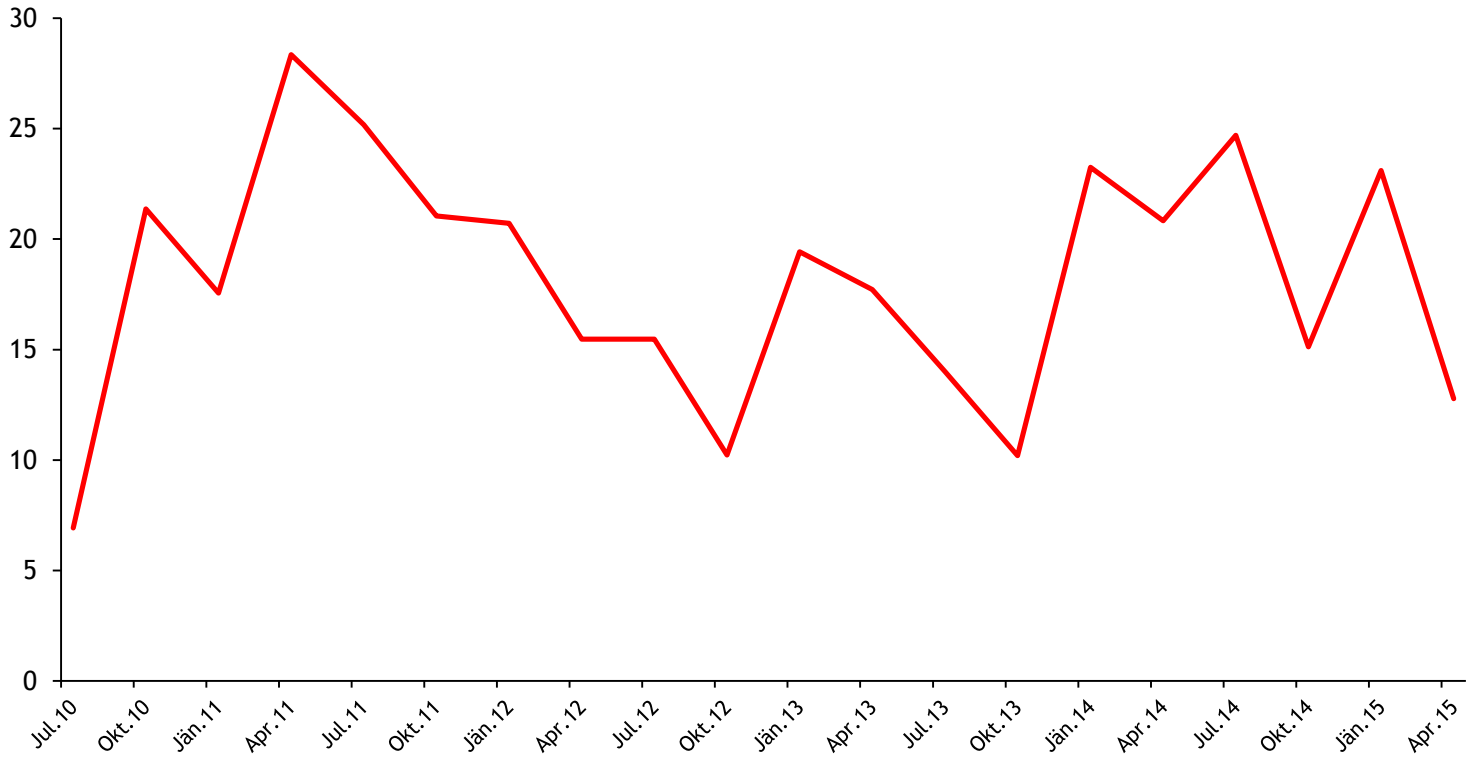
WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum April 2015

Werbeklimaindex April 2015: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 1. Quartal 2015
  - Aktuelle Lage im April 2015
  - Ausblick auf die kommenden 6 Monate
- Simples 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
- Stichprobe: 112 Unternehmen mit 2.742 Beschäftigten

