



# WIFO Werbeklimaindex

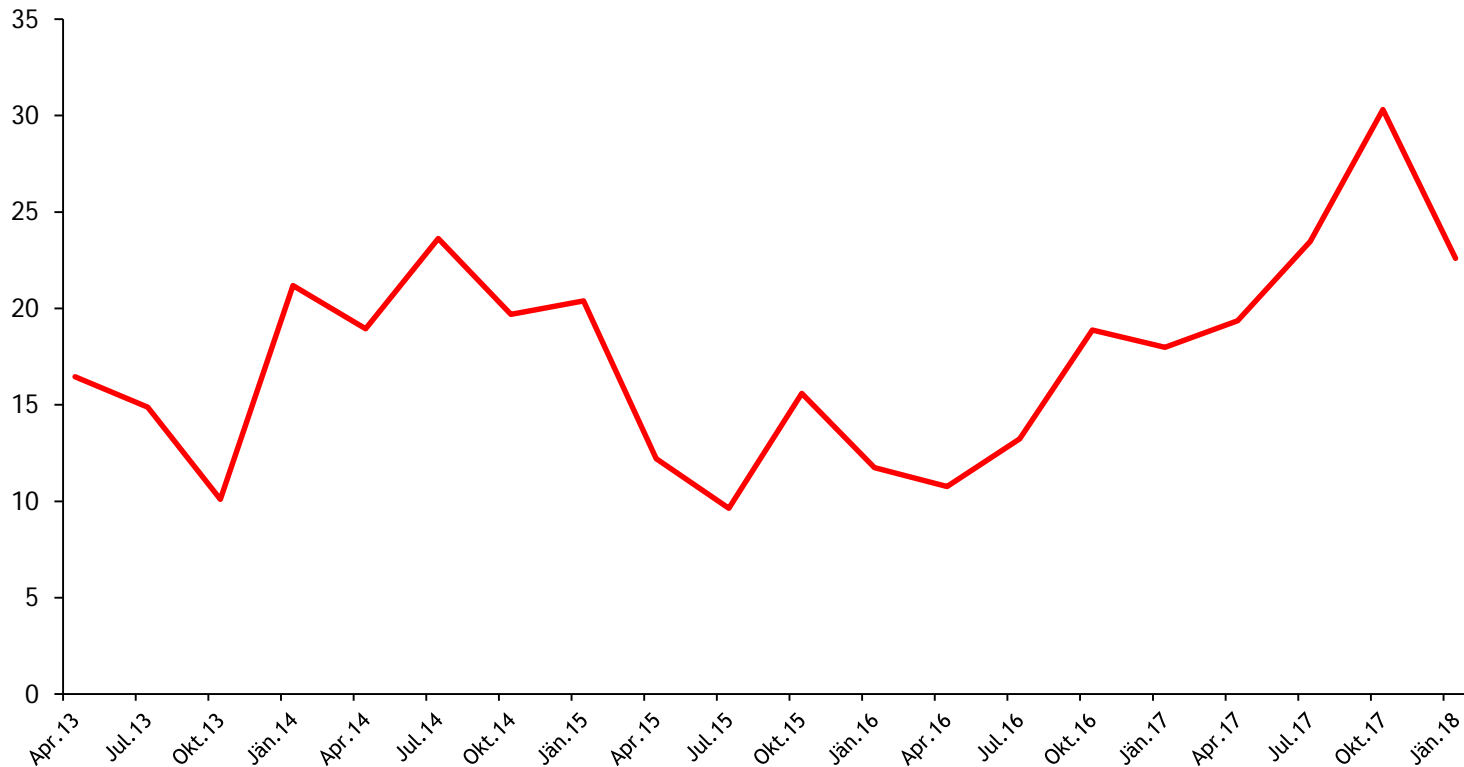
---

Erhebungszeitraum Jänner 2018

# Werbeklimaindex Jänner 2018: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 4. Quartal 2017
  - Aktuelle Lage im Jänner 2018
  - 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 46 Unternehmen mit 597 Beschäftigten

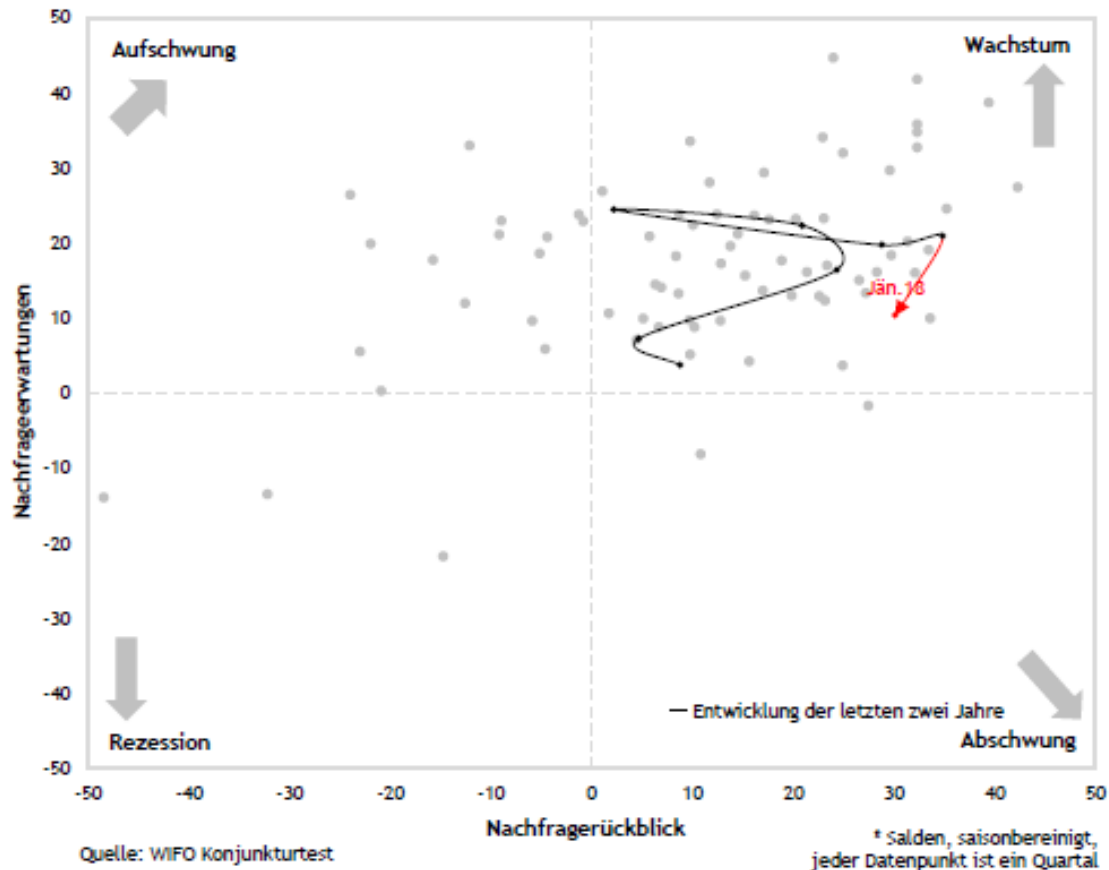
# Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

# Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2018

## Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation

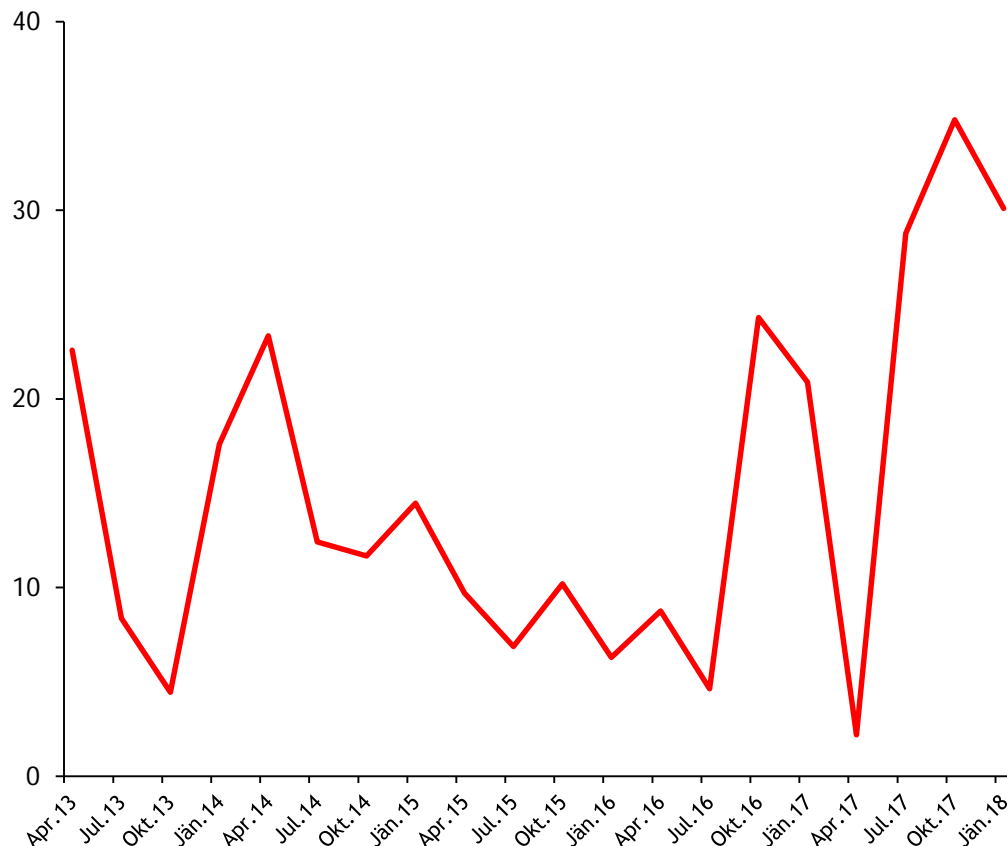


Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?  
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen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

