



Pressekonferenz

WIFO Werbeklimaindex - 3. Quartal 2012
Fachverband Werbung und Marktkommunikation

27. Juli 2012

Gesprächspartner:

- **Mag. Angelika SERY-FROSCHAUER**, Obfrau
Fachverband Werbung und Marktkommunikation (WKÖ)
- **Mag. Gerhard SCHWARZ**, Wirtschaftsexperte
Österreichisches Wirtschaftsforschungsinstitut (WIFO)
- **Mag. Markus DEUTSCH**, Geschäftsführer Fachverband Werbung
und Marktkommunikation (WKÖ)

Werbeklimaindex 3. Quartal 2012: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 2. Quartal 2012
 - Aktuelle Lage im Juli 2012
 - Ausblick auf das 4. Quartal 2012
 - Mittelfristige Konjunkturprognose

- Simple Prinzip zur Analyse:
 - Anteil positiver Antworten minus Anteil negativer Antworten

- Werte > 0 → Verbesserung

- Werte $= 0$ → Stagnation

- Werte < 0 → Verschlechterung

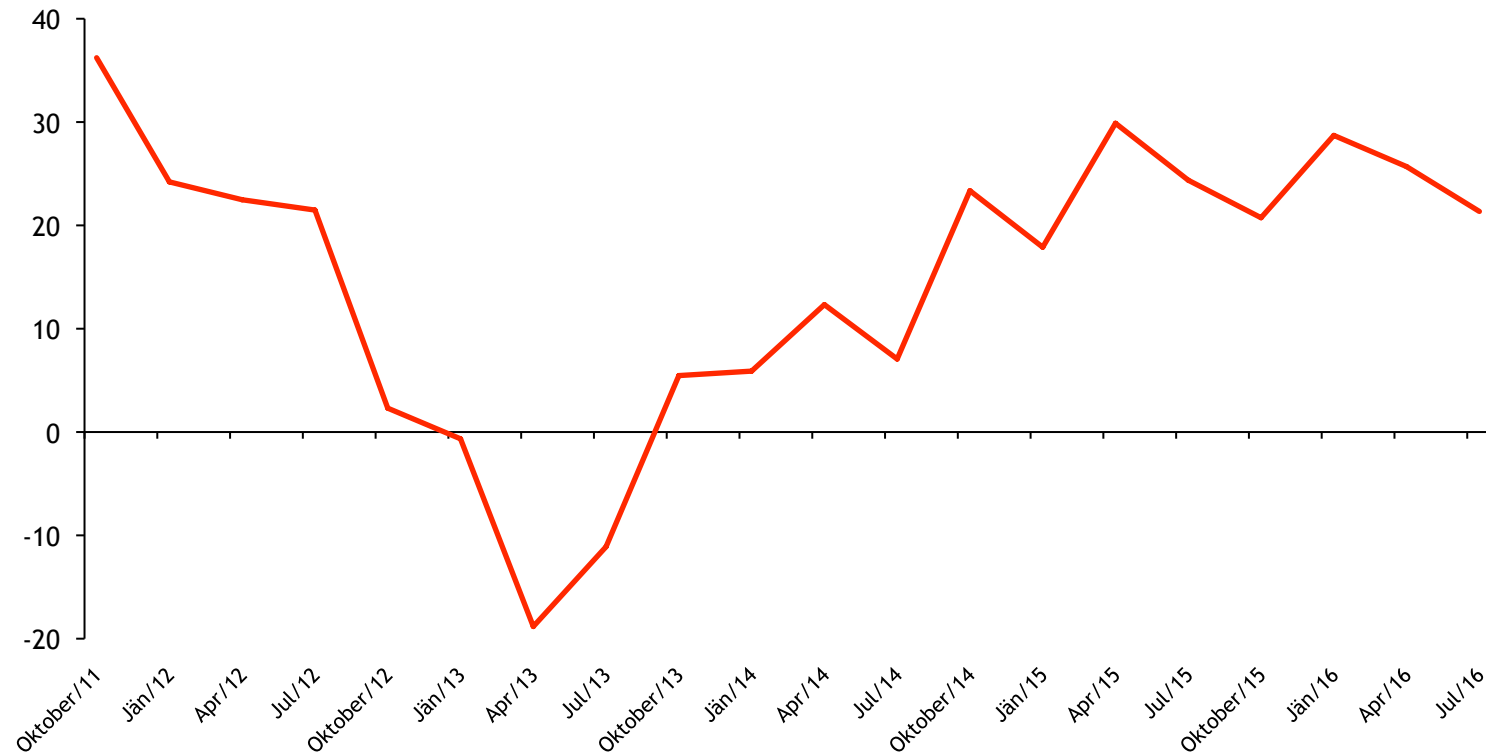
- Je größer der Abstand von 0, desto deutlicher ist die positive bzw. negative Entwicklung

- Stichprobe: 358 Unternehmen mit 4.244 Beschäftigten

Werbeklimaindex: Zusammenfassung 3. Quartal 2012

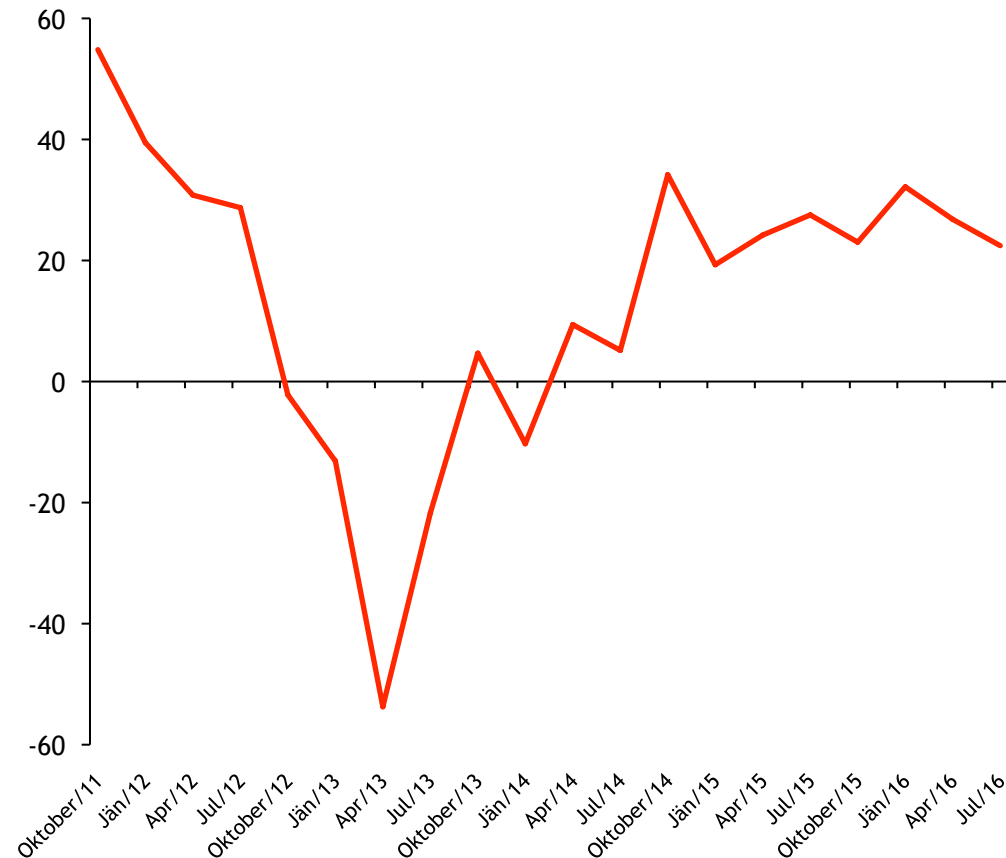
- Werbeklimaindex liegt auf einem stabilen Niveau
- Die Erwartungen liegen weit über dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre
- Die Geschäftslage liegt auf gutem Niveau und wird auch für die kommenden 6 Monate als optimistisch bewertet
- Die Auftragslage ist weiterhin gut: Drei Viertel der Unternehmen melden ausreichende oder sogar mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Werbekonjunktur wird in Wien und der Ost-Region deutlich pessimistischer beurteilt als in West-Österreich
- EU-Werbeklima: Kluft zwischen Südeuropa einerseits sowie Deutschland und Österreich andererseits wird weiter größer
- WIFO: Risiken für positive Konjunktorentwicklung steigen, aber Österreichs Werbewirtschaft ist weiterhin in guter Verfassung
- Entscheidende Monate für die Werbekonjunktur bis in den Herbst hinein

