



# WIFO Werbeklimaindex

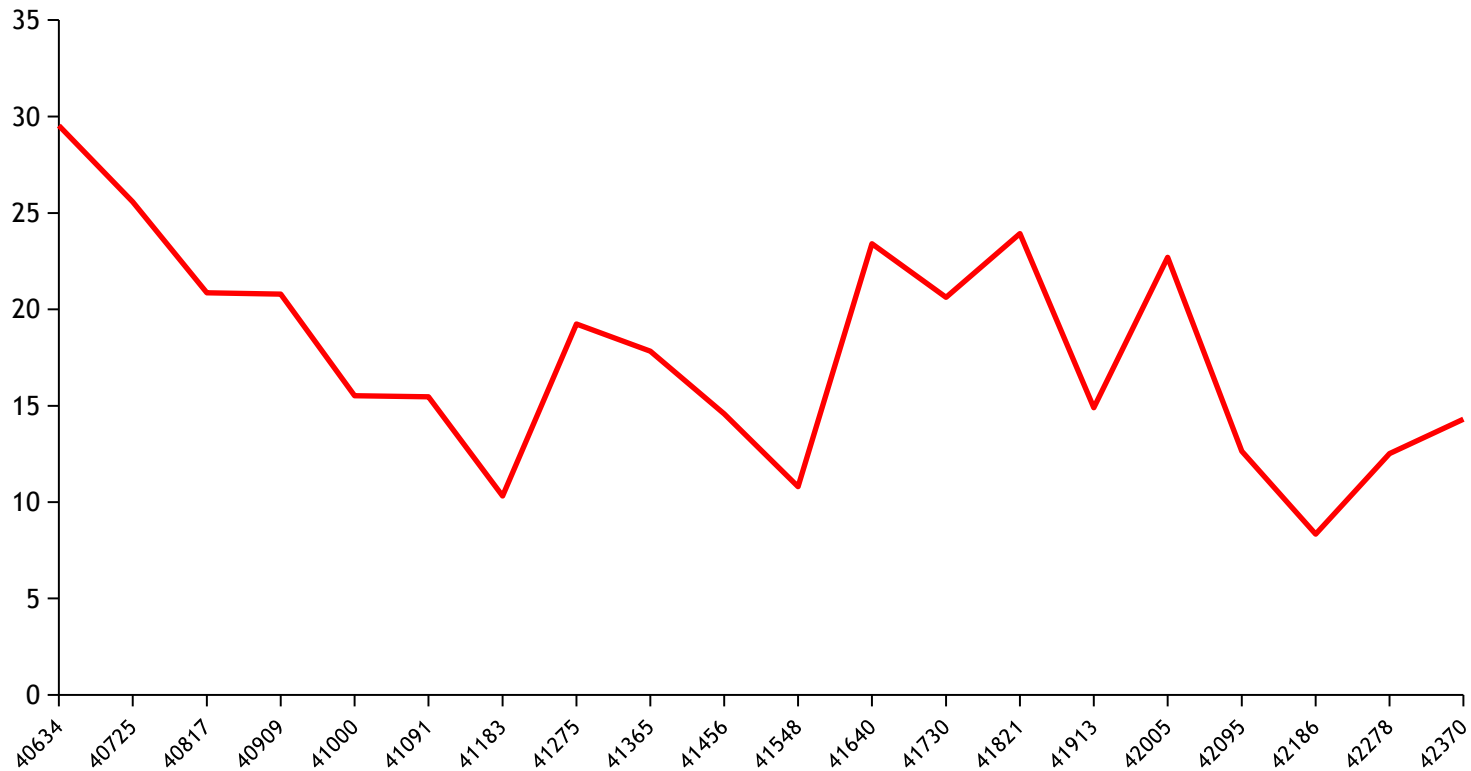
---

Erhebungszeitraum Jänner 2016

# Werbeklimaindex Jänner 2016: Methodik

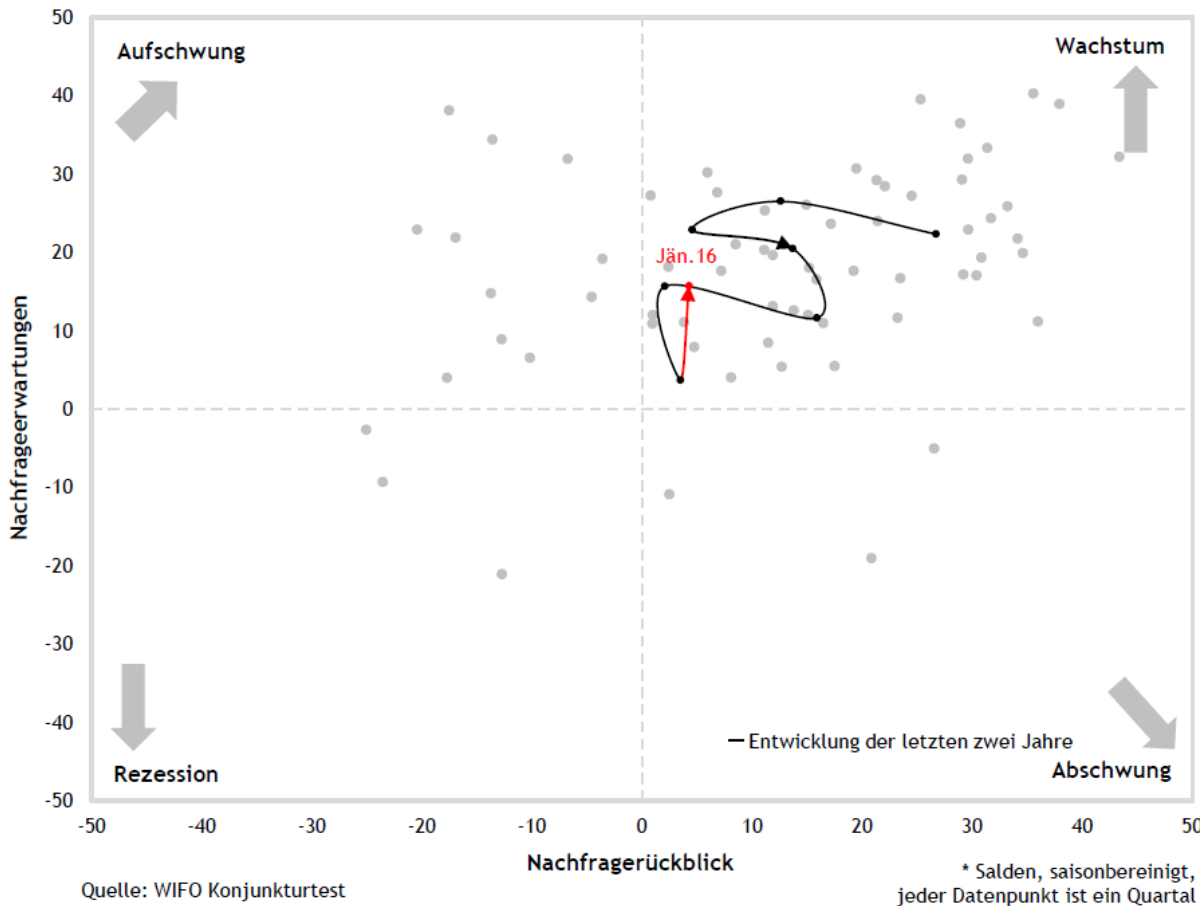
- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 4. Quartal 2015
  - Aktuelle Lage im Jänner 2016
  - Ausblick auf die kommenden 6 Monate
- Simple Prinzip zur Analyse:
  - Salden: Anteil positiver Antworten minus Anteil negativer Antworten
- Werte  $> 0$   $\Rightarrow$  Verbesserung
- Werte  $= 0$   $\Rightarrow$  Stagnation
- Werte  $< 0$   $\Rightarrow$  Verschlechterung