# Zusammenfassung Werbeklima Jänner 2018

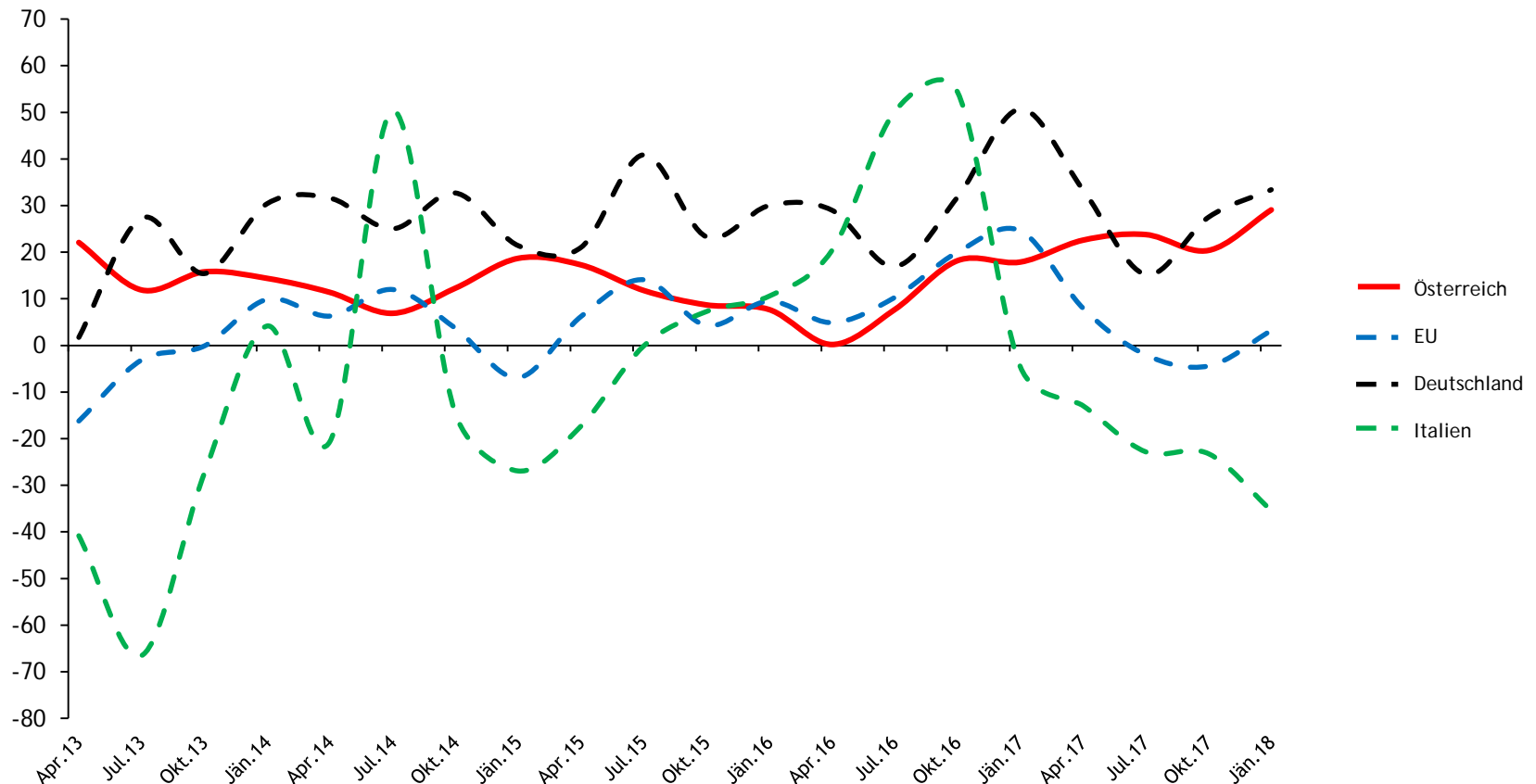
- Österreichs Werbewirtschaft ist zu Jahresbeginn weiterhin dynamisch
- Der aktuelle WIFO Werbeklimaindex konnte im Vergleich zum Oktober 2017 nicht mehr weiter zulegen; er hat leicht von +30 auf +23 Punkte abgenommen
- Sehr ähnliche Entwicklung wie in der Gesamtwirtschaft
- Die Beurteilung der Geschäftslage bleibt auf hohem Niveau
- Die Entwicklung der Nachfrage in den nächsten Monaten wird etwas vorsichtiger beurteilt als im Vergleichszeitraum
- Die Auftragsbücher sind gut gefüllt; 74 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- In den kommenden 6 Monate rechnen 18 % der Unternehmen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 6 % gehen von einer Verschlechterung aus
- 17 % der befragten Unternehmen wollen neue Mitarbeiter aufnehmen, 8 % erwarten einen Beschäftigungsabbau

# Nachfrage in den letzten drei Monaten



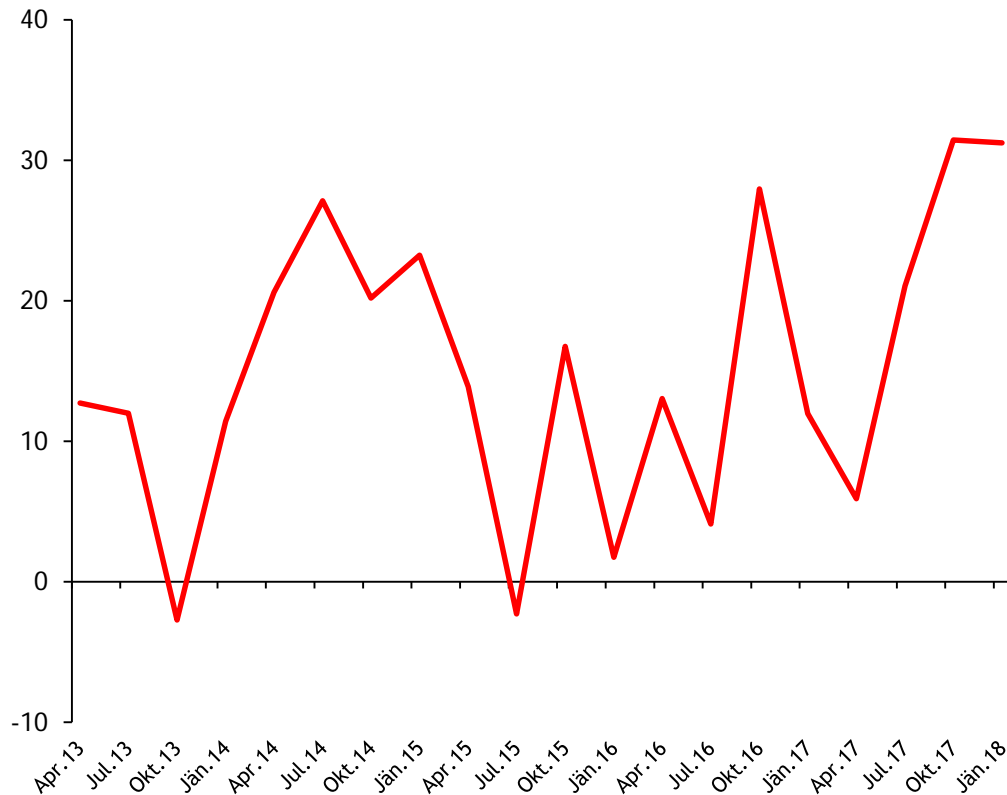
- Die Nachfrageeinschätzungen waren im 4. Quartal positiv
- 34 % der Unternehmen berichten von einer Verbesserung der Nachfragesituation
- 4 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Damit liegt der Saldo bei +30 Punkten
- Im Europa-Vergleich ein sehr starker Wert

