



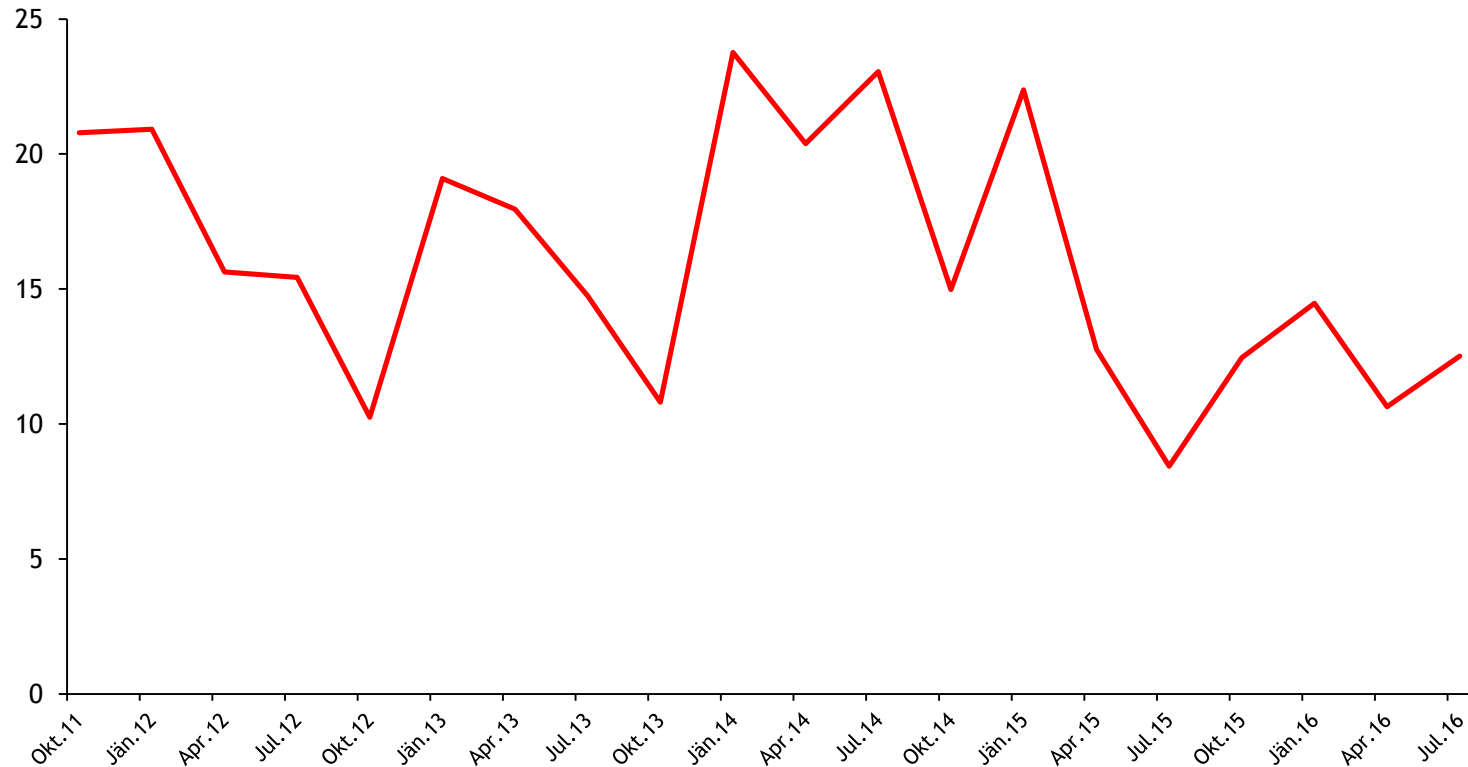
WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Juli 2016

