



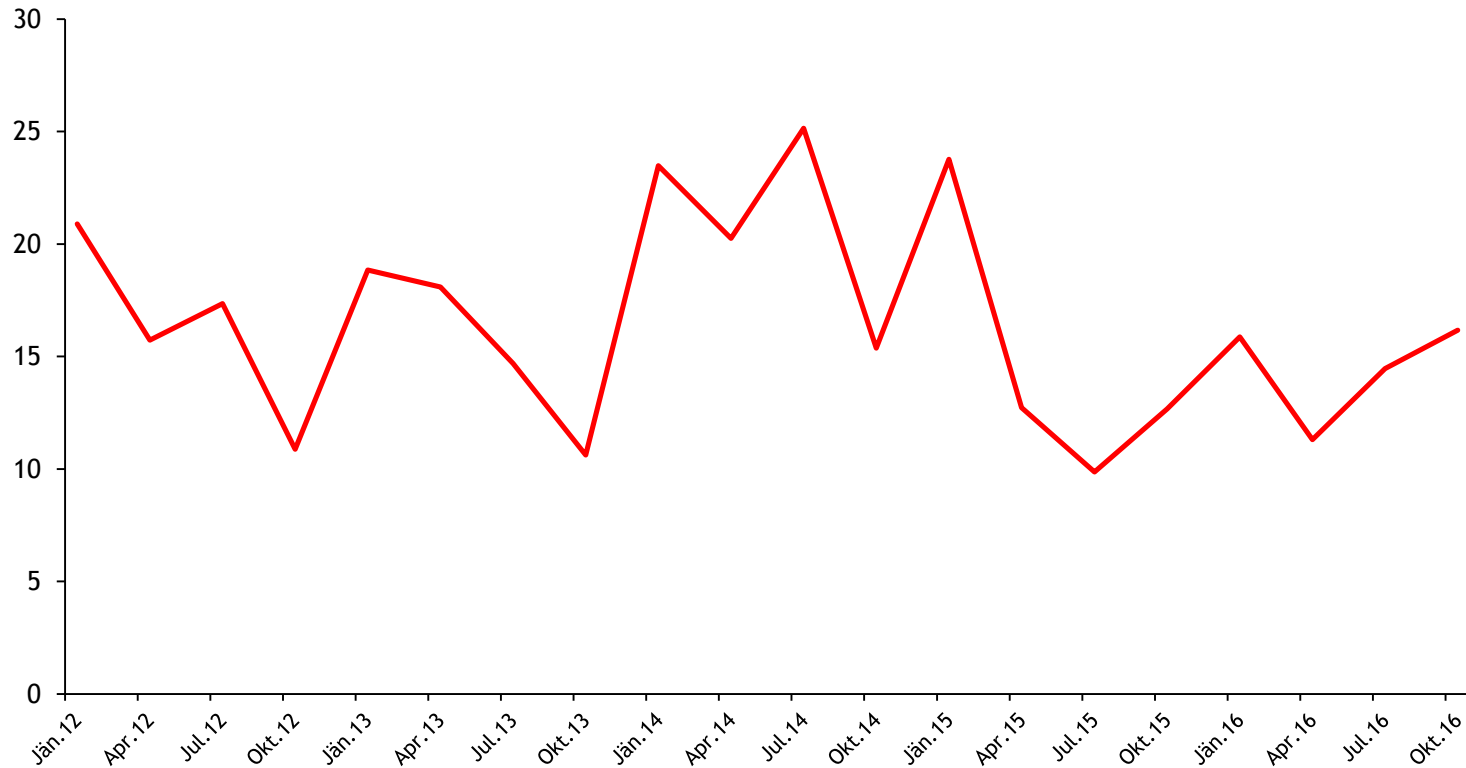
WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Oktober 2016