- Je größer der Abstand von 0, desto deutlicher ist die positive bzw. negative Entwicklung
- Ergebnispräsentation nach monatlichem Wifo-Konjunkturtest
- Stichprobe: 104 Unternehmen mit 2.282 Beschäftigten

# Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

# Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2016



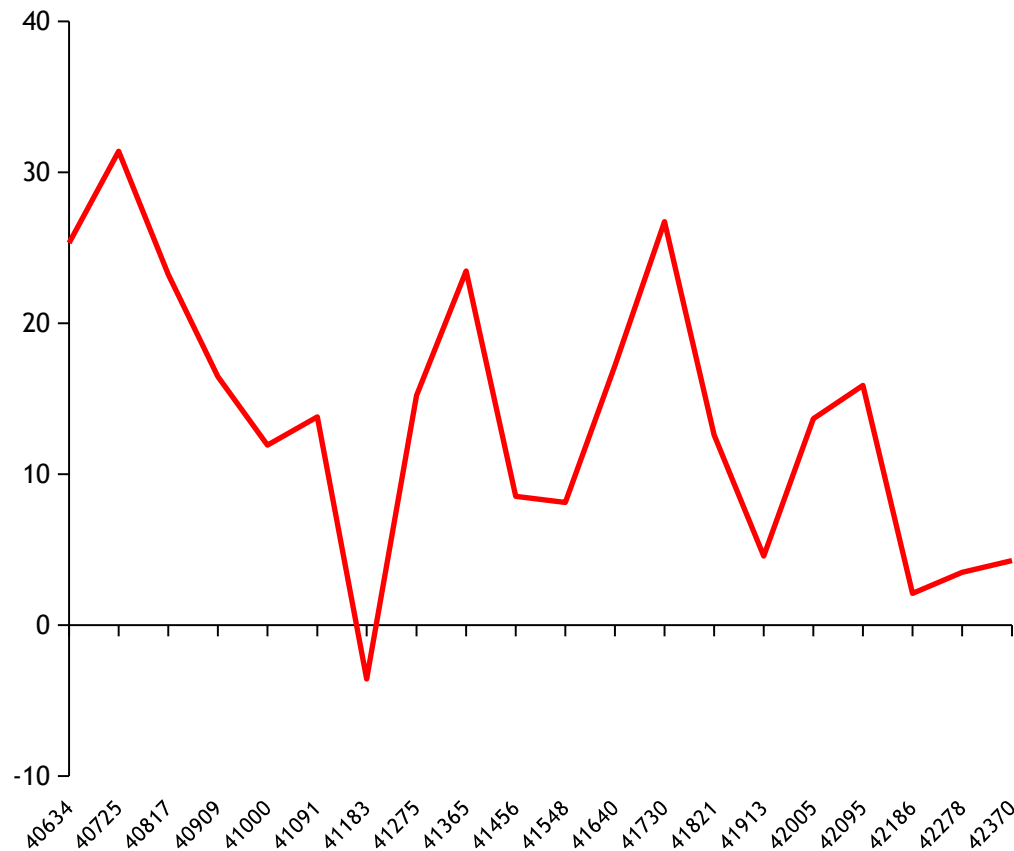
**Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?**  
 Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die 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 Jänner 2016