Werbeklimaindex



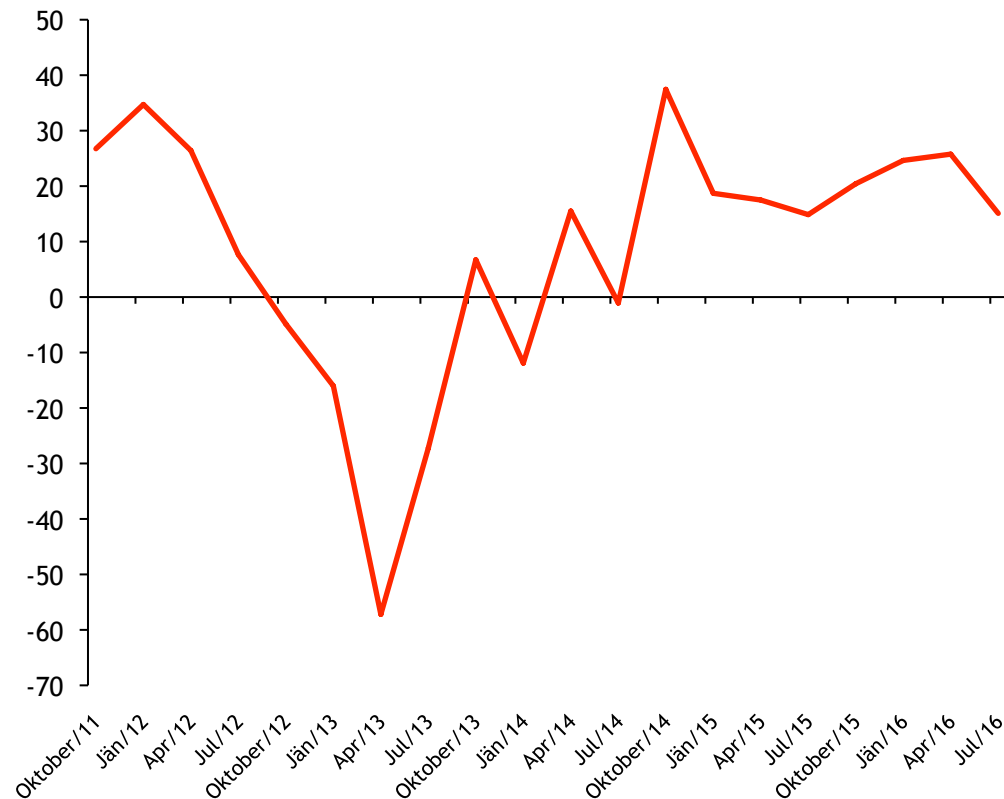
Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

Nachfrage in den vergangenen drei Monaten



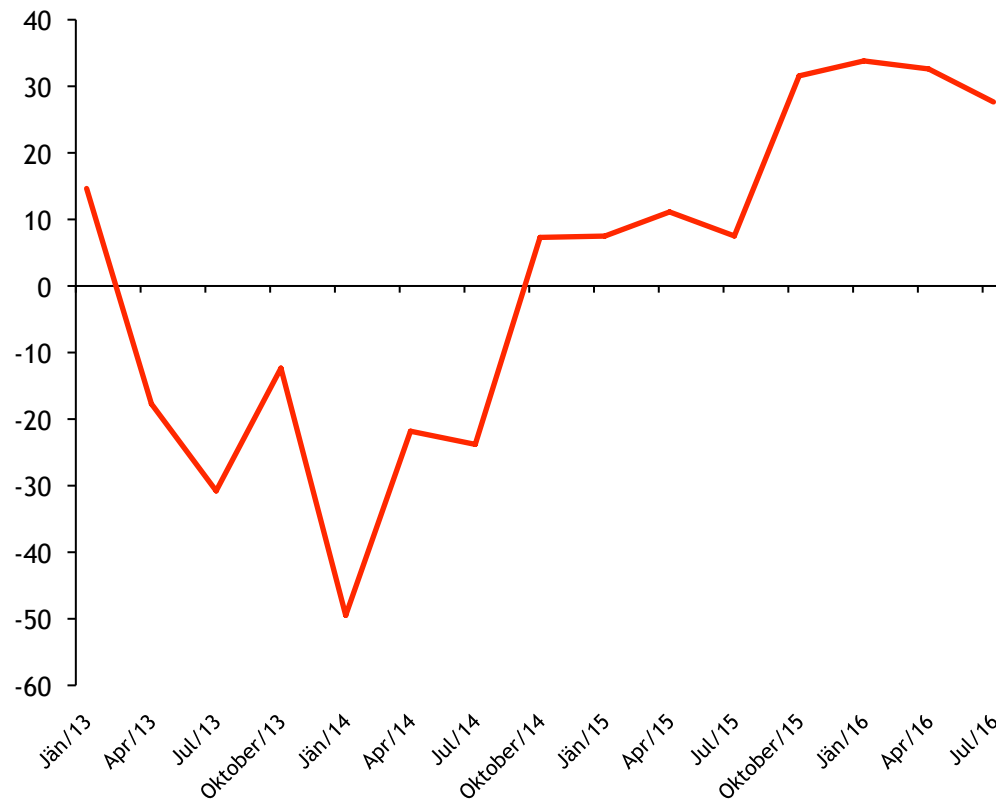
- Nachfrageentwicklung ist weiterhin stabil
- 33 % der befragten Unternehmen berichten von einem Anstieg der Nachfrage im II. Quartal 2012
- 11 % der Unternehmer waren mit einem Rückgang konfrontiert