Werbeklimaindex Oktober 2016: Methodik

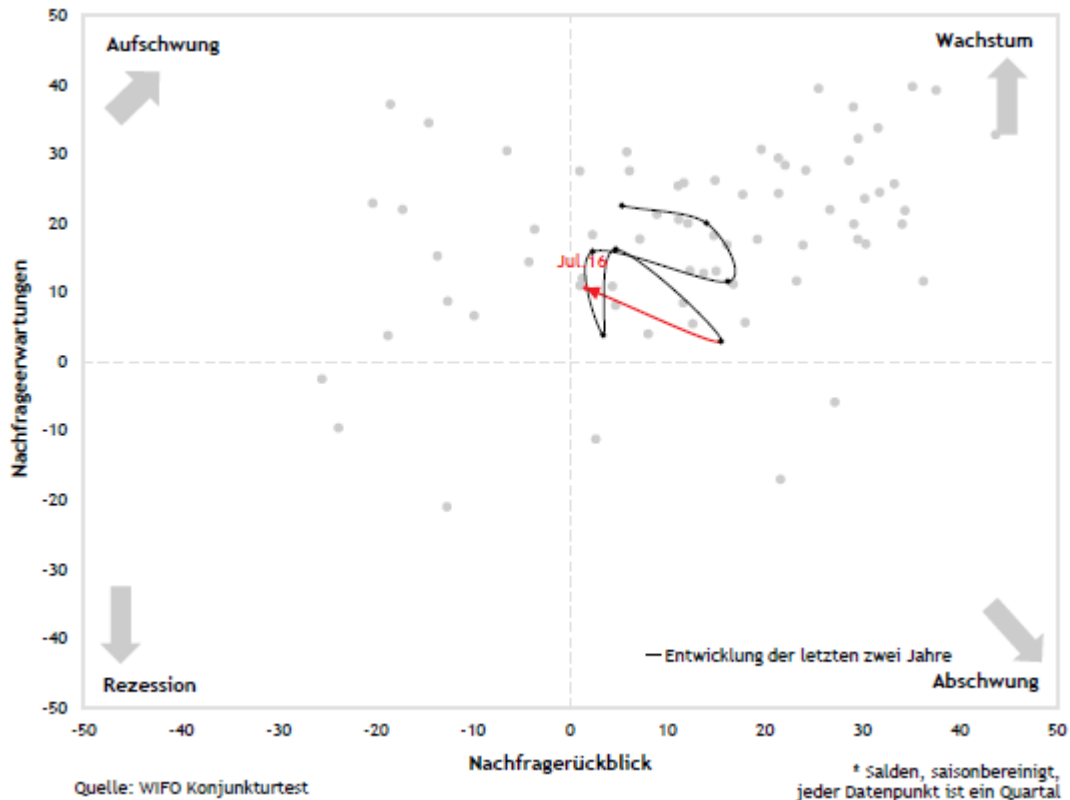
- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 3. Quartal 2016
 - Aktuelle Lage im Oktober 2016
 - Ausblick auf die kommenden 6 Monate
- Simple Prinzip zur Analyse:
 - Salden: Anteil positiver Antworten minus Anteil negativer Antworten
- Werte > 0 → Verbesserung
- Werte $= 0$ → Stagnation
- Werte < 0 → Verschlechterung
- Je größer der Abstand von 0, desto deutlicher ist die positive bzw. negative Entwicklung
- Ergebnispräsentation nach monatlichem Wifo-Konjunkturtest
- Stichprobe: 102 Unternehmen mit 1.819 Beschäftigten

Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2016



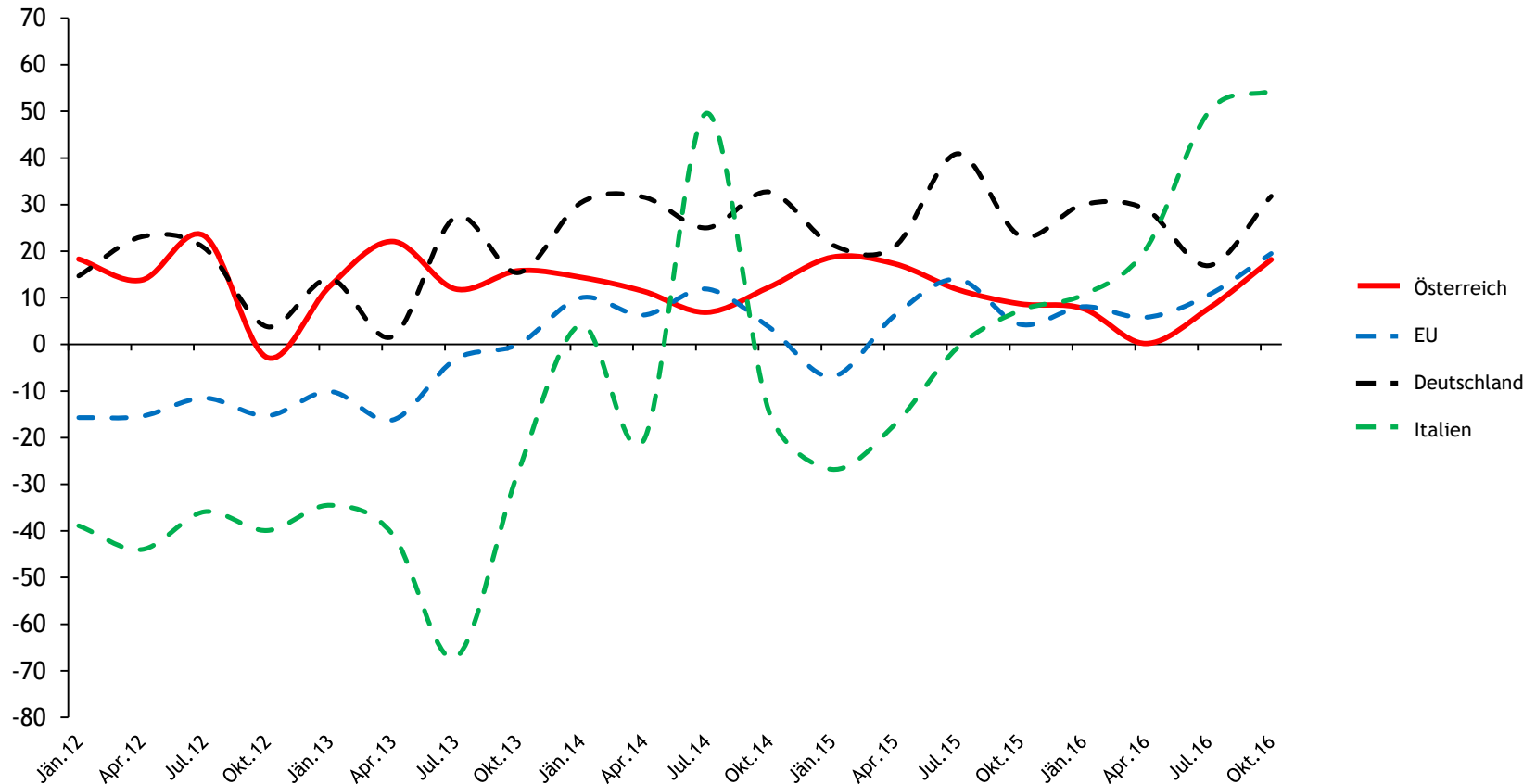
Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen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