# Nachfrage in den letzten drei Monaten



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

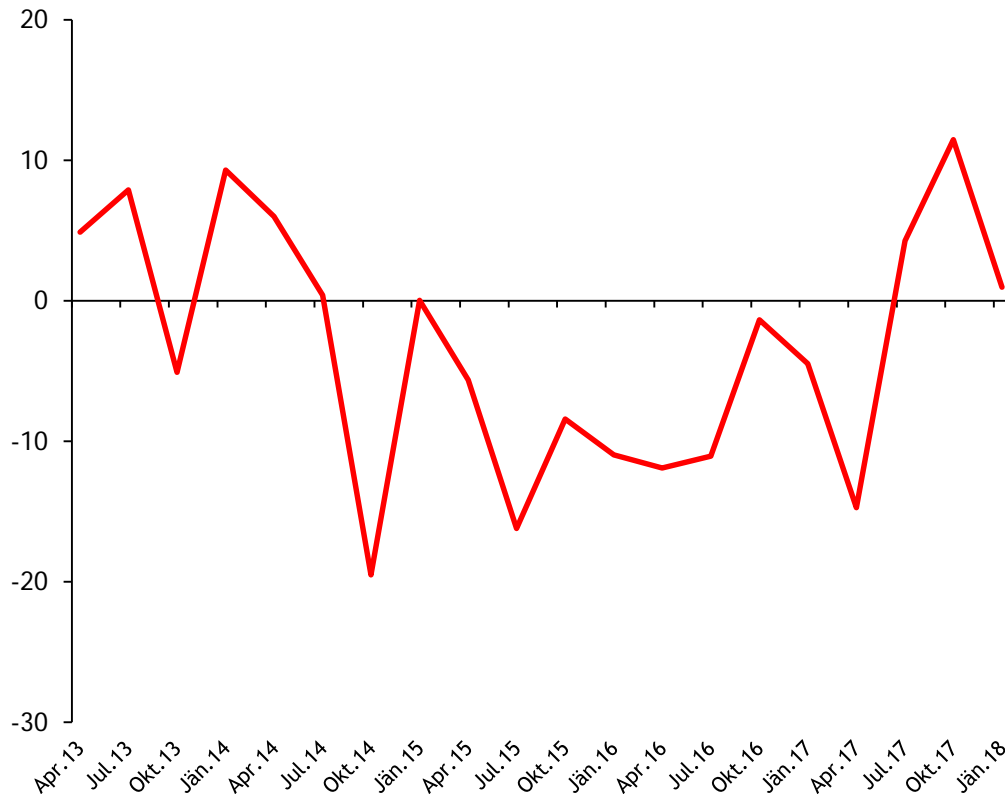
# Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



- Die Geschäftslage entwickelt sich weiterhin sehr dynamisch
- Der Saldo liegt bei +31 Punkten
- 36 % der Unternehmen meldeten eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- 5 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert

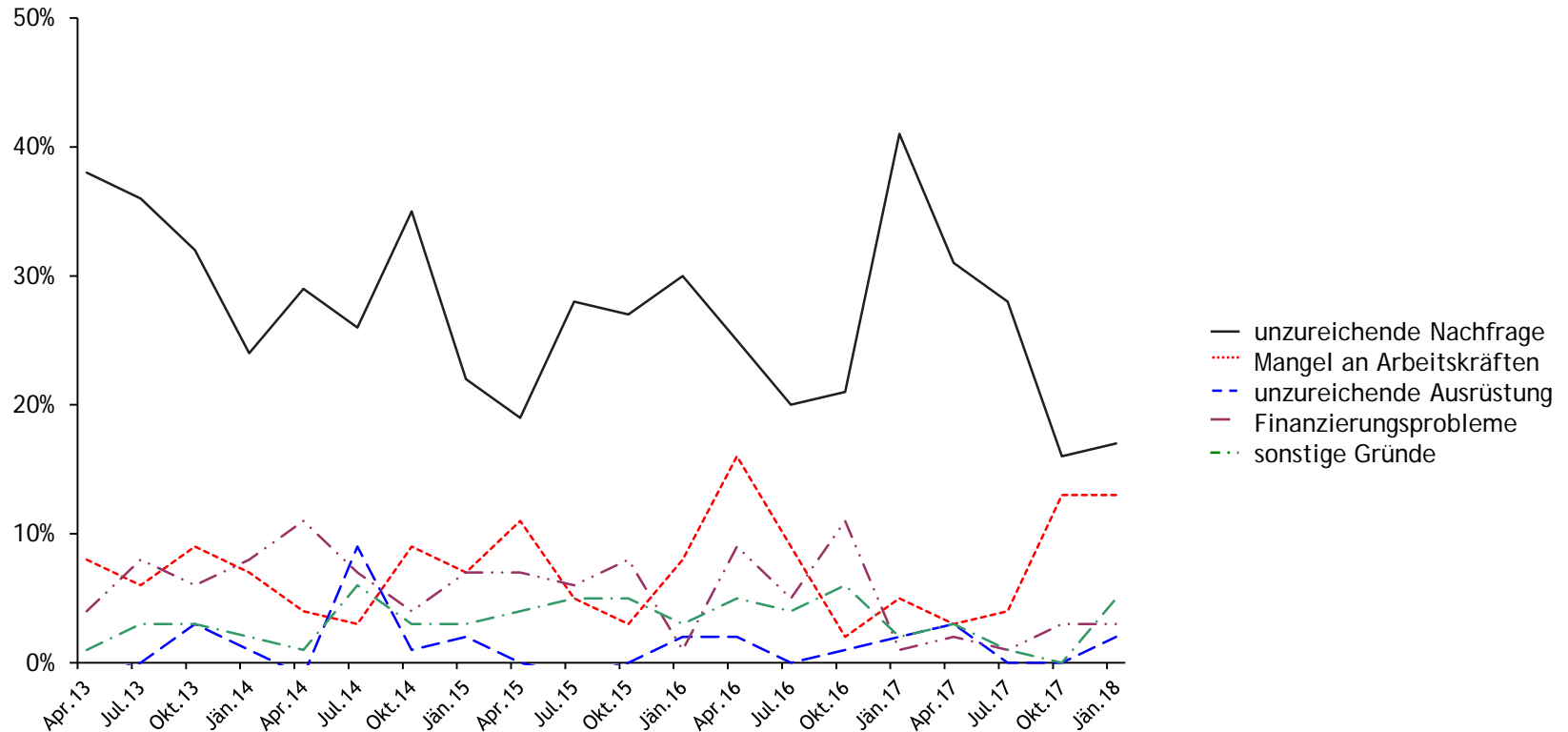


# Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage hat im Jänner 2018 nachgegeben
- 16 % der Unternehmen melden eine gute Geschäftslage
- 14 % der Unternehmer berichten von einer schlechten Geschäftslage
- 70 % der Unternehmen beurteilen diese als mittelmäßig