Geschäftslage in den vergangenen 3 Monaten



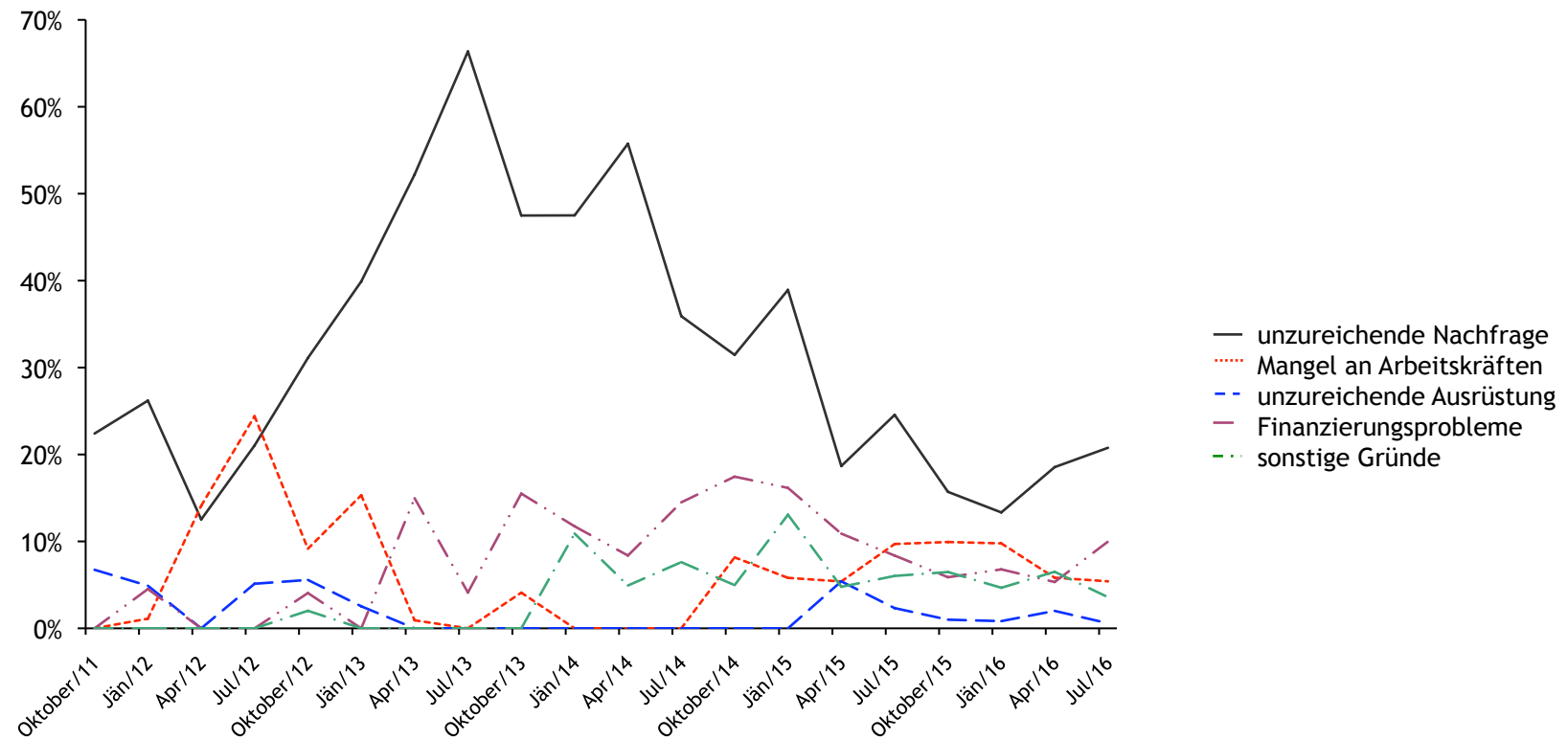
- Geschäftslage blieb im II. Quartal 2012 stabil
- 28 % der Unternehmen melden eine Verbesserung ihrer Geschäftslage in den vergangenen 3 Monaten
- Für 11 % der befragten Unternehmer ergab sich eine Verschlechterung

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- Aktuelle Geschäftslage bleibt stabil
- 42 % der befragten Unternehmen empfinden ihre derzeitige Geschäftslage als gut
- 14 % sind mit einer schlechten Geschäftslage konfrontiert

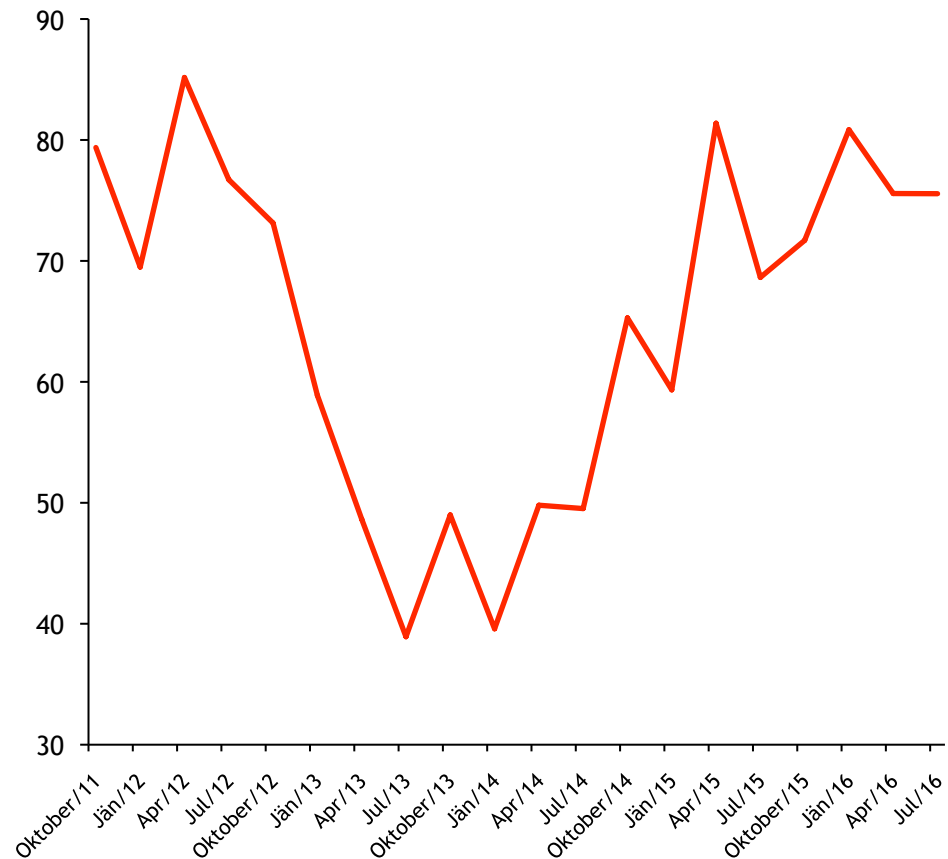
Behinderungen der Geschäftstätigkeit



Die Geschäftstätigkeit ist primär behindert durch:

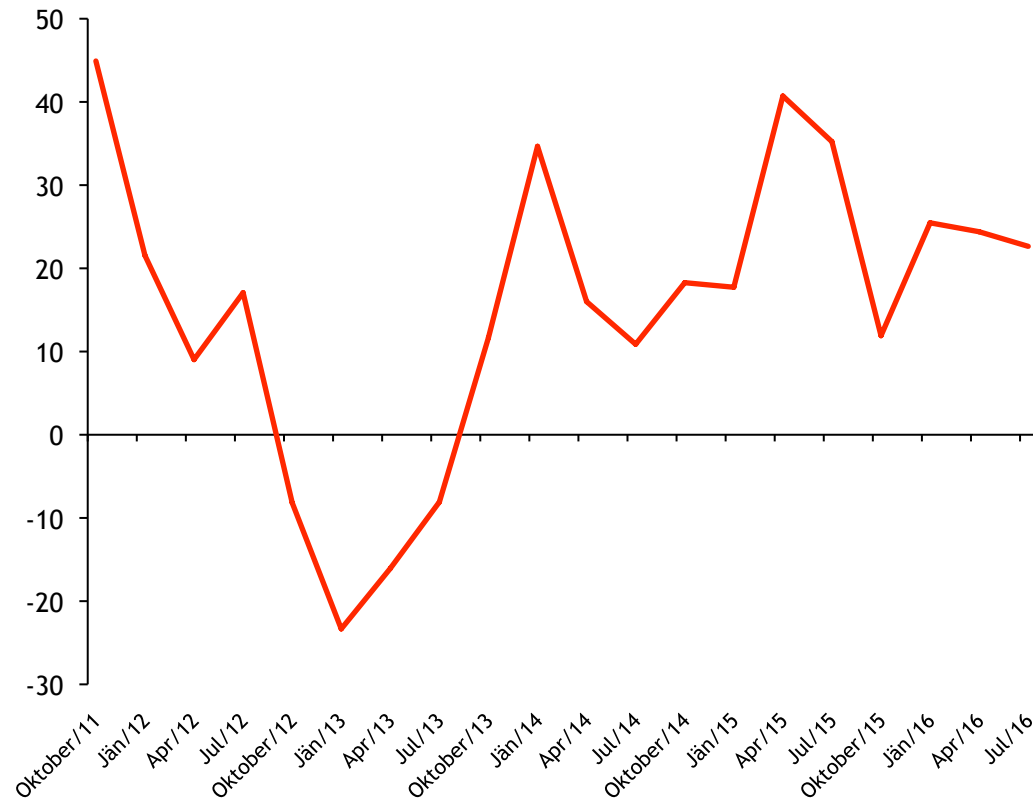
- 60 % melden zur Zeit keine Behinderungen
- 21 % haben eine unzureichende Nachfrage
- 5 % einen Mangel an Arbeitskräften
- 1 % hat unzureichendes Equipment
- 10 % leiden unter Finanzierungsprobleme/Kreditklemme
- 3 % Sonstiges