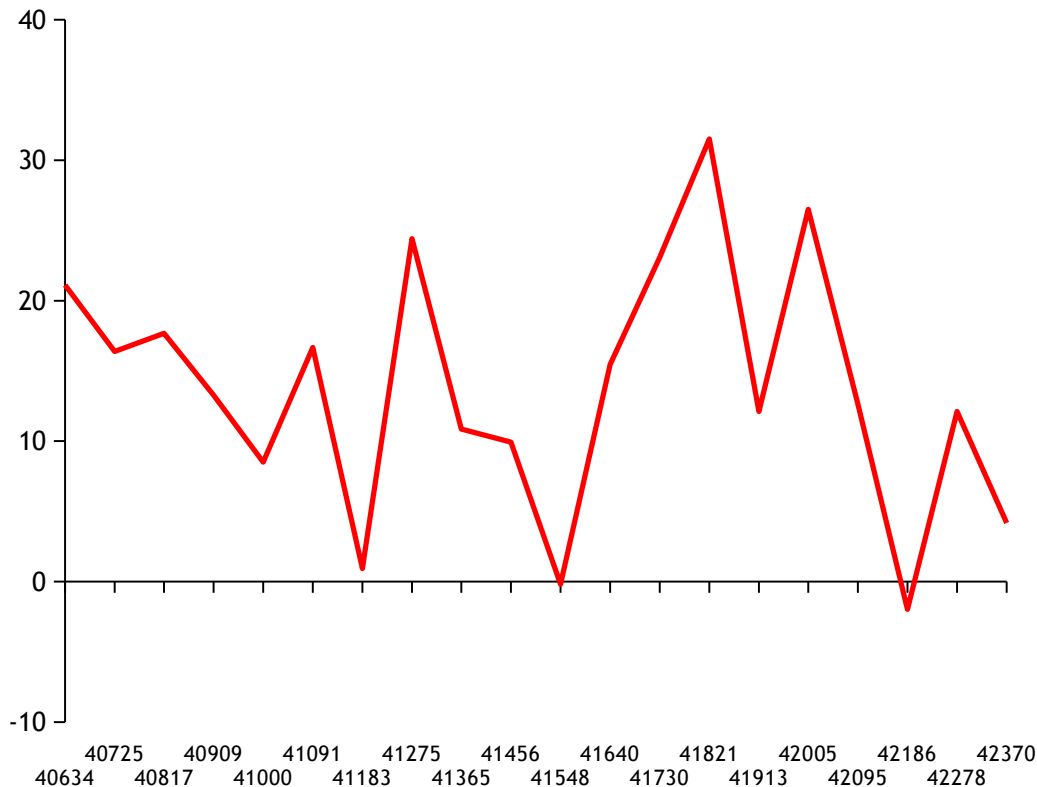
- Heimische Kommunikationswirtschaft wird 2016 nur schwach wachsen
- Werbeklimaindex bleibt mit +14 Punkten im Bereich der letzten Erhebungswelle
- Allgemein mäßige Konjunktur in Österreich bremst die heimische Kommunikationsbranche
- Fragiles wirtschaftliches Umfeld hat auch Auswirkungen auf die Medien- und Kommunikationsbranche
- Österreichische Kommunikations-Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage im Jänner 2016 mit einem Saldo von -8 %-Punkten deutlich negativ
- Die Auftragsbücher sind mittelmäßig gefüllt
- Erwartungen zur Entwicklung von Geschäftslage (+9 Punkte) und der Nachfrage (+16 Punkte) sind aber eher zuversichtlich

# Nachfrage in den letzten drei Monaten



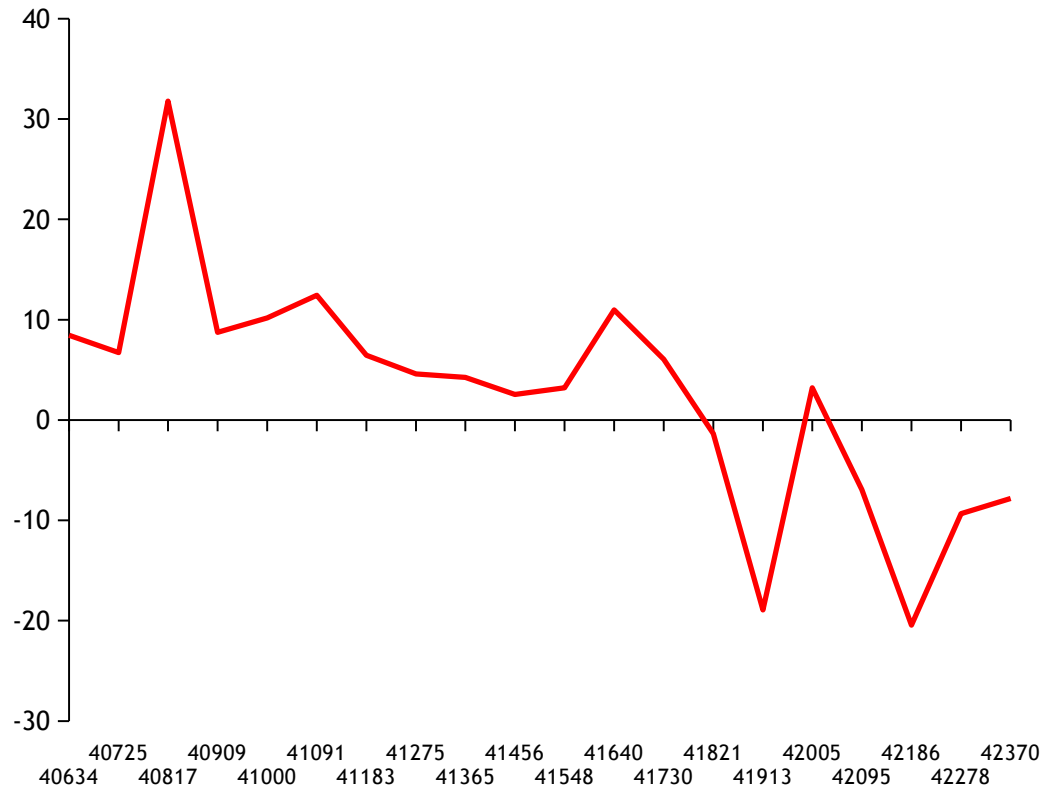
- Die Nachfrageentwicklung blieb verhalten
- 25 % der Unternehmen berichten von einer verbesserten Nachfragesituation
- 20 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert

# Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



- Auch die Geschäftslage entwickelte sich zuletzt träge
- 22 % der Unternehmen gaben an, dass sich die Geschäftslage verbessert hat; 18 % sahen sich mit einer Verschlechterung der Geschäftslage konfrontiert
- Dies ergibt einen Saldo von 4 Punkten

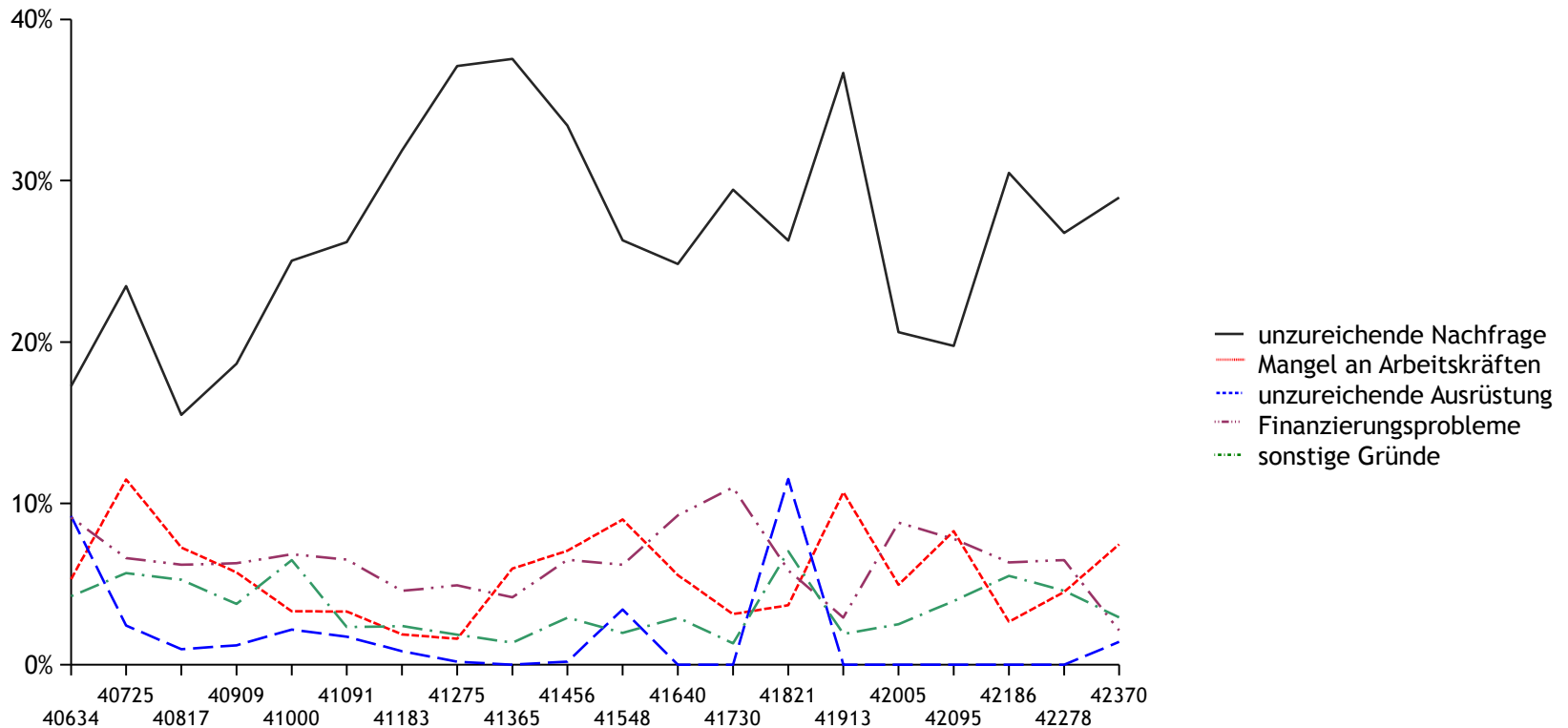
# Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- Die seit Anfang 2014 anhaltende Schwäche setzt sich auch zu Beginn 2016 fort
- Der Saldo liegt bei -8 Punkten
- Zwei Drittel der Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend
- Jeder 5. Unternehmer meldet zu Jahresbeginn eine schlechte Geschäftslage