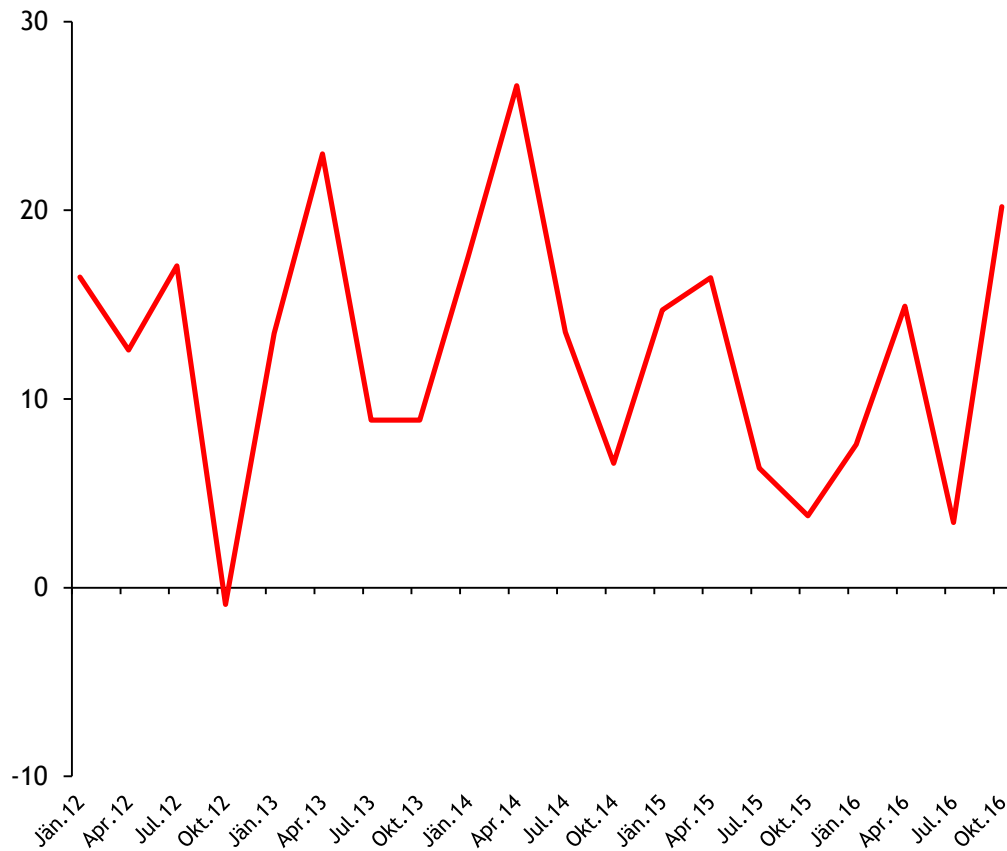
- Der Werbeklimaindex steigt auf +16 Punkte
- Die allgemeine Stimmung ist positiver und zeigt leicht nach oben
- Die Geschäftslage hat sich in den letzten 3 Monaten gut entwickelt
- Die Auftragslage bleibt praktisch unverändert; 71 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Unternehmer rechnen insgesamt mit einem leichten Anstieg bei der Nachfrageentwicklung; der Saldo liegt bei +13 Punkten
- In den kommenden 6 Monaten rechnen 13 % der Unternehmen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 7 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Das insgesamt positive Ergebnis wird leider bei der Beschäftigungserwartung durchbrochen. Der Saldo liegt bei minus 5 Punkten, was eine negative Entwicklung bedeutet

Nachfrage in den letzten drei Monaten



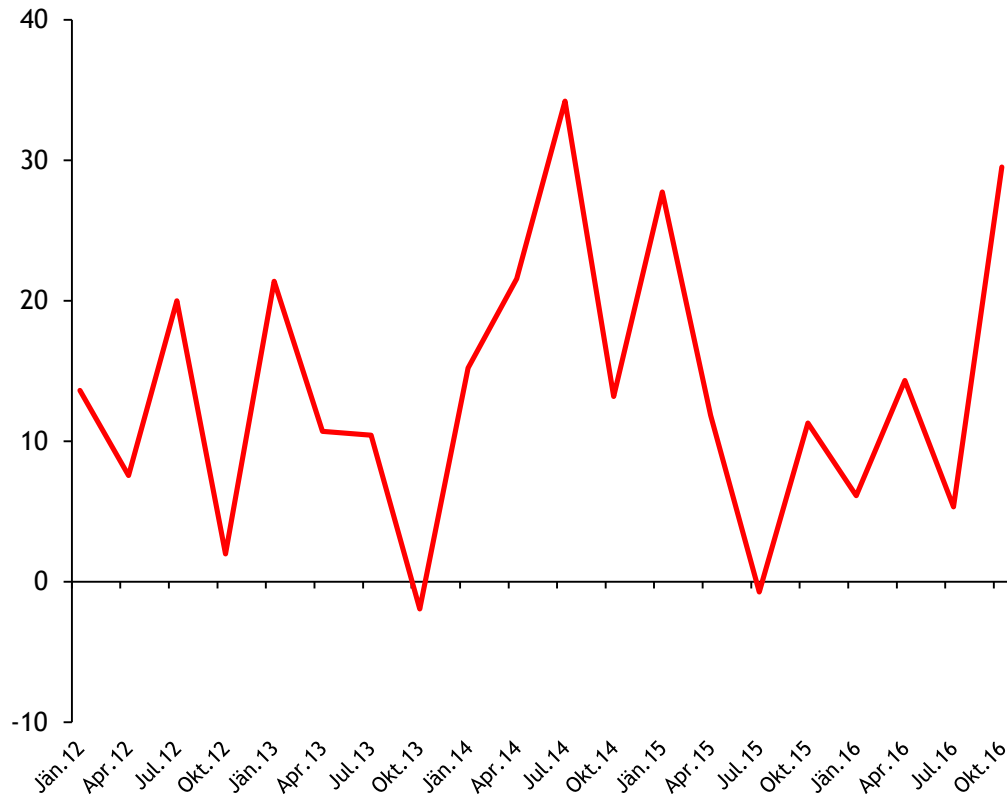
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