Werbeklimaindex Juli 2016: Methodik

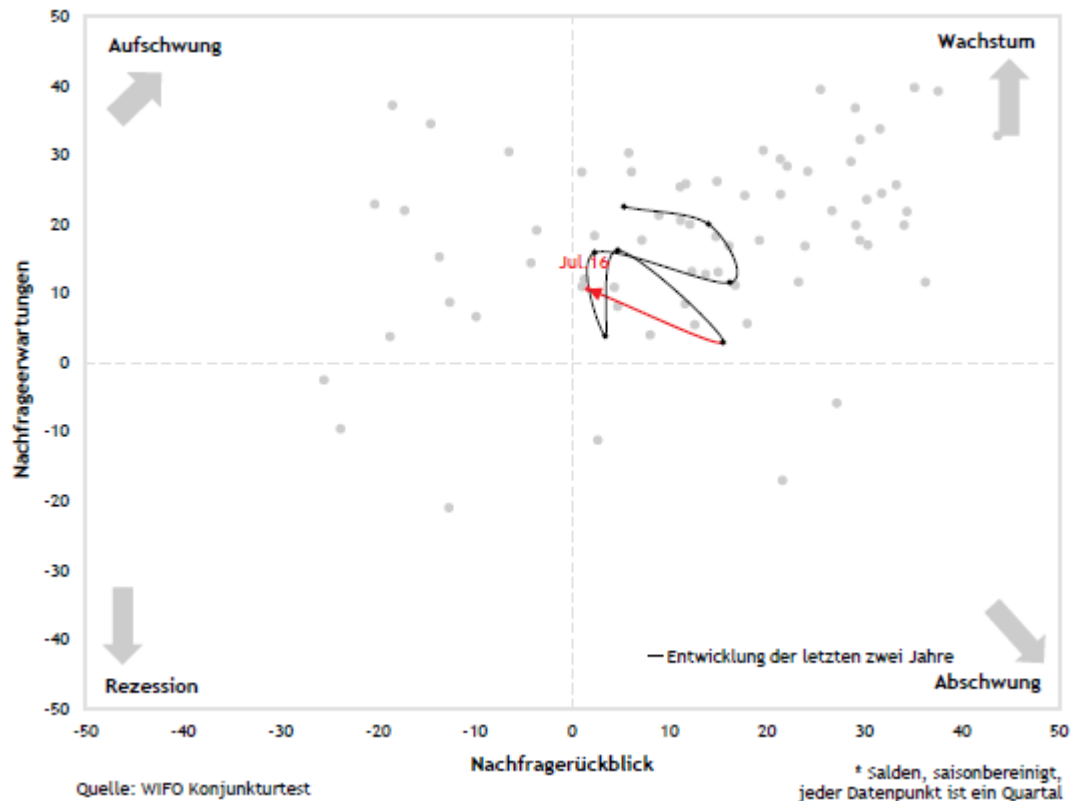
- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 2. Quartal 2016
 - Aktuelle Lage im Juli 2016
 - Ausblick auf die kommenden 6 Monate
- Simple Prinzip zur Analyse:
 - Salden: Anteil positiver Antworten minus Anteil negativer Antworten
- Werte > 0 → Verbesserung
- Werte $= 0$ → Stagnation
- Werte < 0 → Verschlechterung
- Je größer der Abstand von 0, desto deutlicher ist die positive bzw. negative Entwicklung
- Ergebnispräsentation nach monatlichem Wifo-Konjunkturtest
- Stichprobe: 105 Unternehmen mit 1.864 Beschäftigten

Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2016



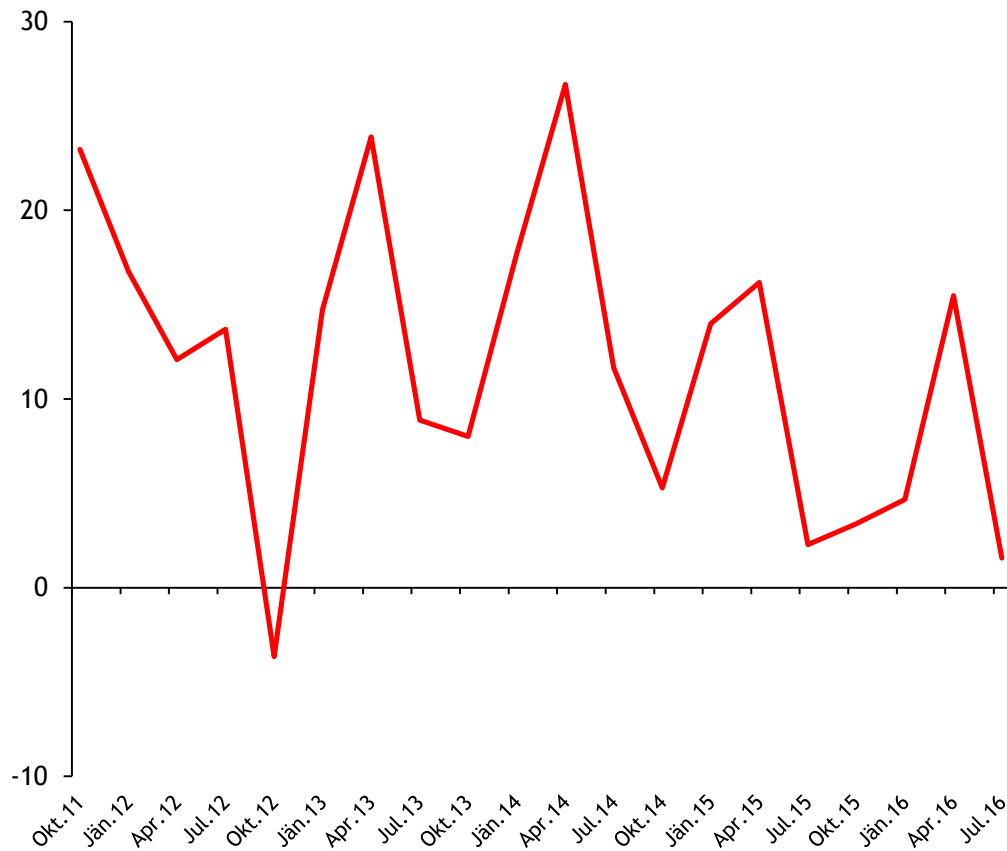
Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen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