# Behinderungen der Geschäftstätigkeit

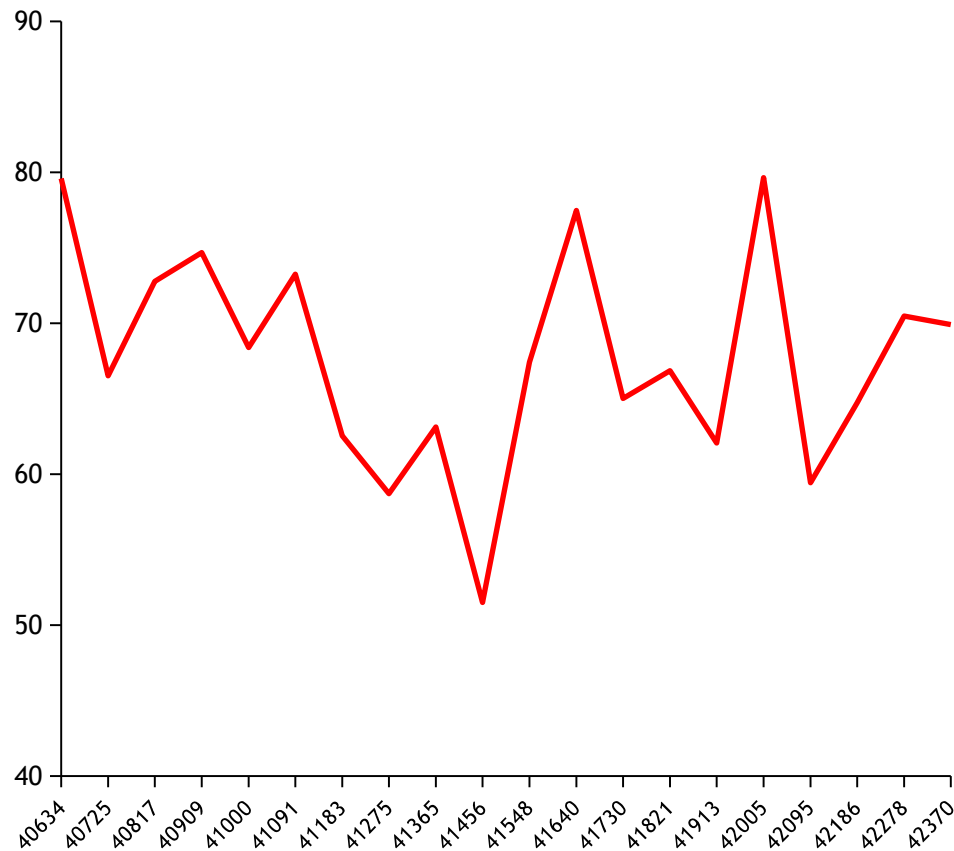


# Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

---

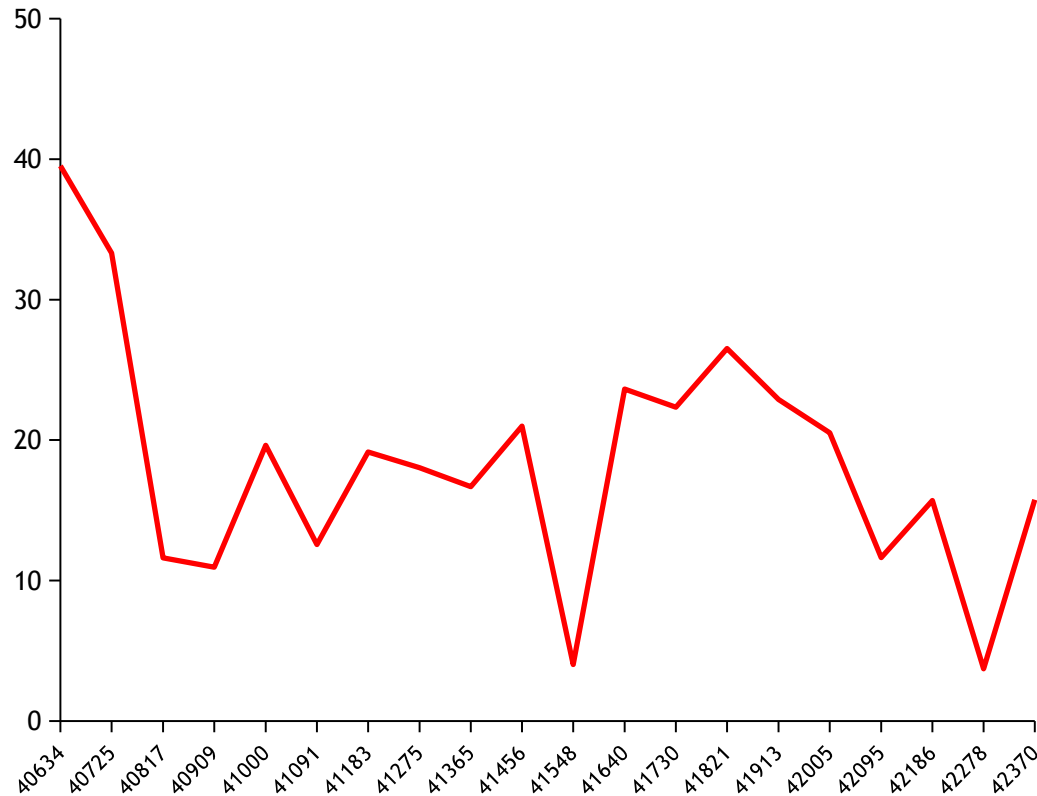
- 29 % melden unzureichende Nachfrage
- 8 % Mangel an Arbeitskräften
- 1 % unzureichende Ausrüstung
- 2 % Finanzierungsprobleme
- 3 % „sonstige Gründe“
  