# Behinderungen der Geschäftstätigkeit



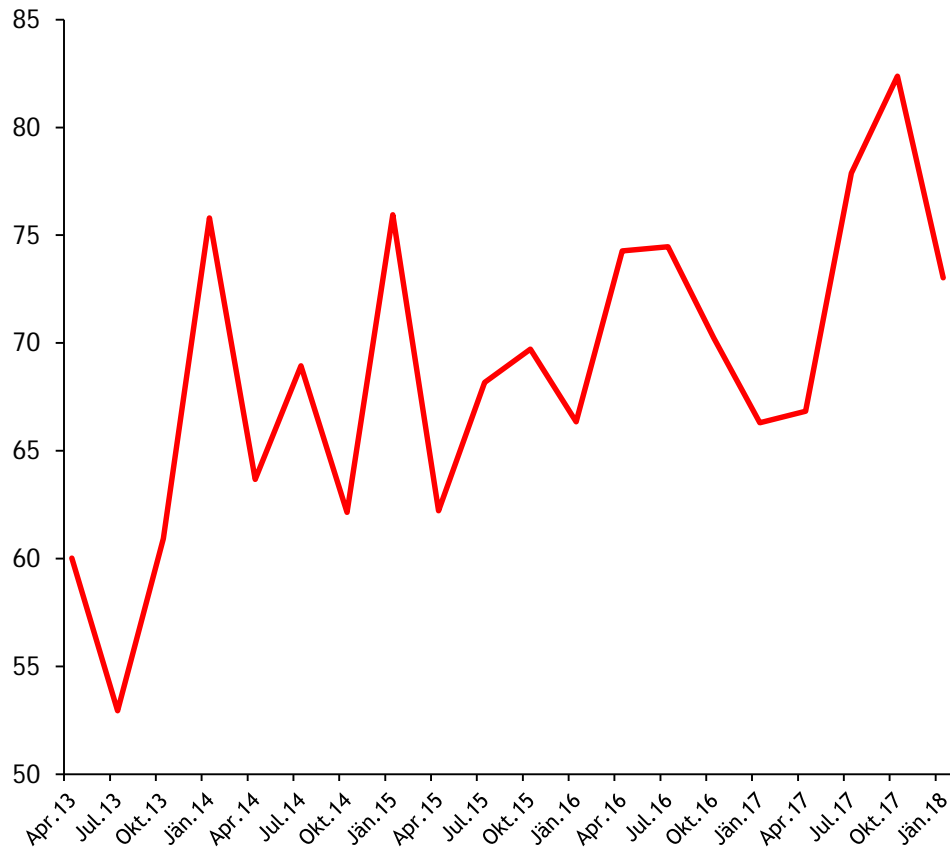
# Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

---

60 % geben an, zur Zeit keine Behinderungen zu erfahren

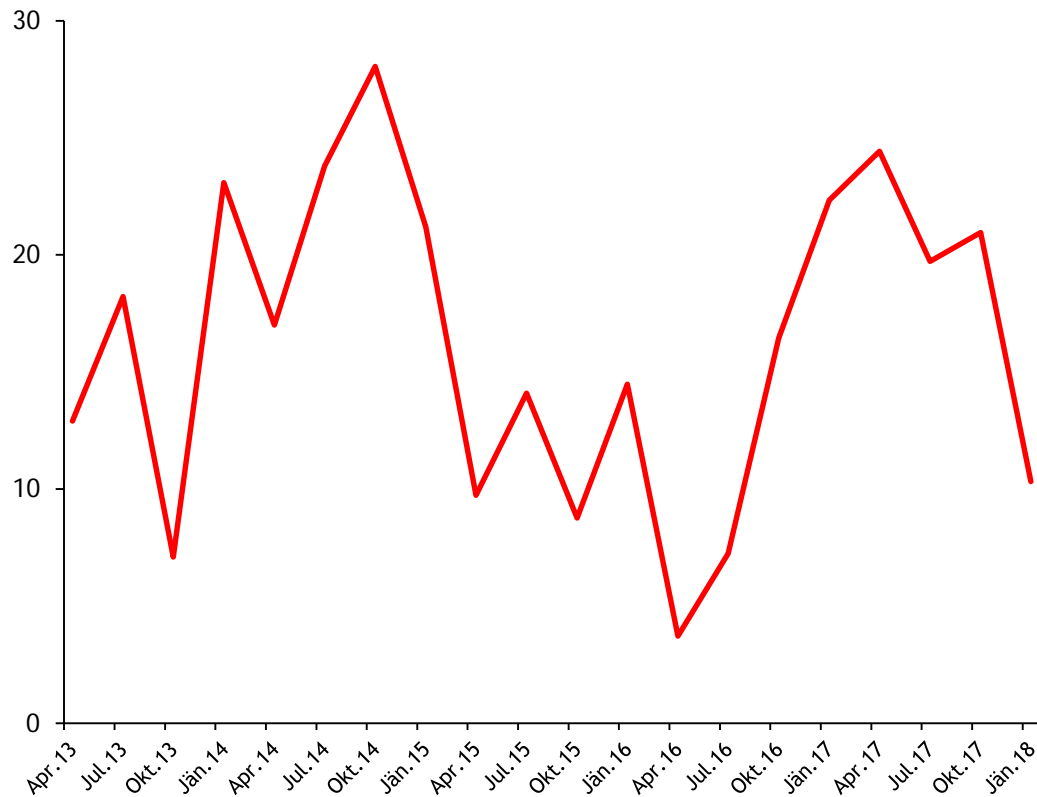
- 17 % melden unzureichende Nachfrage
- 13 % Mangel an Arbeitskräften
- 5 % sonstige Gründe
- 3 % Finanzierungsprobleme
- 2 % unzureichende Ausrüstung