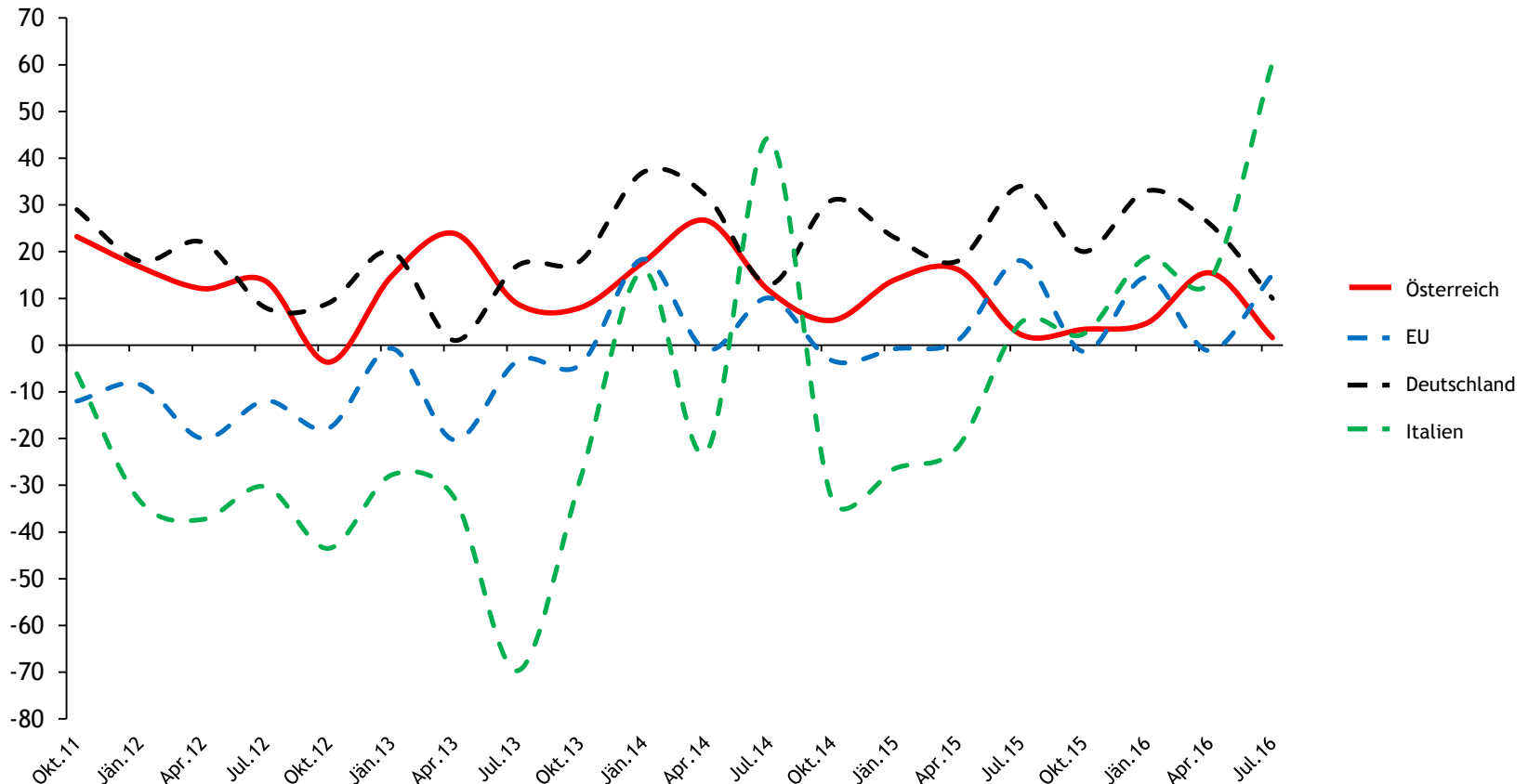
- Der Werbeklimaindex hält mit einem Wert von +13 Punkten das Niveau der Vorquartale
- Die allgemeine Stimmung ist jedoch nach wie vor verhalten
- Die Indikatoren geben weiterhin keine nennenswerten Hinweise auf eine Konjunkturbelebung in der Werbung und Marktkommunikation
- Geringes Wachstum im 2. Quartal bei Geschäftslage (+ 4 Punkte) und Nachfrage (+ 2 Punkte)
- Österreichische Kommunikationsunternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage im Juli 2016 mit einem Saldo von -15 %-Punkten deutlich negativ
- Die Auftragsbücher sind mittelmäßig gefüllt
- Befragte Unternehmer sind für das 3. und 4. Quartal optimistischer
- Erwartungen zur Entwicklung von Geschäftslage (+6 Punkte) und der Nachfrage (+11 Punkte) werden günstiger beurteilt
- Ausweitung der Konsum- und Investitionsnachfrage sowie die Erholung der internationalen Konjunktur lassen eine Aufwärtsbewegung der Werbekonjunktur für 2017 erwarten

