbung@wko.at)

W <http://wko.at/werbung>