# Auftragsbestände



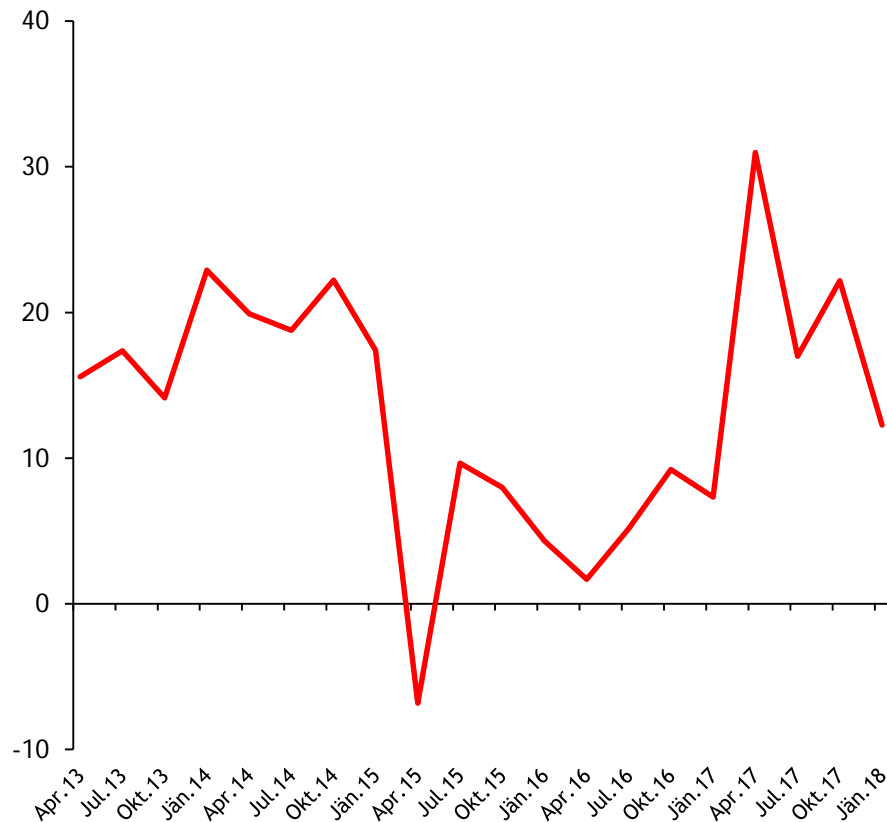
- 74 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Dieser Wert liegt im Durchschnitt der letzten 4 Quartale (rund 75 %)
- 26 % der Unternehmen berichten von zu geringen Auftragsbeständen

# Nachfrageerwartung



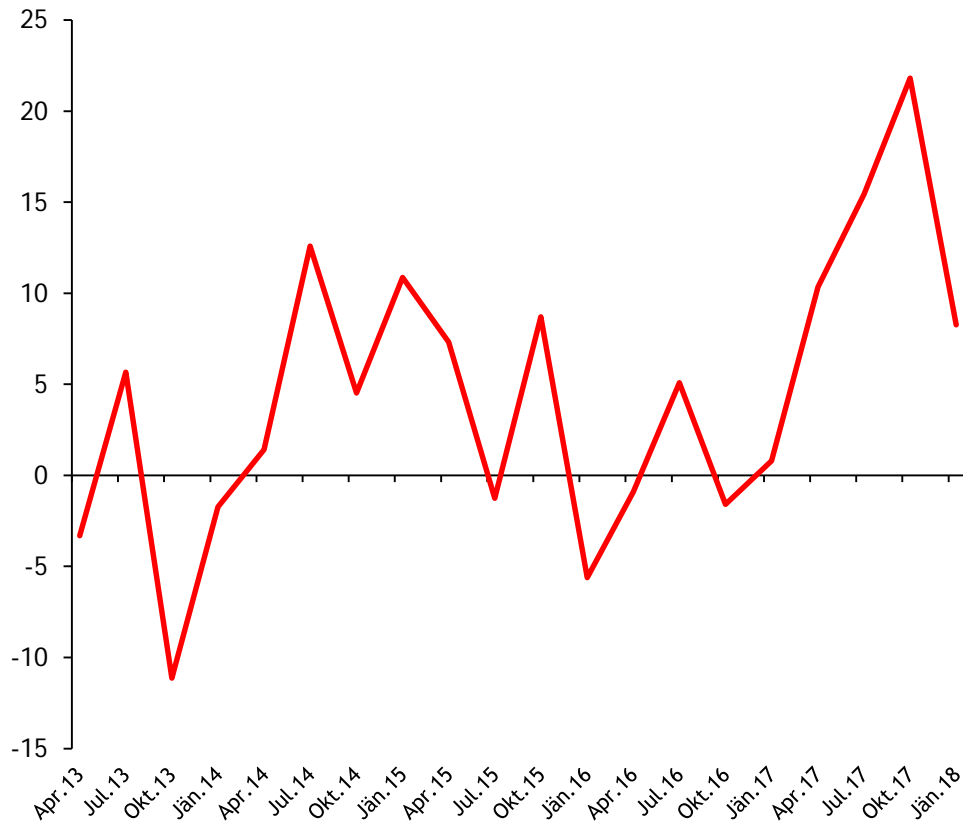
- Die Erwartungen zur kommenden Entwicklung der Nachfrage geben nach
- 15 % rechnen mit einer steigenden, 5 % mit einer sinkenden Nachfrage in den nächsten 3 Monaten
- Knapp 80 % der Unternehmen erwarten eine unveränderte Nachfrage

# Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 18 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 6 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Dieser Saldo von +12 Punkten liegt leicht unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (+13,5 Punkte)
- Traditionell startet die Bewirtschaftung mit zurückhaltenden Geschäftslageerwartungen in das neue Jahr