Nachfrage in den letzten drei Monaten



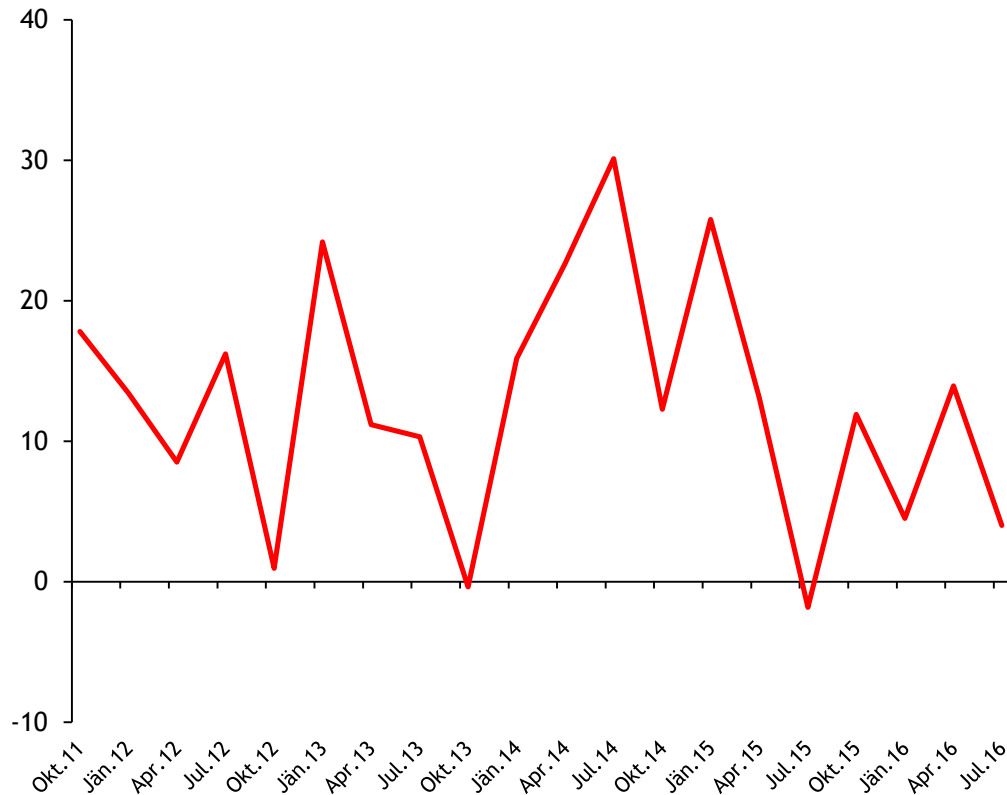
- Die Nachfrage hat im 2. Quartal stagniert
- 18 % der Unternehmen berichten von einer sich verbessernden Nachfragesituation
- 16 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Damit liegt dieser Wert nur mehr knapp im positiven Bereich
- Im Europa-Vergleich liegt Österreich weiter unter dem Durchschnitt und hinter Deutschland und Italien