Auftragsbestand



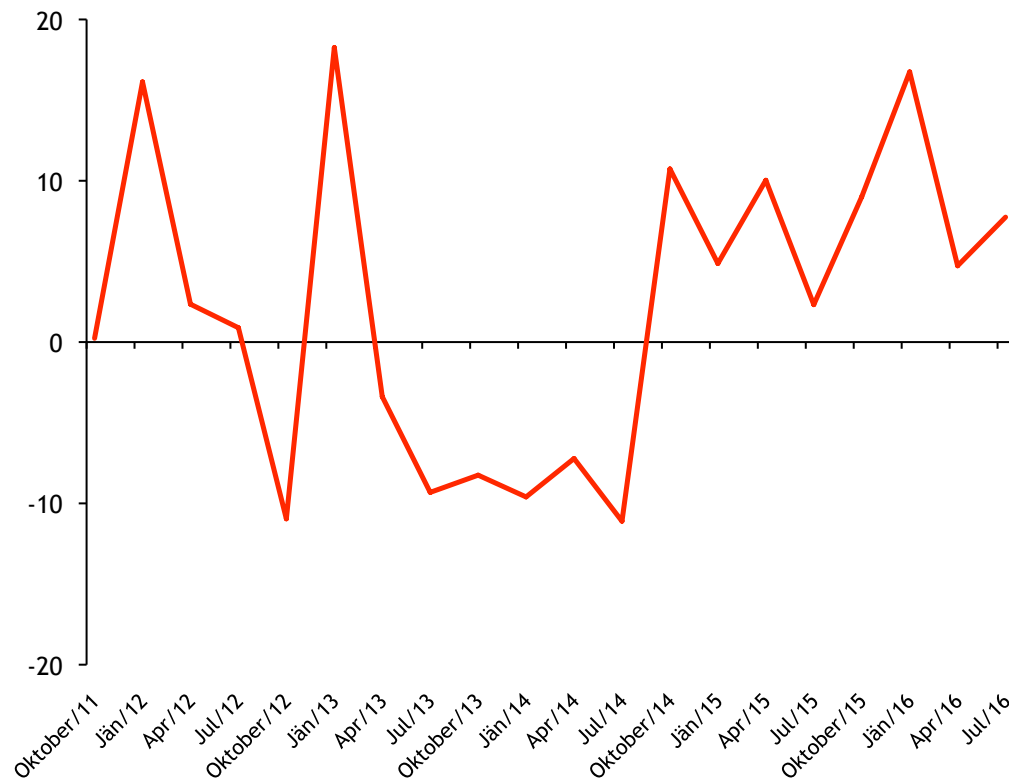
- Auftragsbestände bewegen sich weiterhin auf hohem Niveau
- 76 % der Firmen berichten von ausreichenden bzw. mehr als ausreichenden Auftragsbeständen
- 24 % melden zu geringe Auftragsbestände

Nachfrageerwartung



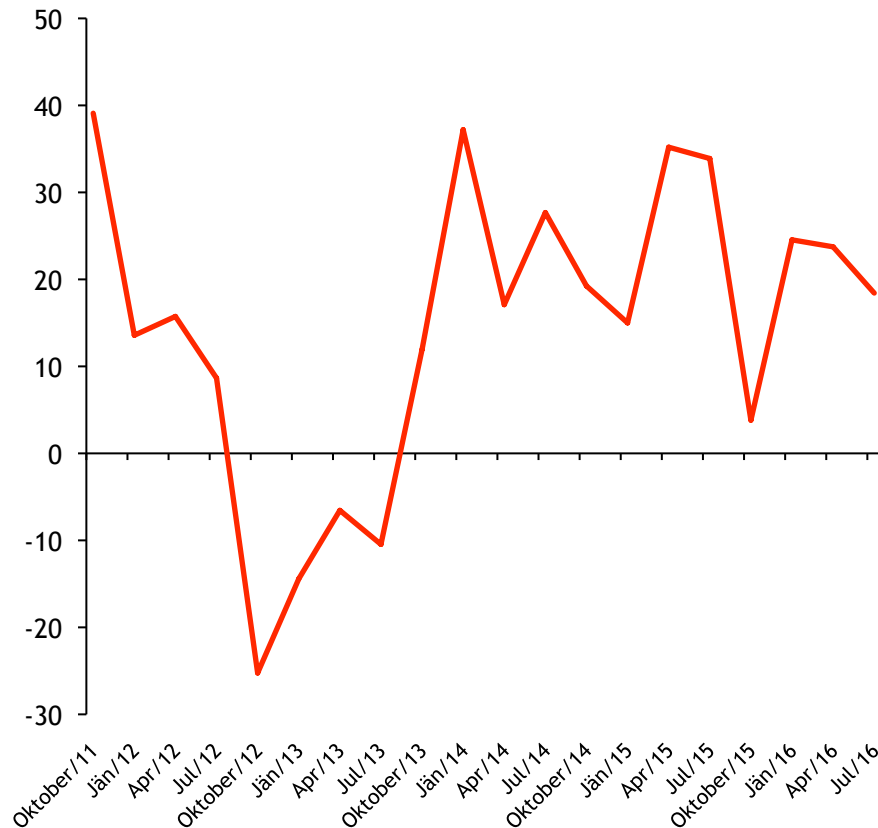
- Nachfrageerwartungen bleiben stabil
- 29 % der Unternehmen gehen von einer Steigerung der Nachfrage aus
- 7 % der Unternehmen rechnen mit einem Sinken der Nachfrage
- Dieser Wert entspricht dem Niveau zu Beginn der Lehmann-Pleite 2008