Nachfrage in den letzten drei Monaten



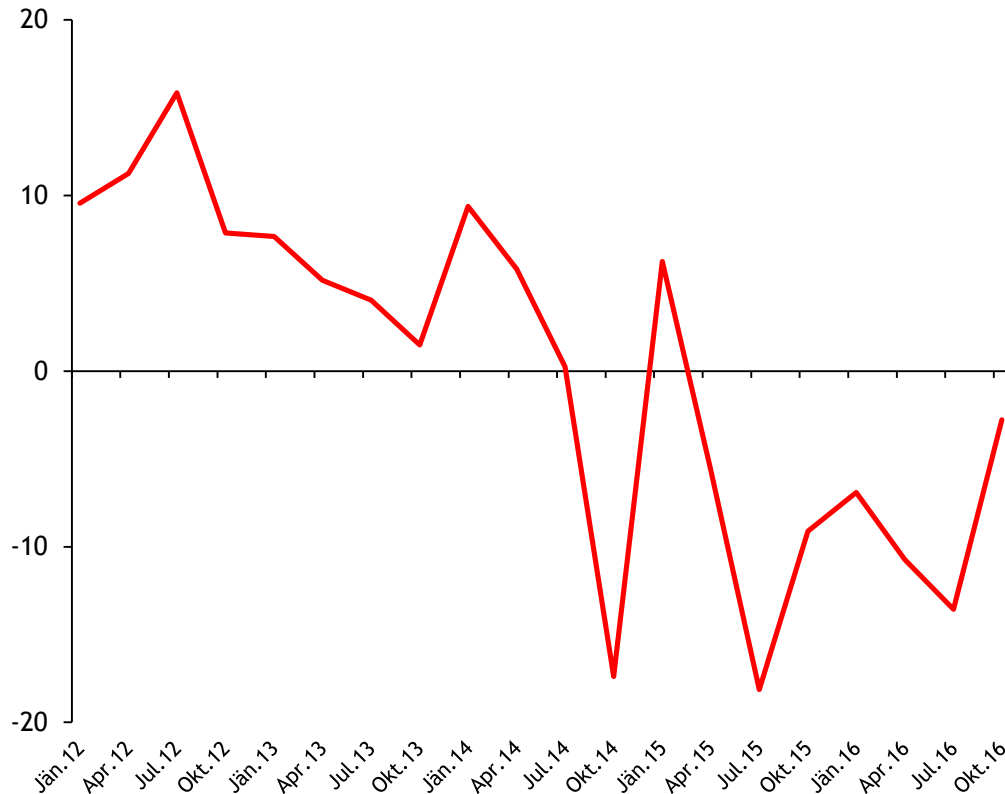
- Die Nachfrage ist im 3. Quartal wieder gestiegen
- 29 % der Unternehmen berichten von einer sich verbessernden Nachfragesituation
- 9 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Damit liegt dieser Wert bei 20 Punkten
- Im Europa-Vergleich nähert sich Österreich dem EU Schnitt, liegt aber weiter hinter Deutschland und Italien