- 57 % geben an, zur Zeit keine Behinderungen zu erfahren

# Auftragsbestand



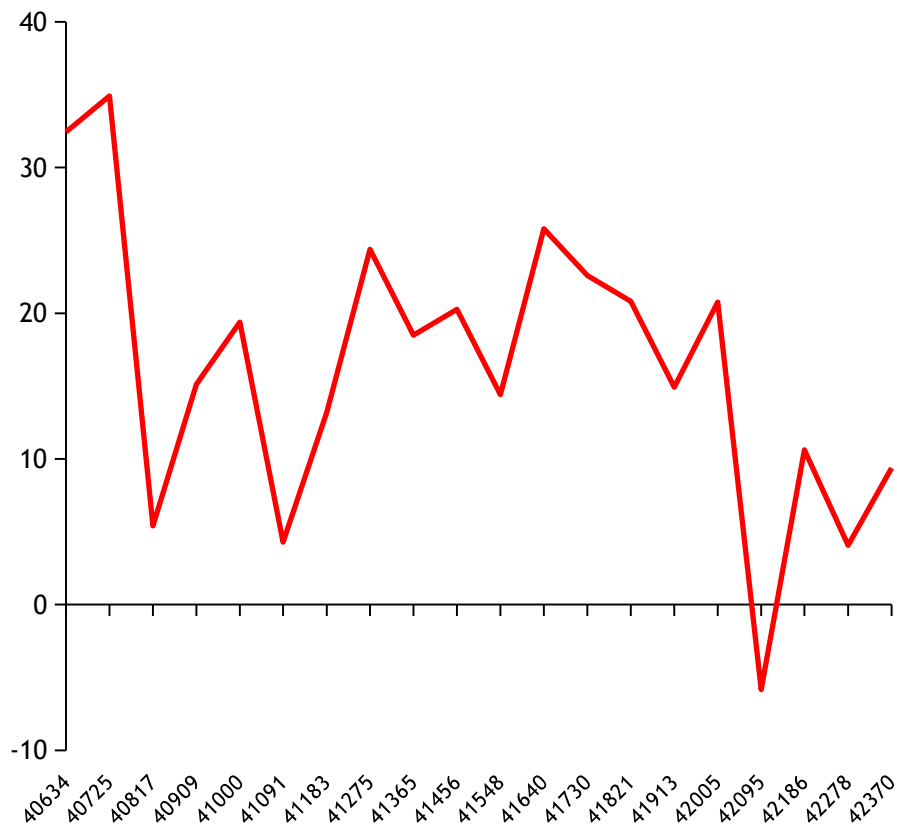
- Die Auftragslage ist praktisch unverändert zum Herbst
- 70 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Jedes Dritte Unternehmen berichtet von zu geringen Auftragsbeständen
- Das Ergebnis liegt im Bereich des Durchschnitts der letzten 5 Jahre (68 Punkte)

# Nachfrageerwartung



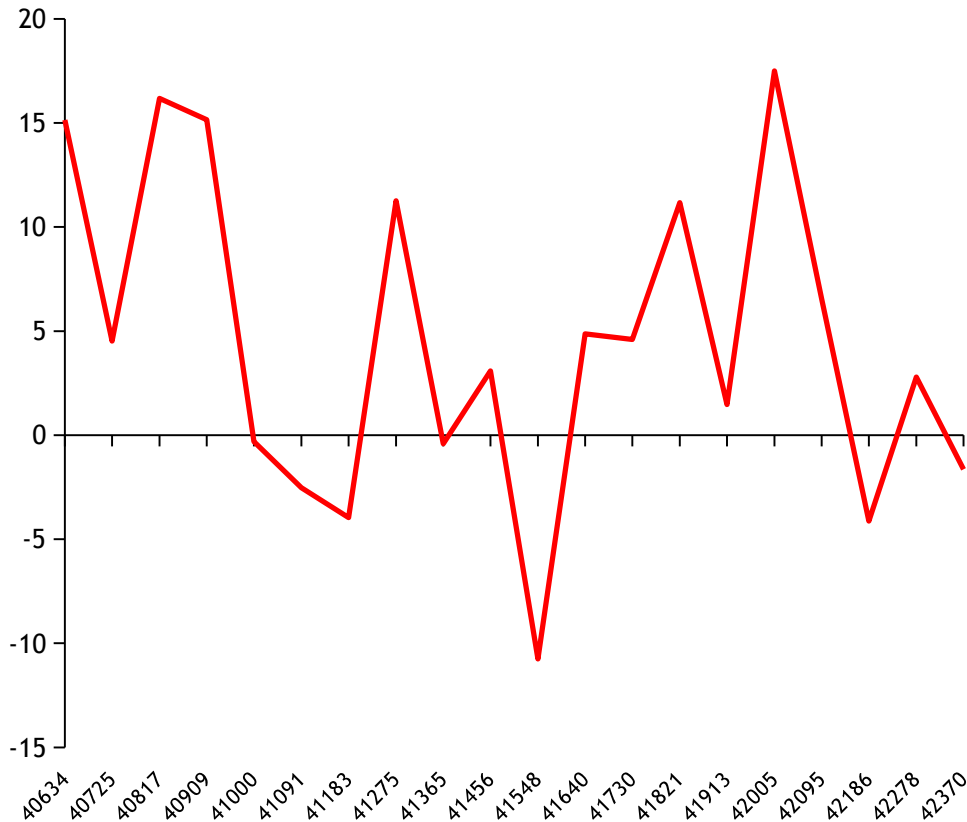
- Unternehmen rechnen per Saldo mit einem Anziehen der Nachfrage
- 69 % erwarten in den nächsten Monaten keine Veränderung
- 23 % gehen von steigender, 7 % von sinkender Nachfrage aus
- Der aktuelle Wert (+16 Punkte) liegt im Bereich des Durchschnitts der letzten 5 Jahre (19 Punkte)

# Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 17 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 8 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Mit +9 Punkten liegt der Saldo damit weiterhin spürbar unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (17 Punkte)
- Die Unternehmen rechnen nur mit einer zaghaften Entwicklung

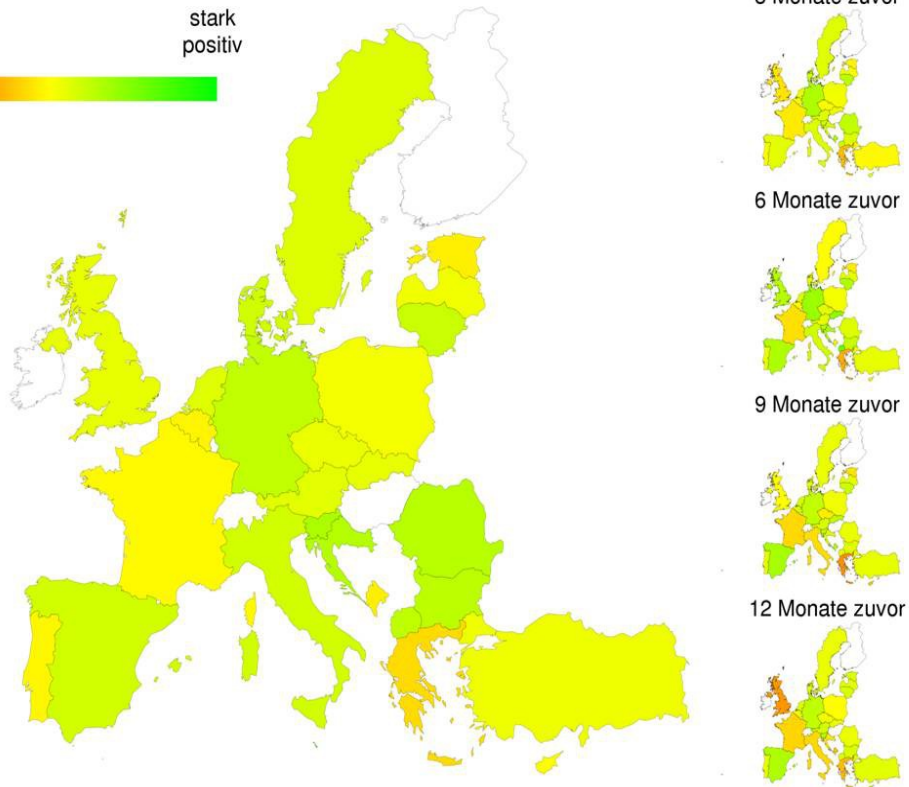
# Beschäftigungserwartung



- Auch die Werbung und Marktkommunikation kann sich der allgemeinen skeptischen Konjunktureinschätzung nicht entziehen
- 13 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- 15 % rechnen damit, Mitarbeiter abbauen zu müssen