Preiserwartung



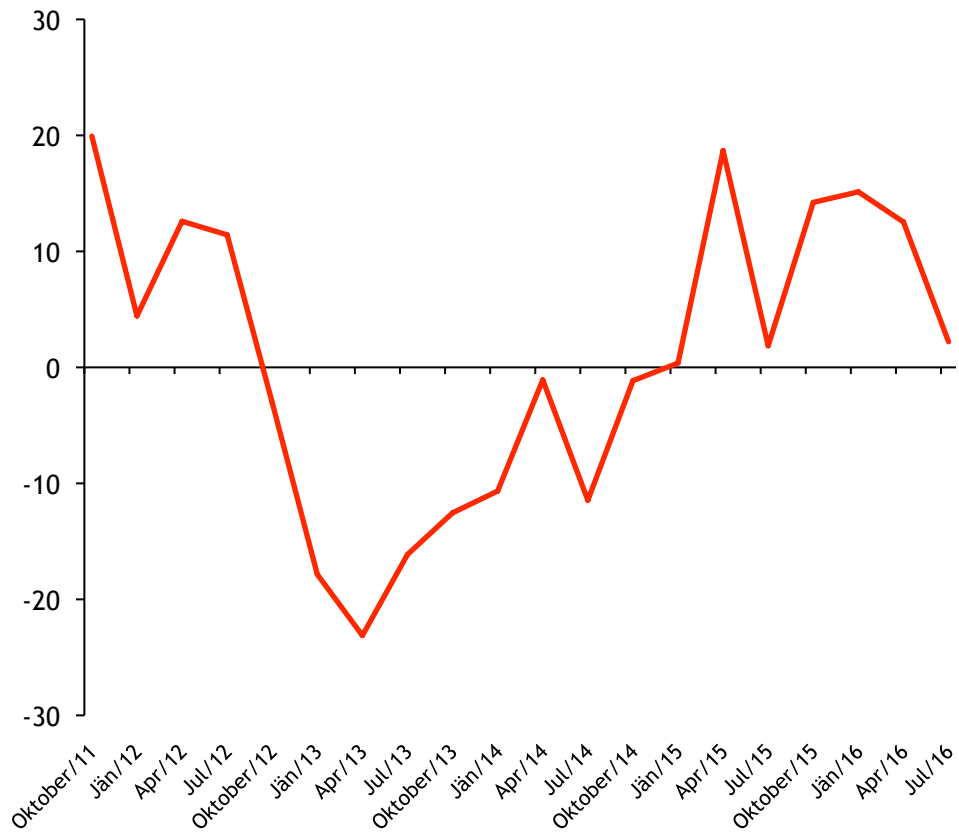
- Branche kalkuliert mit leicht steigenden Preisen in den kommenden drei Monaten
- 13 % erwarten eine Durchsetzung höherer Preise
- 5 % rechnen mit einem Sinken der Preise
- 82 % der Firmen gehen von einem unveränderten Preisniveau aus

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- Erwartungen für die kommende Geschäftslage sind stabil
- 27 % der Unternehmen rechnen mit einer verbesserten Geschäftslage in den kommenden Monaten
- 8 % der Firmen sehen die Entwicklung der Geschäftslage pessimistisch

Beschäftigungserwartung



- Weiterhin kein „Aufnahmestopp“ in der Werbung
- 12 % der befragten Firmen wollen Personal neu einstellen
- 10 % der Unternehmen sehen die Notwendigkeit zum Beschäftigungsabbau

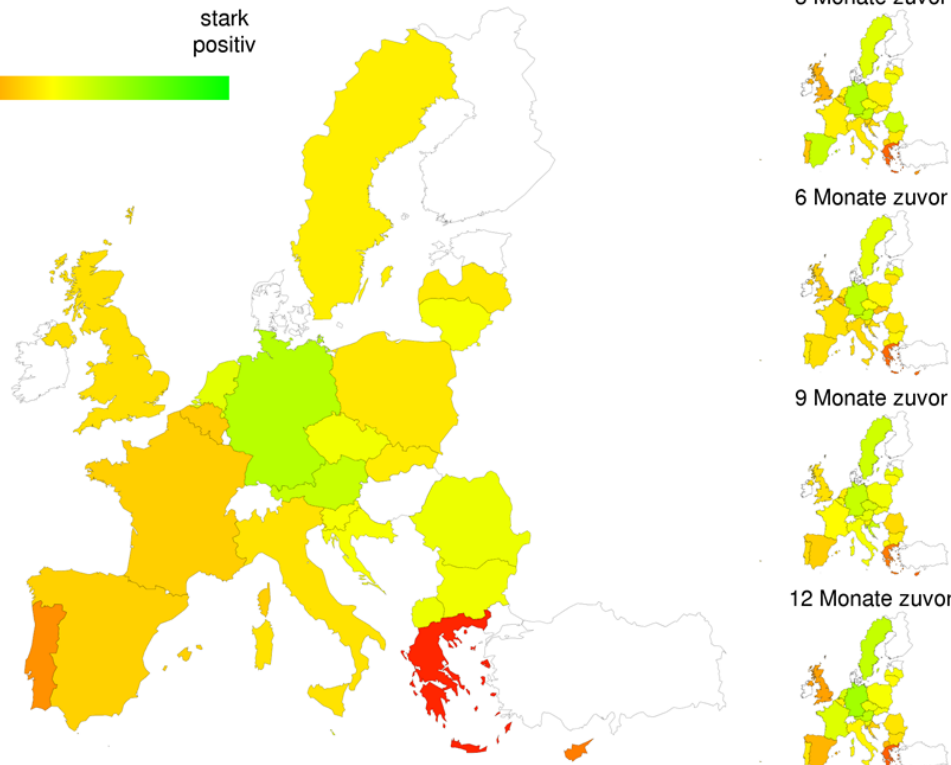
EU Vertrauensindikator Werbung: Juni 2012

- Regelmäßige Präsentation einer europaweiten Analyse der Werbekonjunktur
- Europäische Kommission koordiniert europaweit die Durchführung harmonisierter Konjunkturumfragen
 - Ergebnisse sind vergleichbar
- Die österreichischen Daten stammen aus dem WIFO-Konjunkturtest, der auch die Grundlage des WIFO-Werbeklimaindex bildet
- Europäische Kommission ermittelt Vertrauensindikator
 - (auch) für die Werbewirtschaft (NACE 73) verfügbar
- Dadurch wird ein vergleichbarer Überblick über die europaweite Werbekonjunktur möglich