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



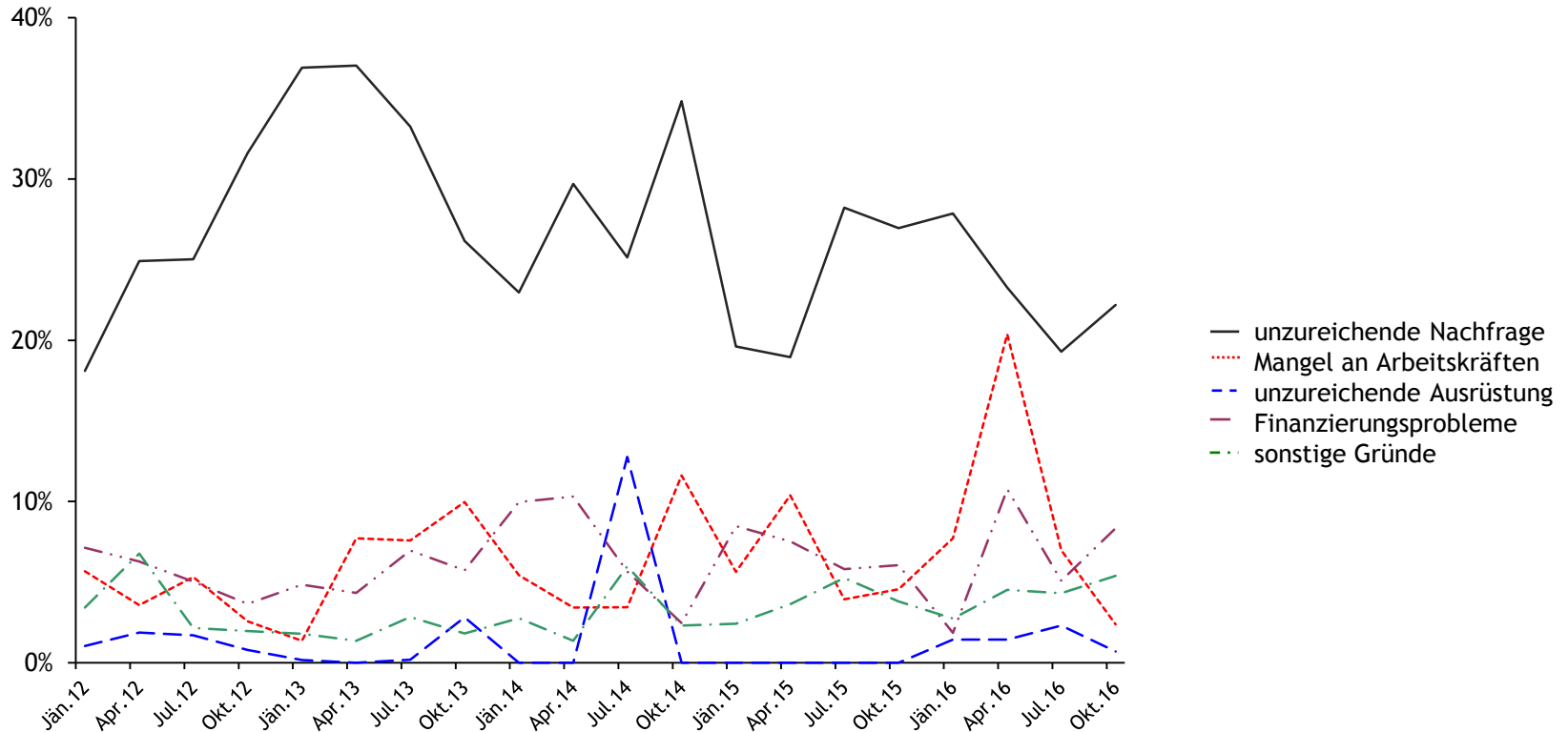
- Auch die Geschäftslage hat sich in den letzten 3 Monaten gut entwickelt
- Der Saldo liegt bei 30 Punkten
- 37 % der Unternehmen gaben an, dass sich ihre Geschäftslage verbessert hat
- 7 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- 8 % der Befragten berichten über eine gute Geschäftslage;
- 11 % der Unternehmer melden im Oktober 2016 eine schlechte Geschäftslage
- Trotz Aufschwungs liegt der Saldo immer noch im Negativen (-3 Punkte)
- 80 % der Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend

Behinderungen der Geschäftstätigkeit

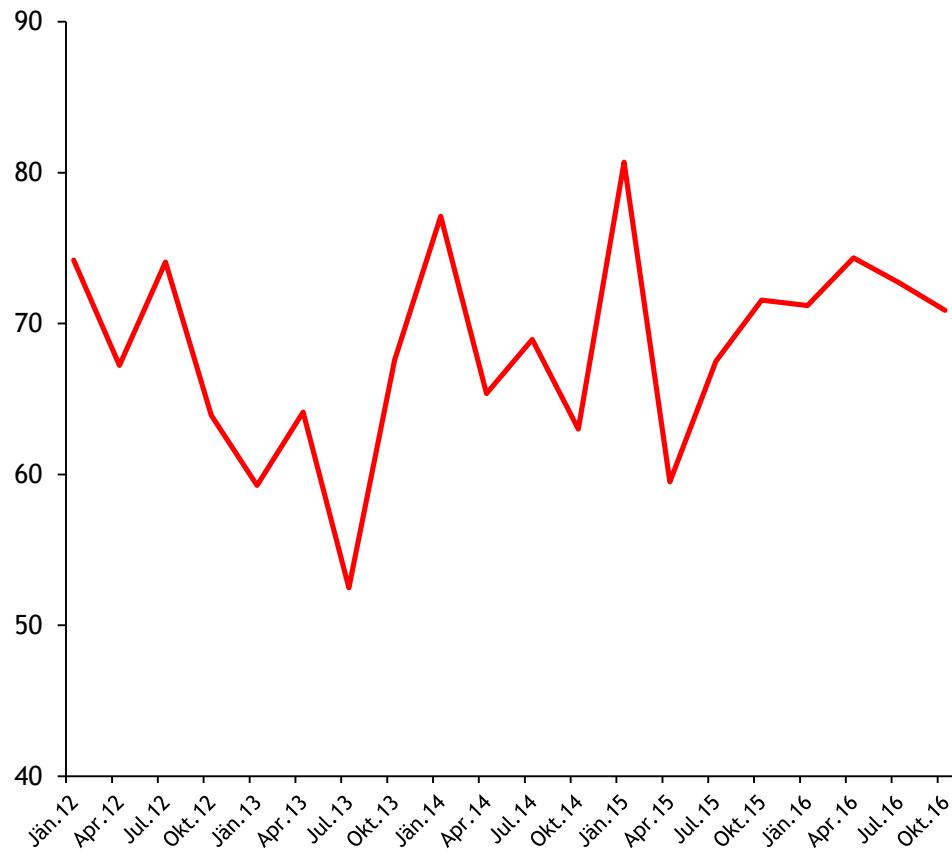


Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

61 % geben an, zur Zeit keine Behinderungen zu erfahren

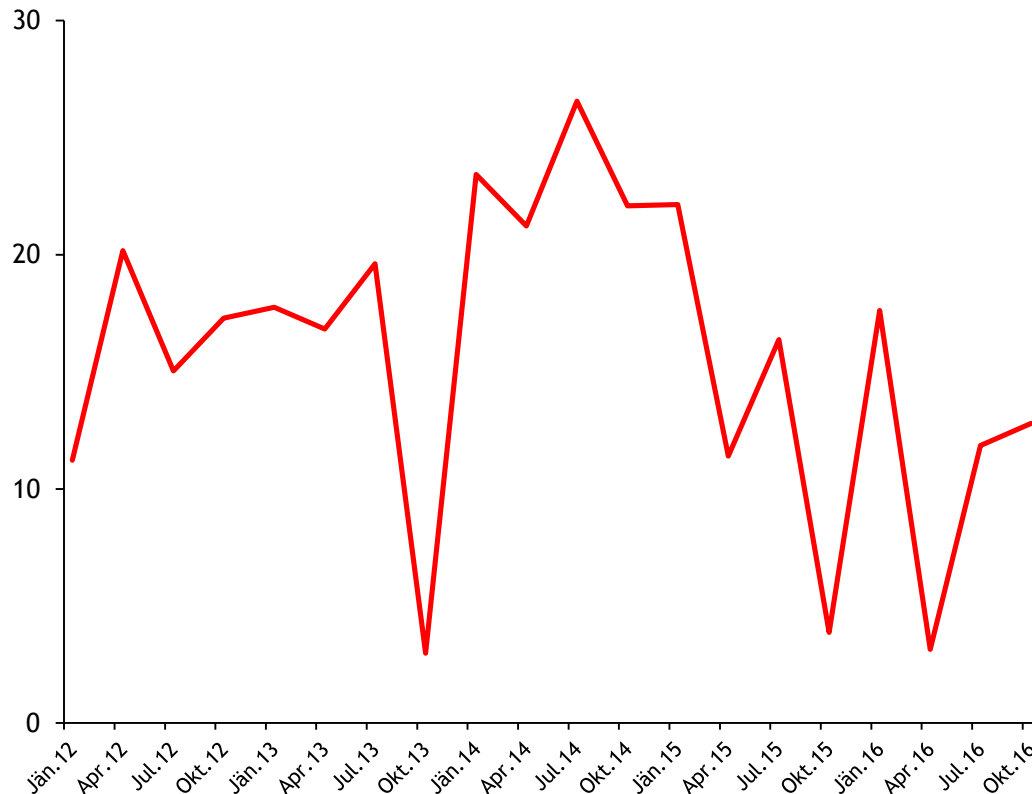
- 22 % melden unzureichende Nachfrage
- 2 % Mangel an Arbeitskräften
- 8 % Finanzierungsprobleme
- 5 % „sonstige Gründe“
- 1 % unzureichende Ausrüstung

Auftragsbestand



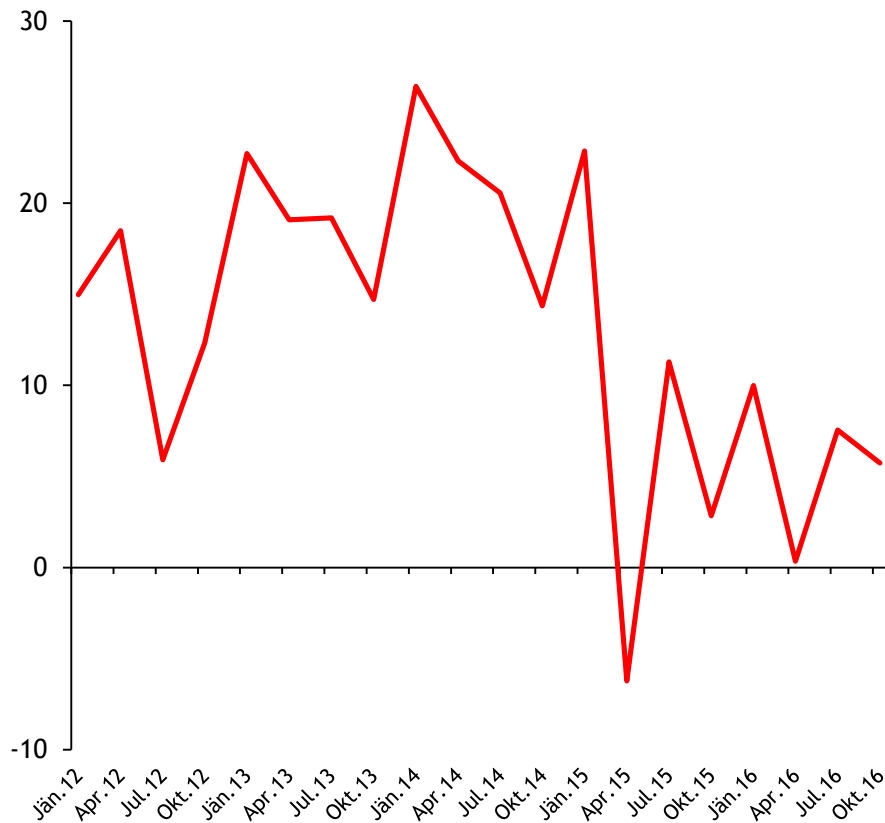
- Die Auftragslage bleibt praktisch unverändert
- 71 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Dieser Wert liegt im Bereich des Durchschnitts der letzten 5 Jahre (68 %)
- Ein Drittel der Unternehmer berichten von zu geringen Auftragsbeständen