Nachfrage in den letzten drei Monaten



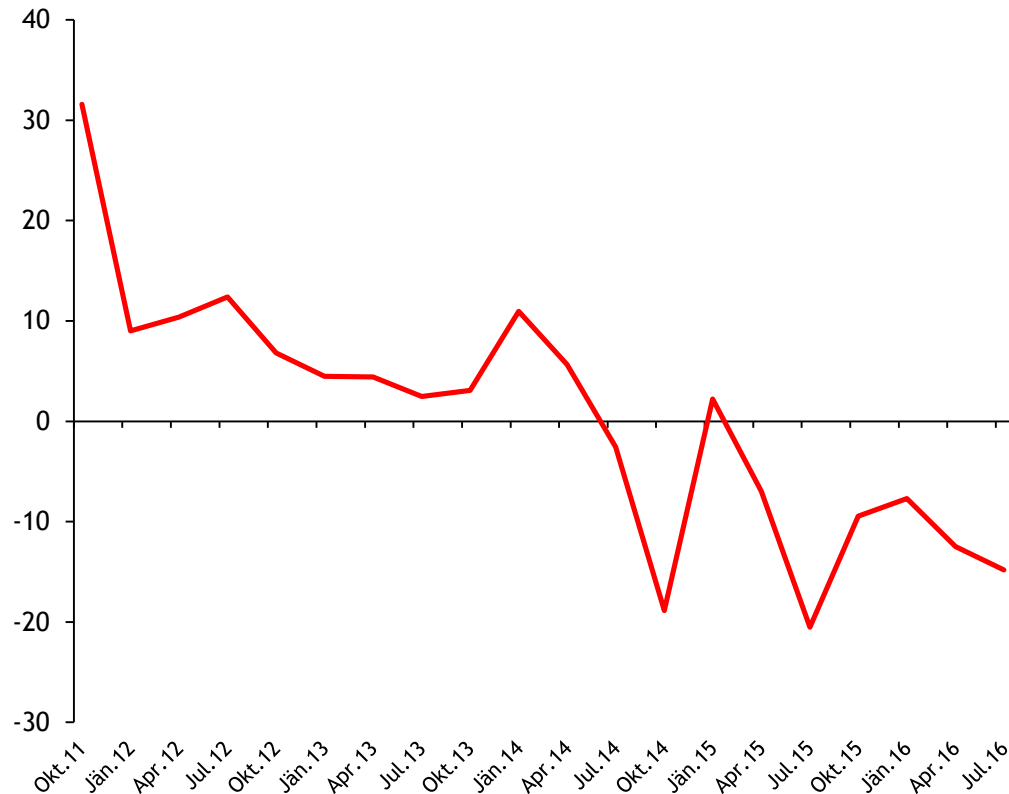
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



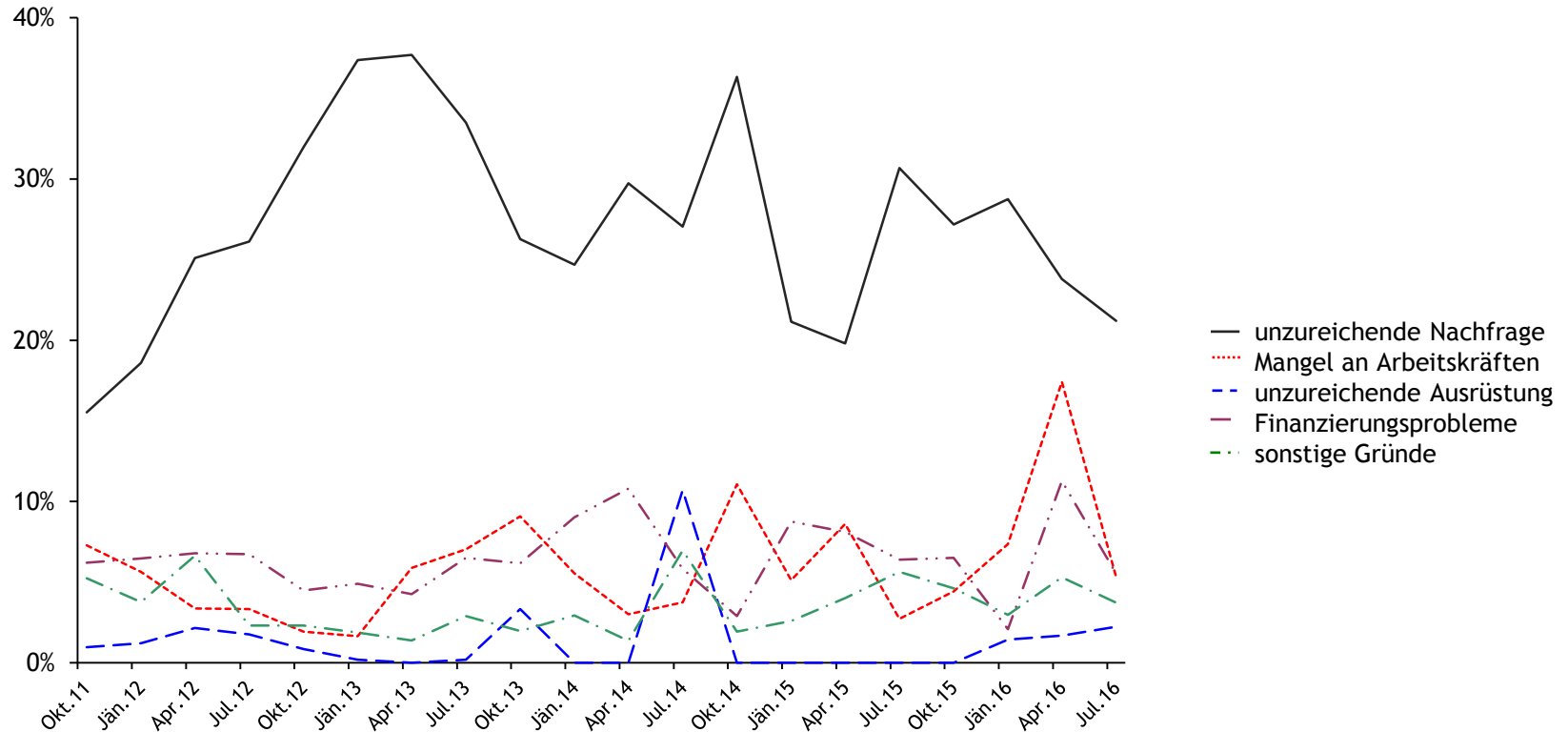
- Auch die Geschäftslage hat sich wieder leicht eingetrübt
- 20 % der Unternehmen gaben an, dass sich ihre Geschäftslage verbessert hat
- 16 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Dies ergibt einen Saldo von +4 Punkten