Analyse der Werbekonjunktur in der EU

Vertrauensindikator Werbung - Juni 2012

stark negativ
stark positiv

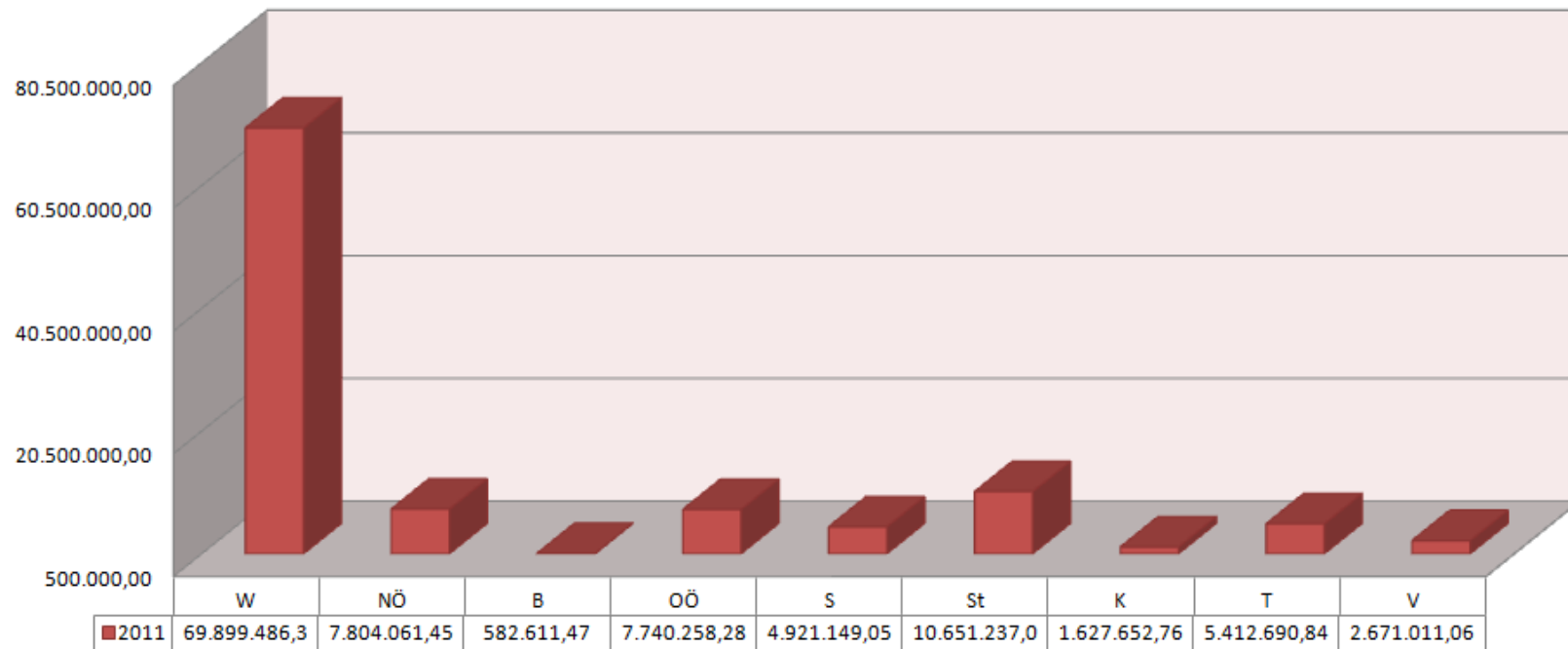


Q: Confidence Indicator (COF) für NACE 73 der Europäischen Kommission DG-ECFIN; Kartendaten: © EuroGeographic bezüglich der Verwaltungsgrenzen; Visualisierung: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO).

- Deutschland und Österreich bleiben in Europa deutlich voran
- Kluft zwischen „Süd“ und „Nord“ wird weiter größer
- Österreichs Werbewirtschaft zählt zu den Wachstumsbranchen im Euro-Raum
- „Österreich-Bonus“ hält

Aufteilung der WA nach BL 2011

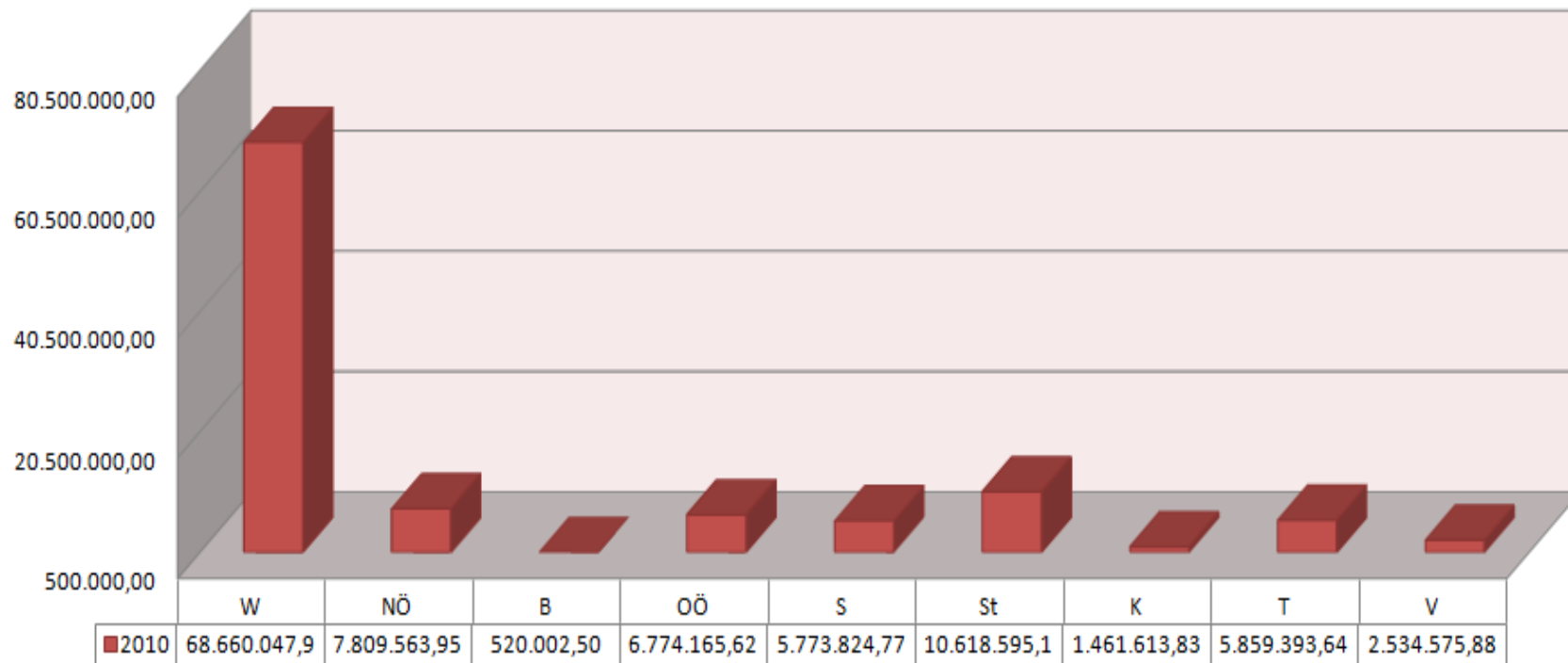
Gesamtes Werbeabgabenaufkommen 2011: 111 Mio. Euro