Nachfrageerwartung



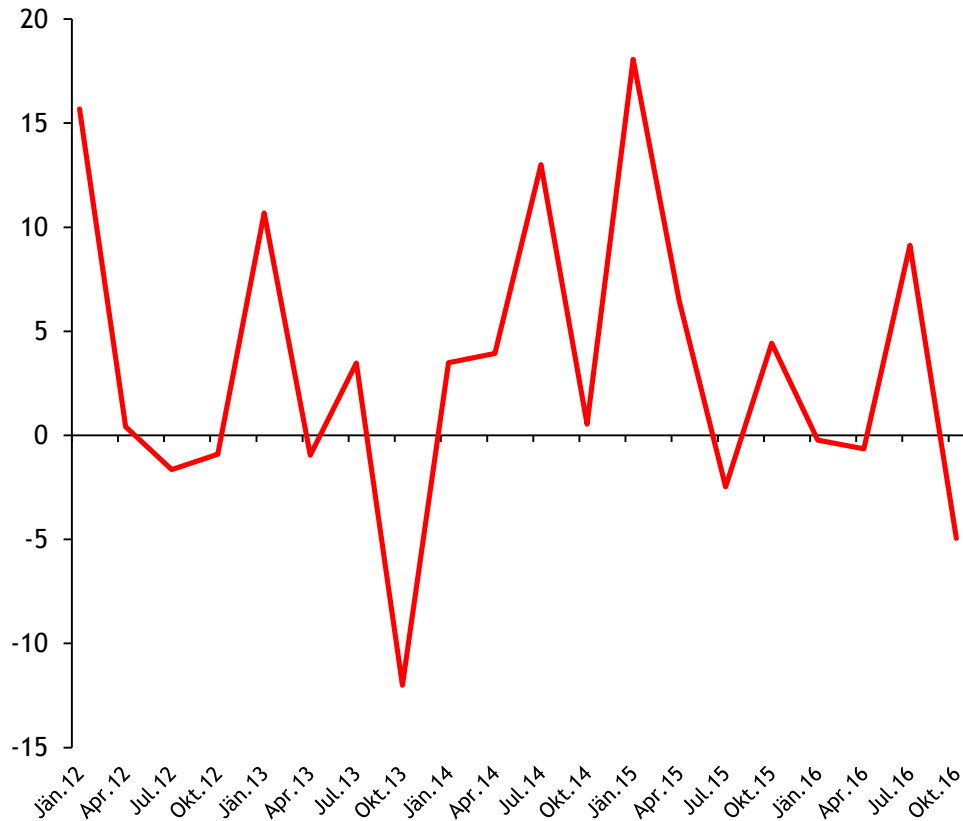
- Unternehmer rechnen insgesamt mit einem leichten Anstieg bei der Nachfrageentwicklung; der Saldo liegt bei +13 Punkten
- Zwei Drittel der Unternehmer erwarten in den nächsten Monaten keine Veränderung
- 21 % gehen von steigender, 8 % von einer sinkenden Nachfrage aus

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 13 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 7 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Dieser Saldo von +6 Punkten liegt weiter unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (+13 Punkte)
- Das Ergebnis insgesamt ist aber positiv

Beschäftigungserwartung

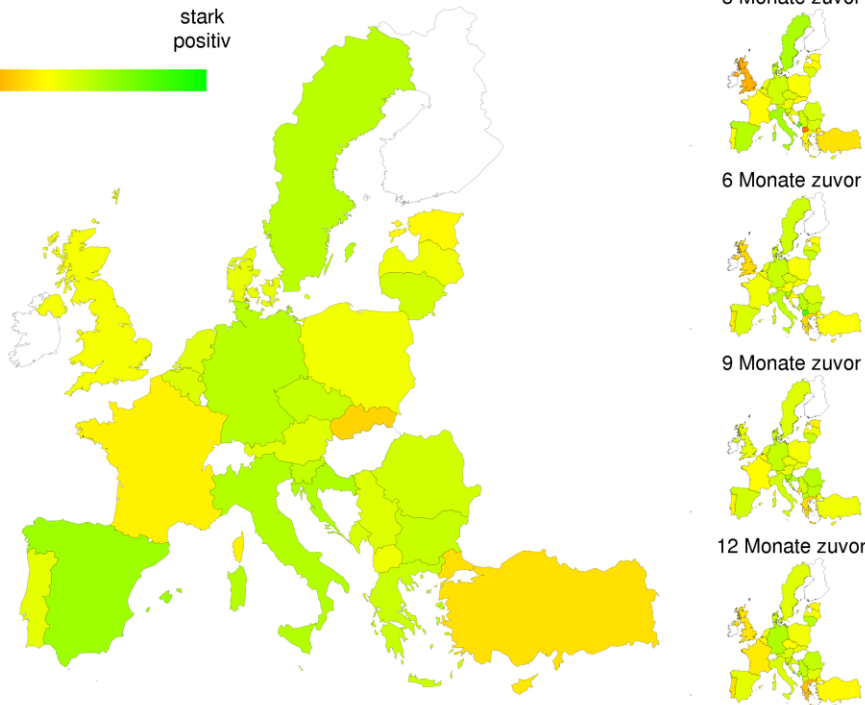


- 8 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- 13 % rechnen damit, Mitarbeiter abbauen zu müssen
- Damit liegt der Saldo bei minus 5 Punkten, was einen negativen Ausblick bedeutet