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- Die seit Anfang 2014 anhaltende Schwäche setzt sich auch zu 2016 fort
- Der Saldo liegt bei -15 Punkten
- 67 % der Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend
- Bereits jeder vierte Unternehmer meldet im Juli 2016 eine schlechte Geschäftslage

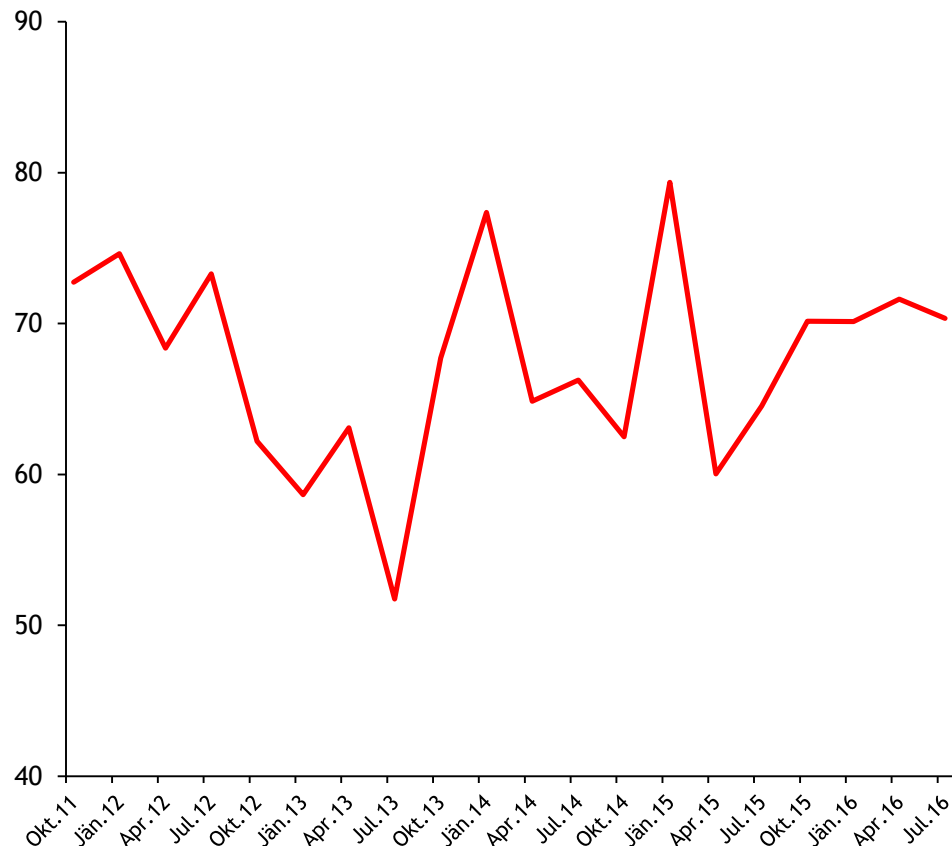
Behinderungen der Geschäftstätigkeit



Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

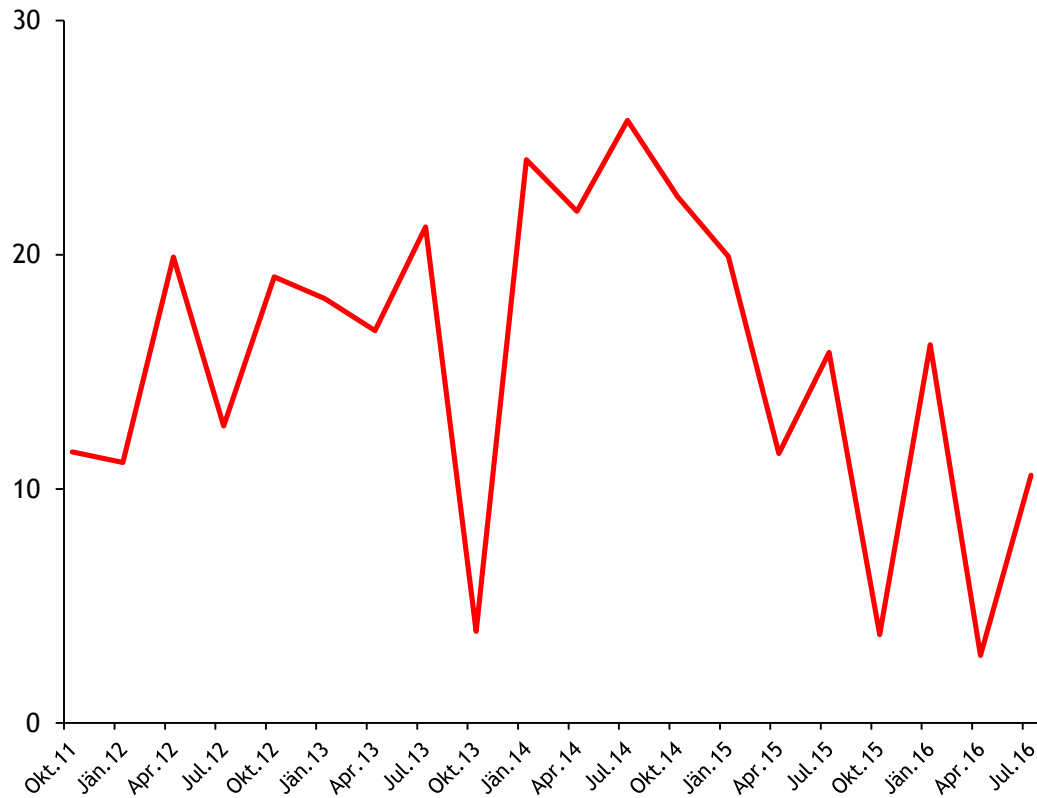
- 21 % melden unzureichende Nachfrage