Datenquelle: Bundesministerium für Finanzen
Beträge in Mio. Euro

Aufteilung der WA nach BL 2010

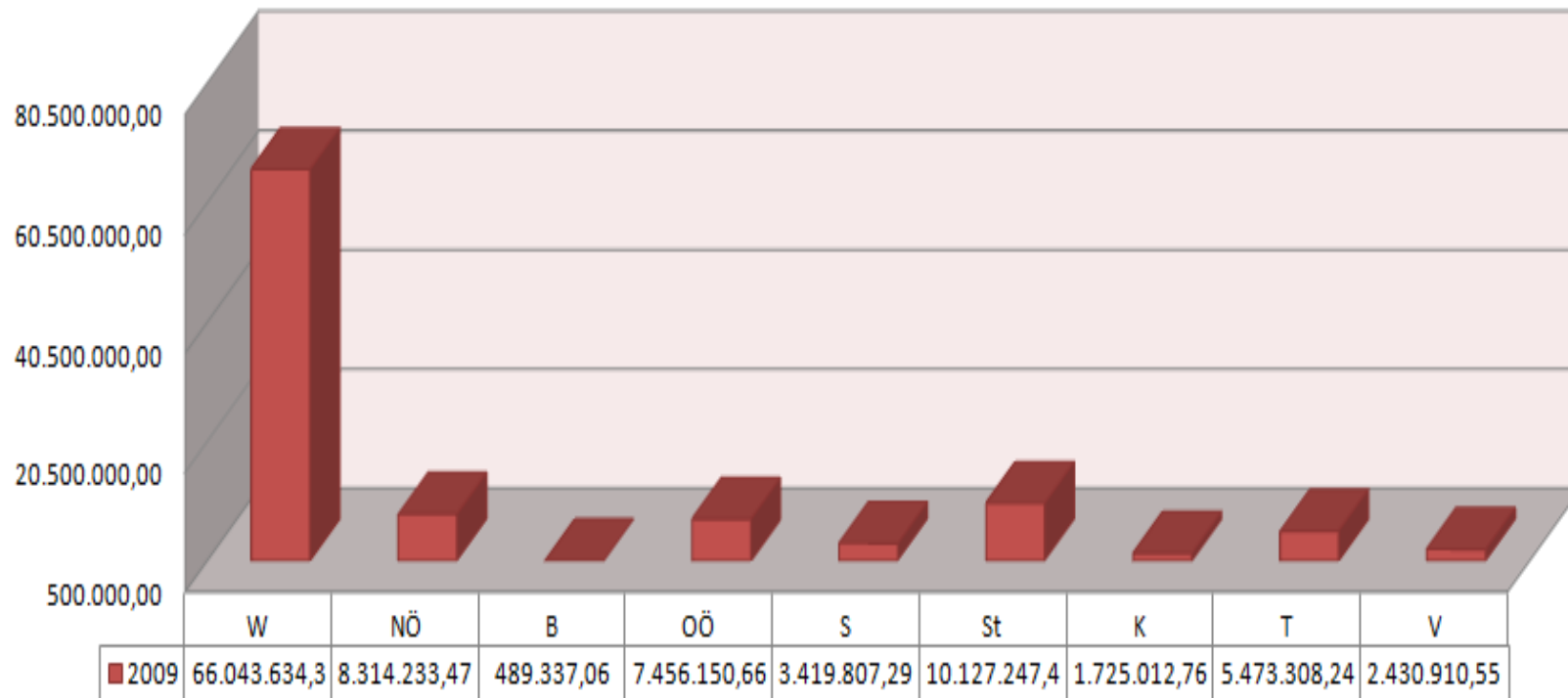
Gesamtes Werbeabgabenaufkommen 2011: 110 Mio. Euro



Datenquelle: Bundesministerium für Finanzen
 Beträge in Mio. Euro

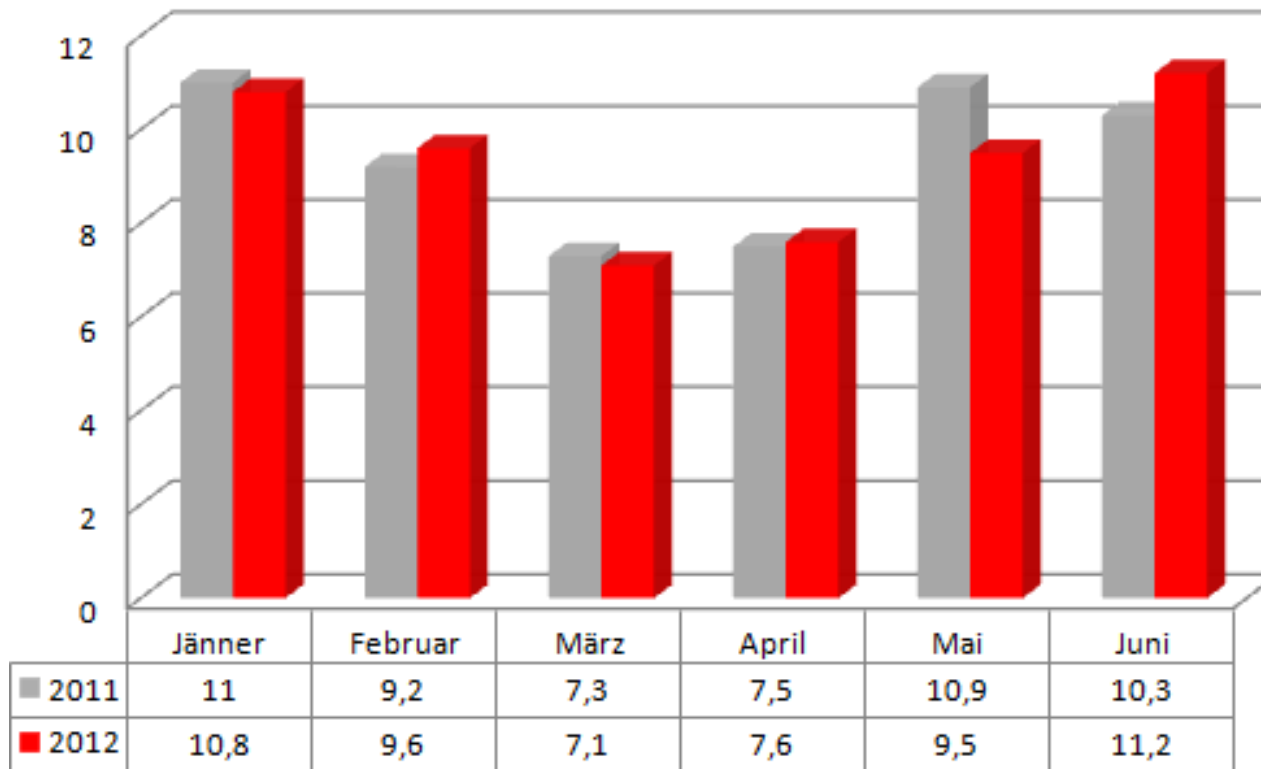
Aufteilung der WA nach BL 2009

Gesamtes Werbeabgabenaufkommen 2011: 105 Mio. Euro



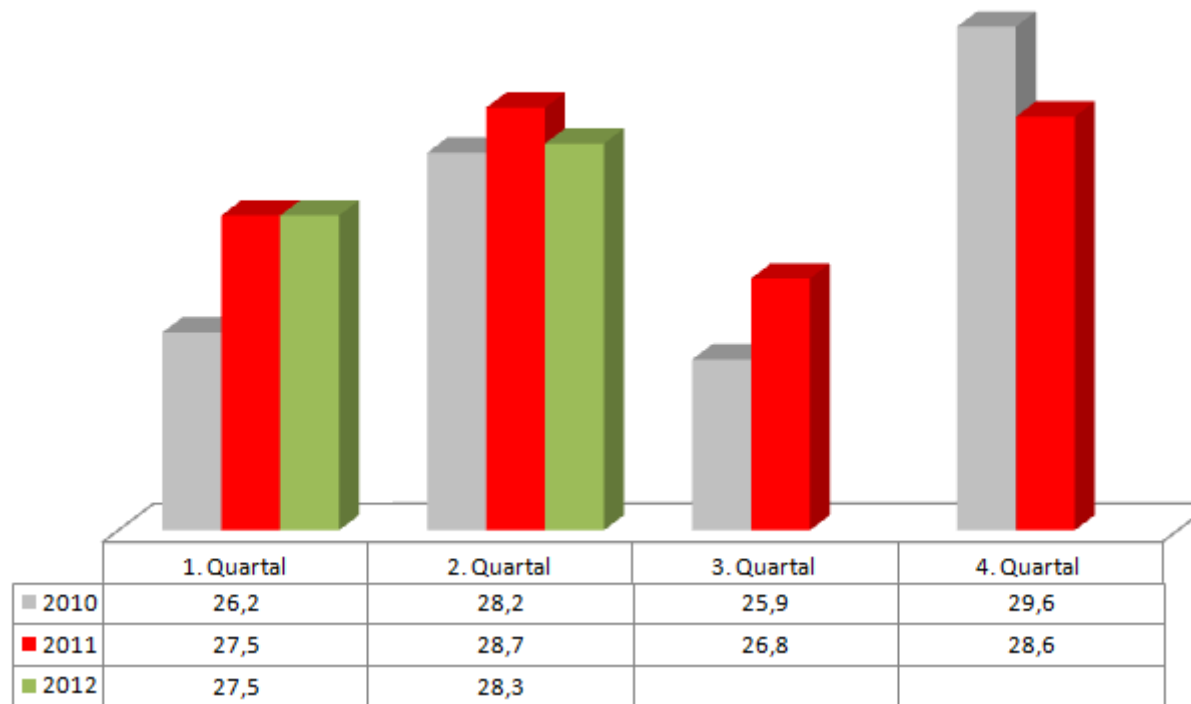
Datenquelle: Bundesministerium für Finanzen
Beträge in Mio. Euro