EU Vertrauensindikator Werbung Oktober 2016

Vertrauensindikator Werbung - Oktober 2016

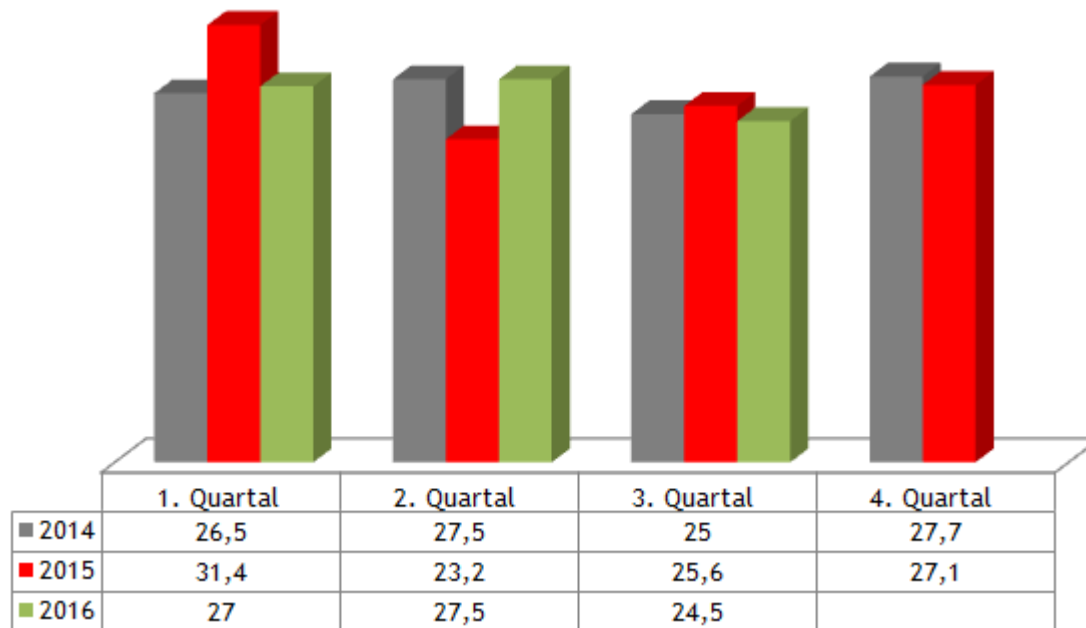
stark negativ █ █ █ █ █ stark positiv



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

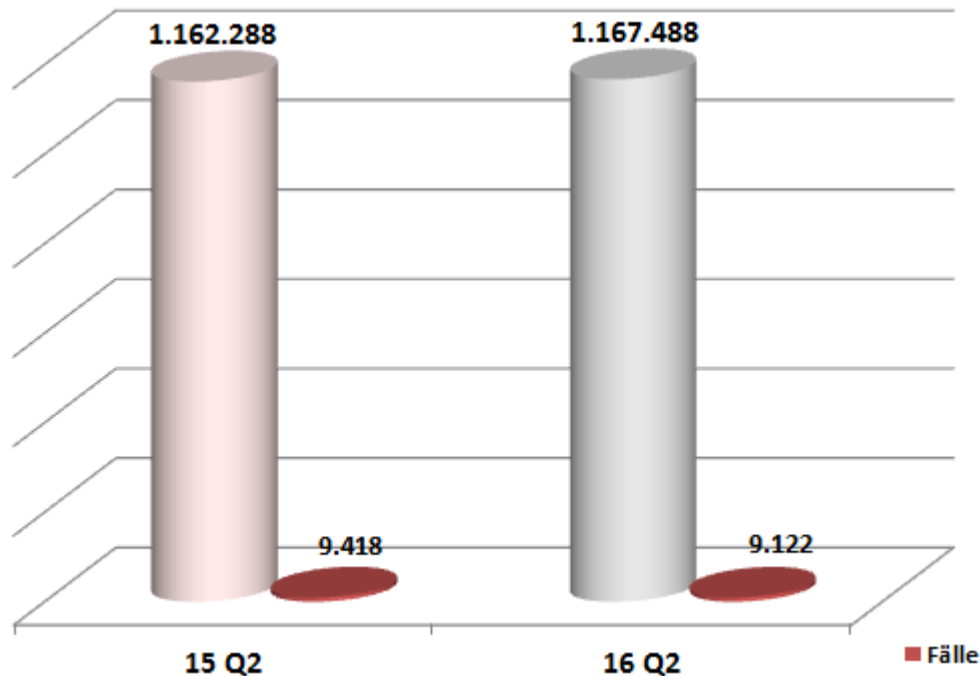
- Die Werbekonjunktur im Euro-Raum bleibt weitgehend stabil
- Deutsche Werbewirtschaft bleibt sehr optimistisch
- Konjunktur in Mittel- und Ost-Europa noch positiv
- Portugal hat sich verbessert
- Spanien bleibt weiter sehr positiv
- Frankreich stagniert
- Griechenland erholt sich langsam
- UK kommt wieder in Fahrt
- Italien bleibt weiter auf der Überholspur

Werbeabgabe: Vergleich Quartale 2014 bis 2016



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

Vergleich Q 2 steuerpflichtige Umsätze in absoluten Zahlen 2015/2016



Quelle: Statistik Austria, eigene Darstellung
Beträge in 1.000 Euro

- Im 2. Q 2016 gaben 9.122 Unternehmen mind. eine Umsatzsteuer-voranmeldung ab
- 2015 waren es 9.418 Fälle
- Der steuerpflichtige Umsatz lag im 2. Q 2015 bei 1,162 Mrd. Euro
- Im 2. Q 2016 lag der Umsatz bei 1,167 Mrd. Euro; damit war er um 5,2 Mio. Euro (trotz niedrigerer Fallzahl) höher als im Vorjahresquartal

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

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