- 5 % Mangel an Arbeitskräften
- 6 % Finanzierungsprobleme
- 4 % „sonstige Gründe“
- 2 % unzureichende Ausrüstung
- 62 % geben an, zur Zeit keine Behinderungen zu erfahren

Auftragsbestand



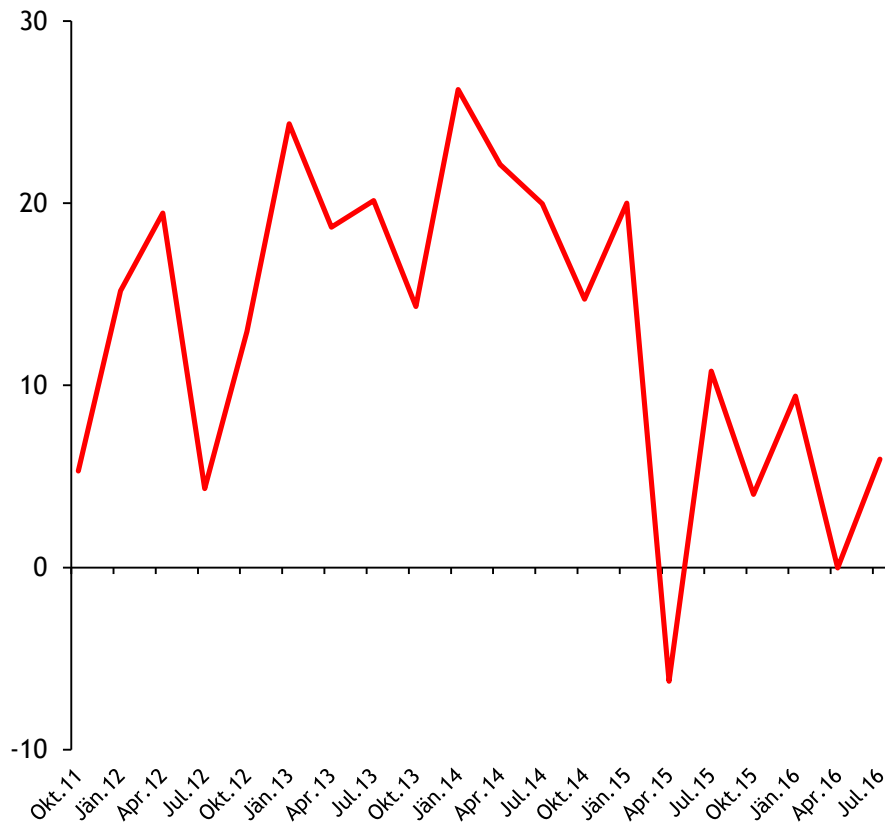
- Die Auftragslage bleibt praktisch unverändert zum Herbst
- 71 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Dieser Wert liegt über dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (68 %)
- Ein Drittel der Unternehmer berichten von zu geringen Auftragsbeständen