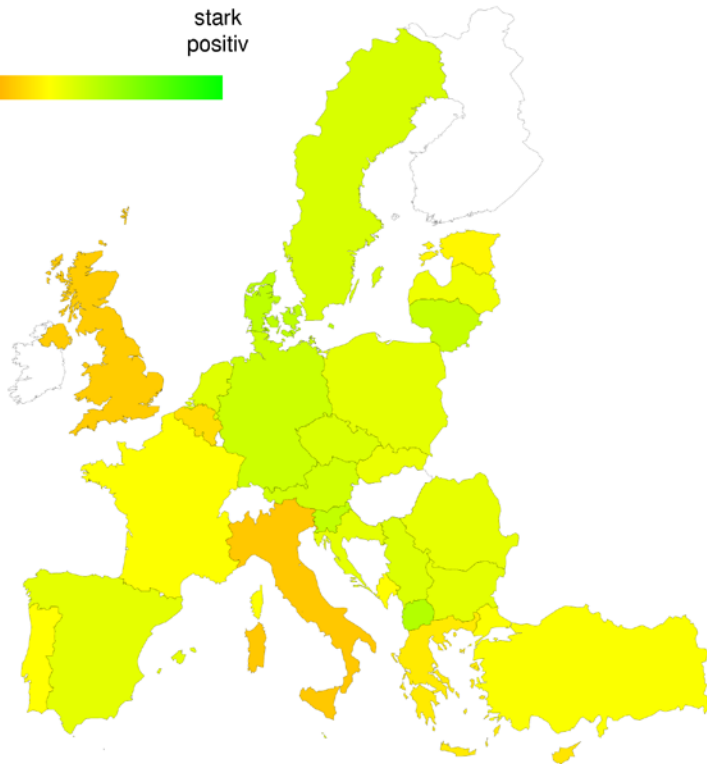
# Beschäftigungserwartung



- 17 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- 8 % der Unternehmer meldeten in den nächsten Monaten Mitarbeiter abbauen zu müssen
- Damit ist per Saldo weiterhin eine positive Entwicklung bei den Beschäftigten gegeben

# EU Vertrauensindikator Werbung Jänner 2018

stark negativ █ █ █ █ █ stark positiv



3 Monate zuvor



6 Monate zuvor



9 Monate zuvor



12 Monate zuvor

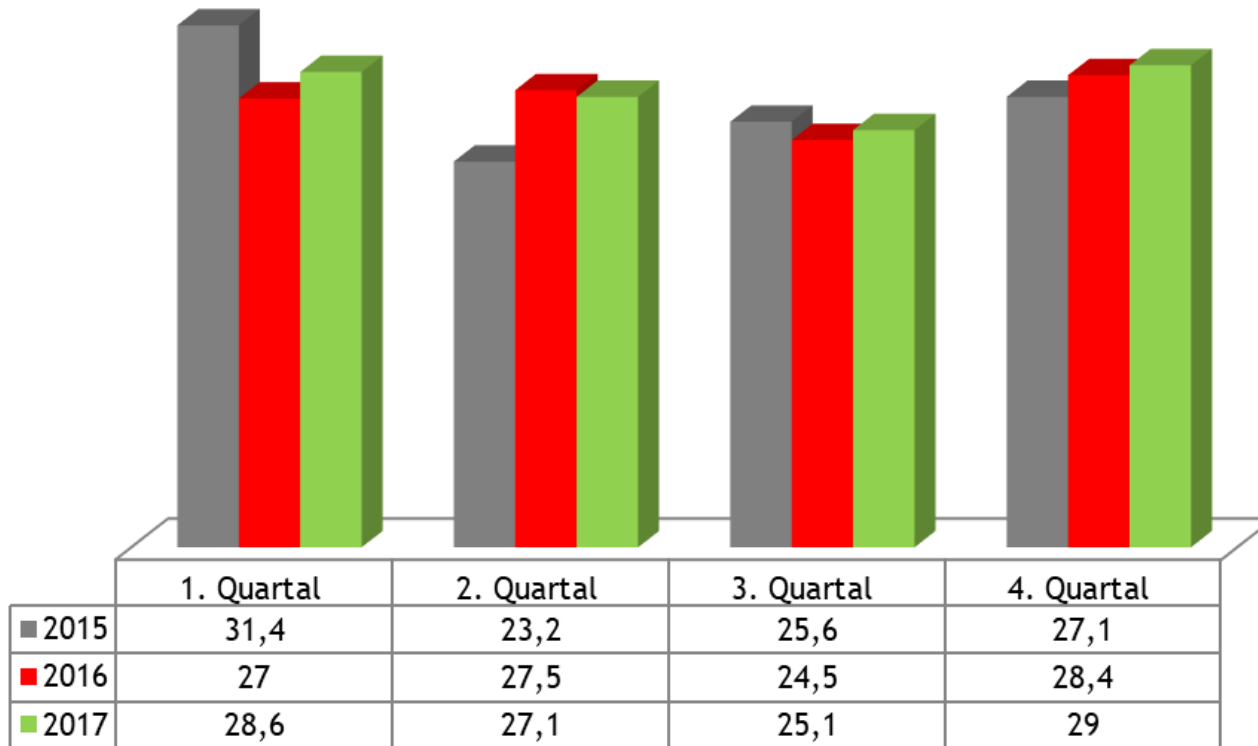


Q: Confidence Indicator (COF) für NACE 73 der Europäischen Kommission DG-ECFIN; Kartendaten: © EuroGeographics bezüglich der Verwaltungsgrenzen; Visualisierung: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO).

- Die Werbekonjunktur im Euro-Raum bleibt heterogen
- Die deutsche Werbewirtschaft ist sehr optimistisch
- In Frankreich kommt die Werbekonjunktur nicht in Fahrt
- Italiens Werbekonjunktur ist wieder unterdurchschnittlich
- Auf Grund des BREXIT sind in UK die Werbeunternehmen weiter weniger zuversichtlich als im restlichen Europa