Werbeabgabe: Halbjahresvergleich 2011/2012



Datenquelle: Bundesministerium für Finanzen
Beträge in Mio. Euro

Werbeabgabe: Quartalsvergleiche 2010 bis 2012



Quelle: BMF / Beträge in Mio. Euro

Umsatzvergleich 2008/2010

	2010	2008
B	32.882	34.634,00
K	97.094	113.545,00
NÖ	582.933	464.657,00
OÖ	384.360	406.188,00
S	296.539	300.531,00
St	277.216	318.717,00
T	172.882	201.523,00
V	158.073	176.414,00
W	2.966.871	3.310.873,00
	4.968.850	5.327.082,00

Quelle: Stabsabteilung Statistik: Daten der LSE 2008 und 2010 (STAT); eigene Berechnungen
Beträge in 1.000 Euro

Umsätze 2010

BLD	Berufsbranche des FV Werbung & Marktkommunikation															Summe
	01 Werbe-agentur	02 Werbe-Architekt	03 Werbe-graphik-Designer	04 Ankündi-gungs-unter-nehmen	05 Werbe-mittel-verteiler	06 PR-Berater	07 Adres-sen-verlage und Direktwer-be-unternehmen	08 Markt- und Meinungs-forschung	09 Werbe-texter	10 Werbe-vertreter	11 Werbe-mittel-hersteller	12 Event-Marketer	13 Multi-media Agentur	14 Sponsoring Agentur	80 Sonstiges	
B	16.195	847	6.950	688	2.937	990	G	528	G		3.648		G			32.882
K	71.891	3.022	6.365	5.278	245	4.833	3.018	1.145	G	786		G	159			97.094
NÖ	387.100	27.698	25.739	8.566	4.262	17.791	98.348	5.829	1.060	2.261	3.280	G	580	G		582.933
OÖ	258.600	10.933	20.226	12.147	4.595	21.023	29.757	19.691	637	1.463	4.429	G	532	G		384.360
S	235.522	8.759	8.311	10.712	G	9.591	19.218	408	487	G	G		2.124			296.539
St	189.914	4.812	10.649	43.042	7.564	6.611	7.528	2.033	G	G	1.112	2.143	1.288			277.216
T	139.854	3.283	9.689	10.104	G	6.588	G	2.160	86	834	G		95			172.882
V	117.265	8.171	12.238	258	G	3.439	8.606	206	G	304		G	80			158.073
W	2.248.826	67.676	70.098	155.262	80.148	162.558	44.304	112.282	3.211	3.992	4.534	G	8.989	G		2.966.871
AT	3.665.167	135.201	170.265	246.057	107.367	233.424	210.942	144.282	5.777	10.219	17.970	7.040	13.856	1.283		4.968.850

G = aus Datenschutzgründen unterdrückter Wert G = erforderliche Gegenlöschung

Quelle: Stabsabteilung Statistik: Daten der LSE 2008 und 2010 (STAT); eigene Berechnungen
 Beträge in 1.000 Euro

Unselbständig Beschäftigte 2011

Berufszweig	Unselbständig Beschäftigte 2011 ¹		davon	
		Angestellte	ArbeiterInnen	Lehrlinge
Werbeagentur	13.754	12.375	1.145	234
Werbearchitekt	894	511	375	8
Werbegraphik-Designer	1.017	831	157	29
Ankündigungsunternehmen	1.405	798	597	9
Werbemittelverteiler	792	408	384	0
Public Relations-Berater	1.547	1.429	109	10
Adressverlage und Direktwerbeunternehmen	1.585	1.356	210	19
Markt- und Meinungsforschung	2.011	1.972	31	8
Werbetexter	16	15	1	0
Werbungsvertreter	66	60	6	0
Werbemittelhersteller	130	62	66	1
Event-Marketer	255	154	101	0
Multimedia-Agentur	126	118	1	8
Sponsoring-Agentur	26	25	1	0
Summe	23.622	20.113	3.183	326

¹ Beschäftigungsverhältnisse (inkl geringfügig Beschäftigte)

Die Zuordnung der Unternehmen zum Fachverband bzw zu den Berufsgruppen erfolgt auf Basis des Tätigkeitsschwerpunkts.

Durch die Schwerpunktklassifizierung der Mitglied-Unternehmen, die der Fachverband Werbung und Marktkommunikation durchführte, konnten die Grenzen des Fachverbands schärfer gezogen werden, wodurch es bei den Beschäftigtendaten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik für 2010 kommt.

Quelle: WKO; Jahreswerte 2011 (12 Monatsdurchschnitt)

Unselbständig Beschäftigte¹ 2011 nach Bundesländern und Berufsgruppen

Berufszweig	B	K	NÖ	OÖ	S	St	T	V	W
Werbeagentur	77	438	901	1.473	1.434	1.356	945	598	6.532
Werbearchitekt	12	20	218	77	82	34	20	54	376
Werbegraphik-Designer	58	44	148	153	81	52	72	80	330
Ankündigungsunternehmen	4	25	48	55	30	221	78	2	942
Werbemittelverteiler	14	G	20	25	2	221	17	G	491
Public Relations-Berater	6	16	89	120	114	56	58	45	1.044
Adressverlage und Direktwerbeunternehmer	G	36	618	96	162	150	G	119	401
Markt- und Meinungsforschung	4	27	78	912	9	19	20	3	937
Werbetexter	0	0	G	1	6	1	G	G	5
Werbungsvertreter	G	G	34	7	0	2	2	3	16
Werbemittelhersteller	5	G	29	40	9	14	G	G	33
Event-Marketer		93	G	8		43		G	101
Multimedia-Agentur	G	G	12	2	25	7	3	0	75
Sponsoring-Agentur		G	G	1					24
Summe	180	707	2.206	2.969	1.953	2.175	1.219	905	11.308

¹ Beschäftigungsverhältnisse (inkl geringfügig Beschäftigte)

Die Zuordnung der Unternehmen zum Fachverband bzw zu den Berufsgruppen erfolgt auf Basis des Tätigkeitsschwerpunkts.

Durch die Schwerpunktklassifizierung der Mitglied-Unternehmen, die der Fachverband Werbung und Marktkommunikation durchführte, konnten die Grenzen des Fachverbands schärfer gezogen werden, wodurch es bei den Beschäftigendaten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik für 2010 kommt.

Regionale Auswertung: Die Beschäftigten werden dem Bundesland zugeordnet, in dem das Unternehmen seinen Sitz hat, unabhängig von Standorten in anderen Bundesländern.

G: Daten, die weniger als drei Unternehmen betreffen, werden aufgrund der Geheimhaltungsbestimmungen unterdrückt und durch ein "G" ersetzt.

Quelle: WKO; Jahreswerte 2011 (12 Monatsdurchschnitt)

Kontakt

Wir danken für Ihre Aufmerksamkeit!

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>