Nachfrageerwartung



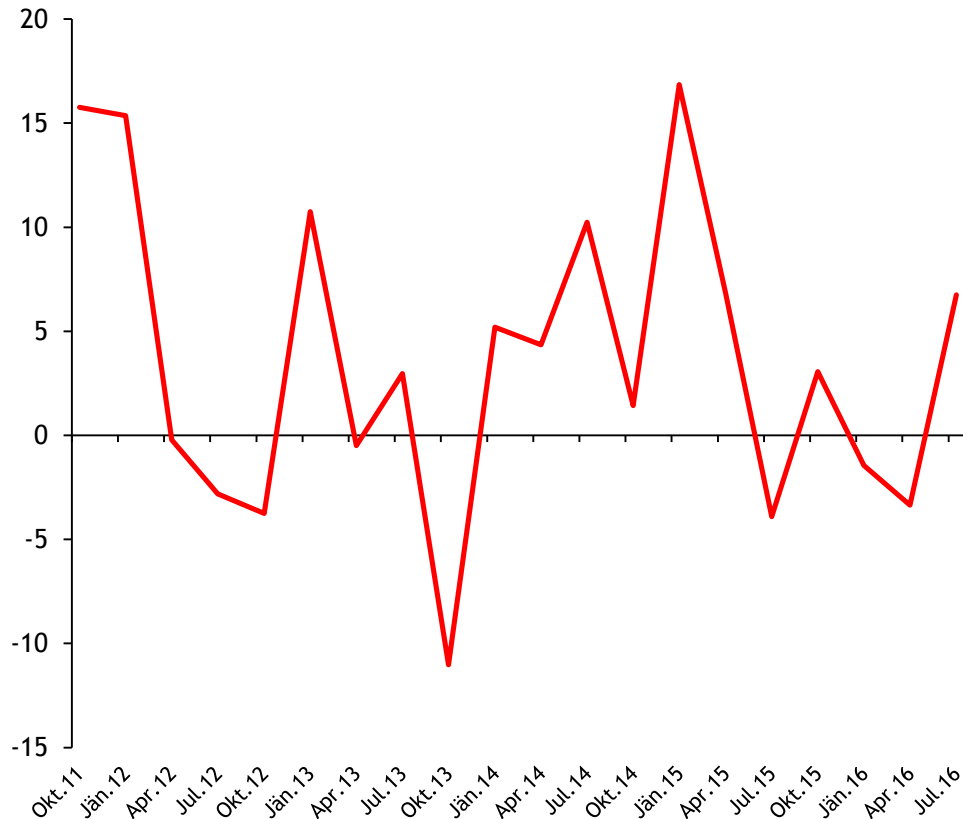
- Unternehmer rechnen insgesamt mit einem leichten Anstieg der Nachfrage; der Saldo liegt bei +10 Punkten
- 84 % erwarten in den nächsten Monaten keine Veränderung
- 13 % gehen von steigender, 3 % von einer sinkenden Nachfrage aus

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 11 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 5 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Dieser Saldo von +6 Punkten liegt deutlich unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (+13 Punkte)
- Das Ergebnis dreht aber wieder ins Positive

Beschäftigungserwartung

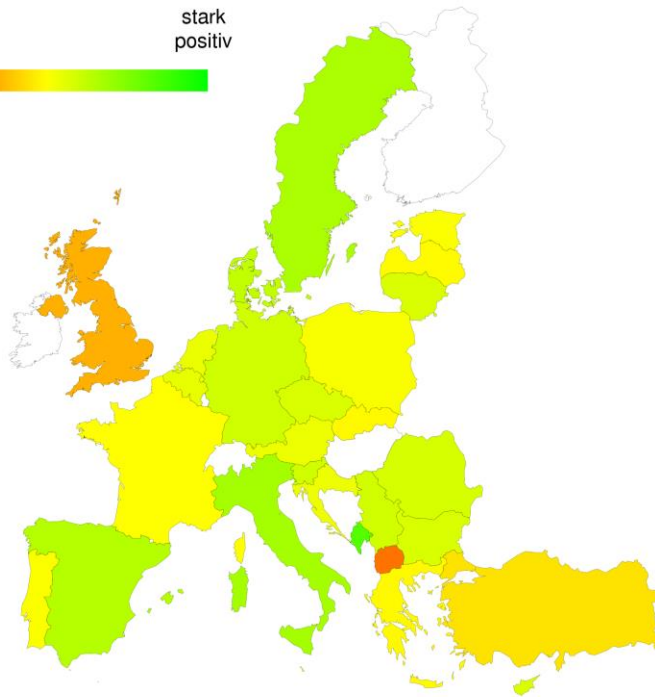


- Trotz mäßiger Konjunkturlage werden wieder Mitarbeiter aufgenommen
- 19 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- 12 % rechnen damit, Mitarbeiter abbauen zu müssen

EU Vertrauensindikator Werbung Juli 2016

stark negativ

stark positiv



3 Monate zuvor



6 Monate zuvor



9 Monate zuvor



12 Monate zuvor



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 optimistisch
- Konjunktur in Mittel- und Ost-Europa noch positiv
- Portugal bleibt weiterhin schwach
- Spanien ist wieder im Aufschwung
- Griechenland erholt sich langsam
- In UK schlägt der Ausgang des BREXIT-Referendums durch
- Italien bleibt weiter auf der Überholspur

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>