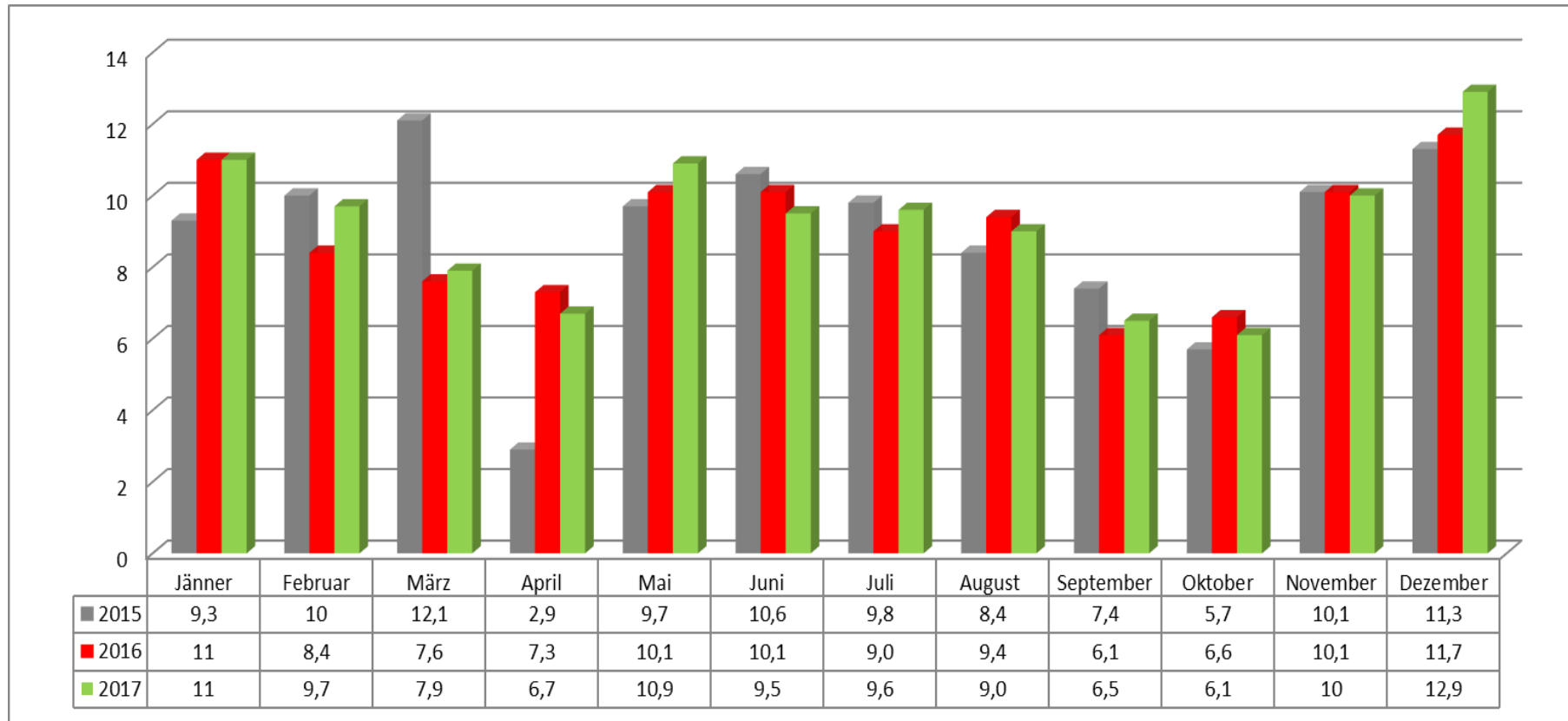


# Werbeabgabe: Vergleich Quartale 2015 bis 2017



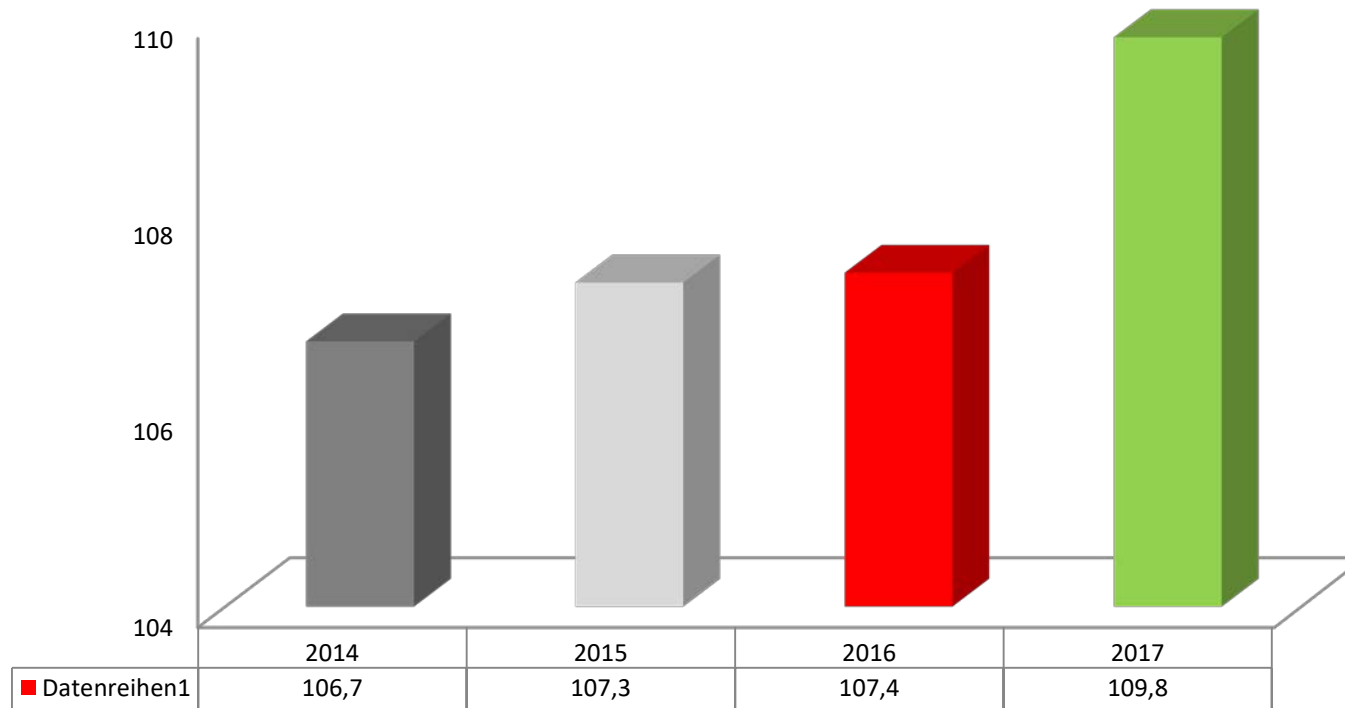
Quelle: Bundesministerium für Finanzen, Grafik FV Werbung,  
Beträge in Mio. Euro

# Werbeabgabe: Vergleich Monate 2015 bis 2017



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

# Werbeabgabe: Vergleich Jahre 2014 bis 2017



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

# Kontakt

---

Obfrau: KommR 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>