# EU Vertrauensindikator Werbung Jänner 2016

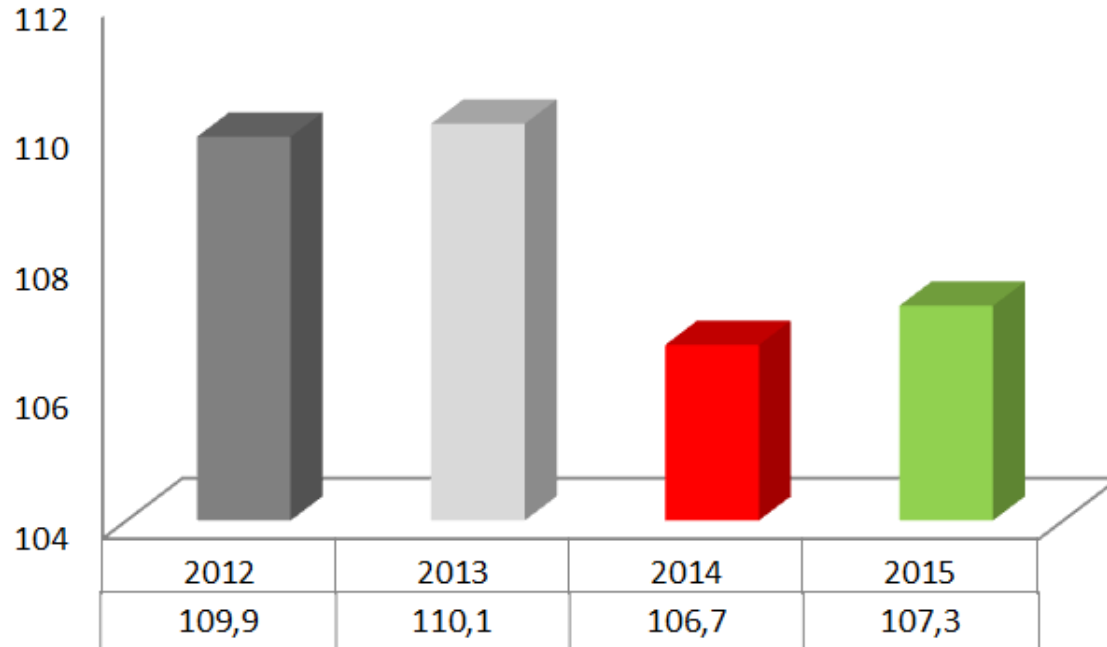
stark negativ      stark positiv



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

- Die Werbekonjunktur im Euro-Raum bleibt weitgehend stabil
- Deutsche Werbewirtschaft bleibt sehr optimistisch
- Konjunktur in Mittel und Ost-Europa noch positiv
- Frankreich, Portugal bleiben weiterhin schwach
- Griechenland bleibt weiterhin in der Krise

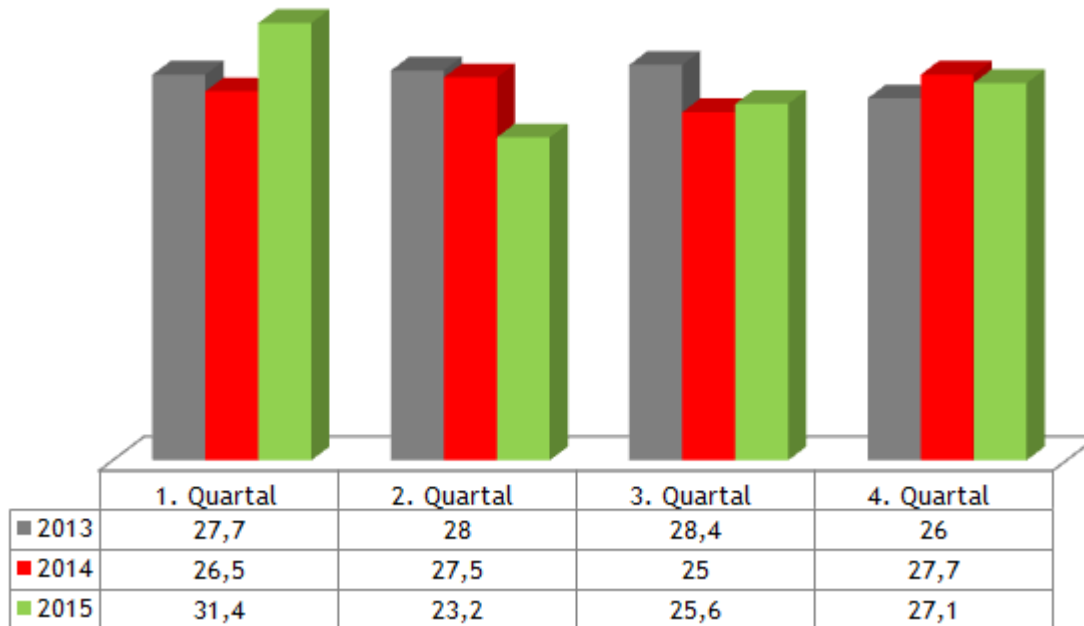
# Werbeabgabe: Jahresvergleich 2012 bis 2015



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

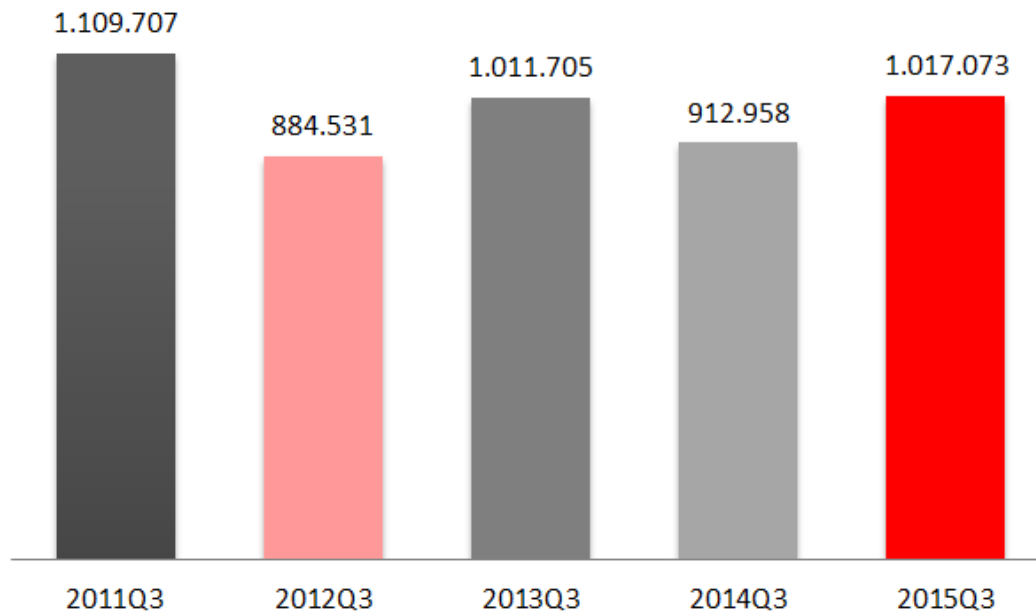


# Werbeabgabe: Vergleich Quartale 2013 bis 2015



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

# Vergleich Q 3 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>