Werbeklimaindex

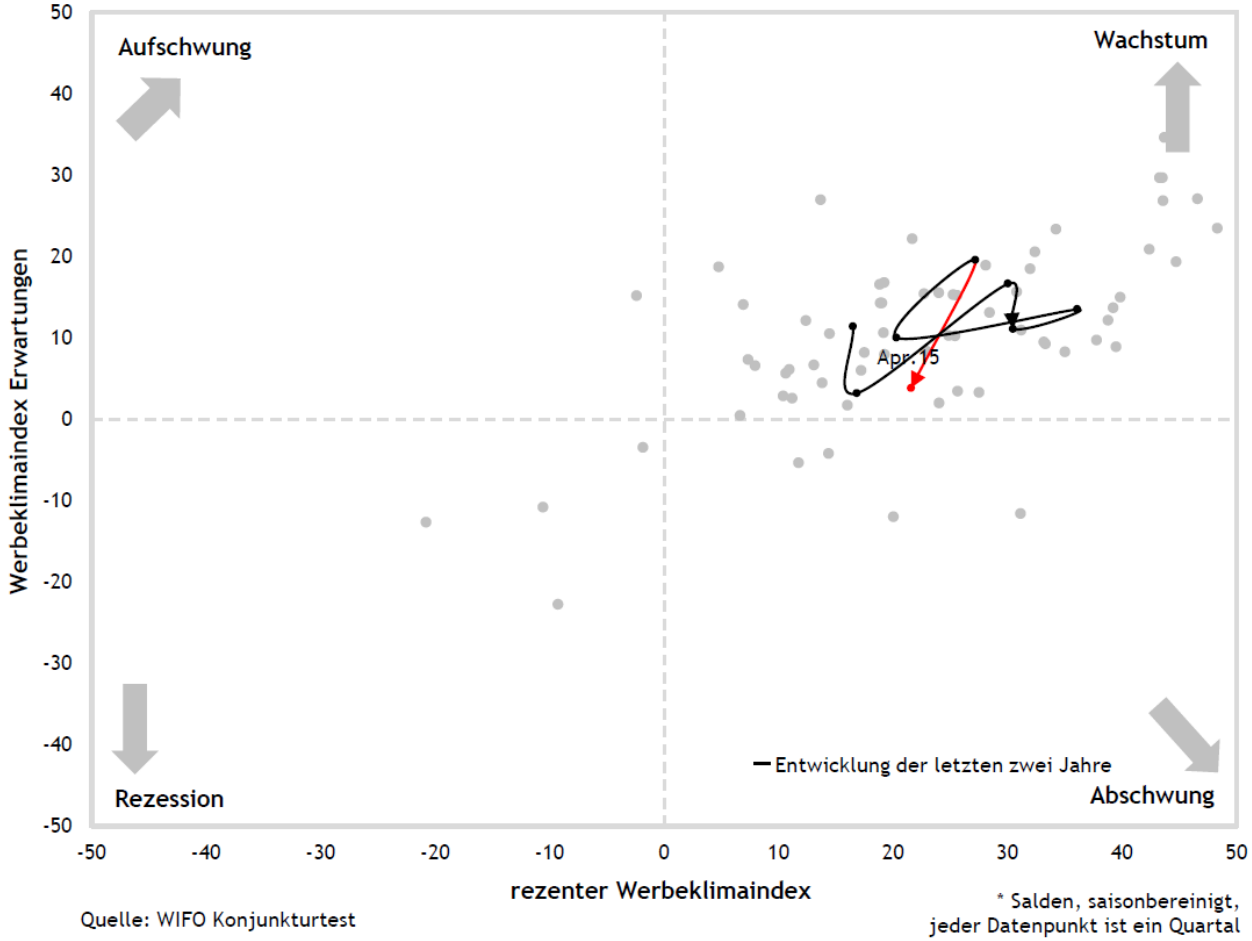


Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

Werbeklimaindex: Zusammenfassung April 2015

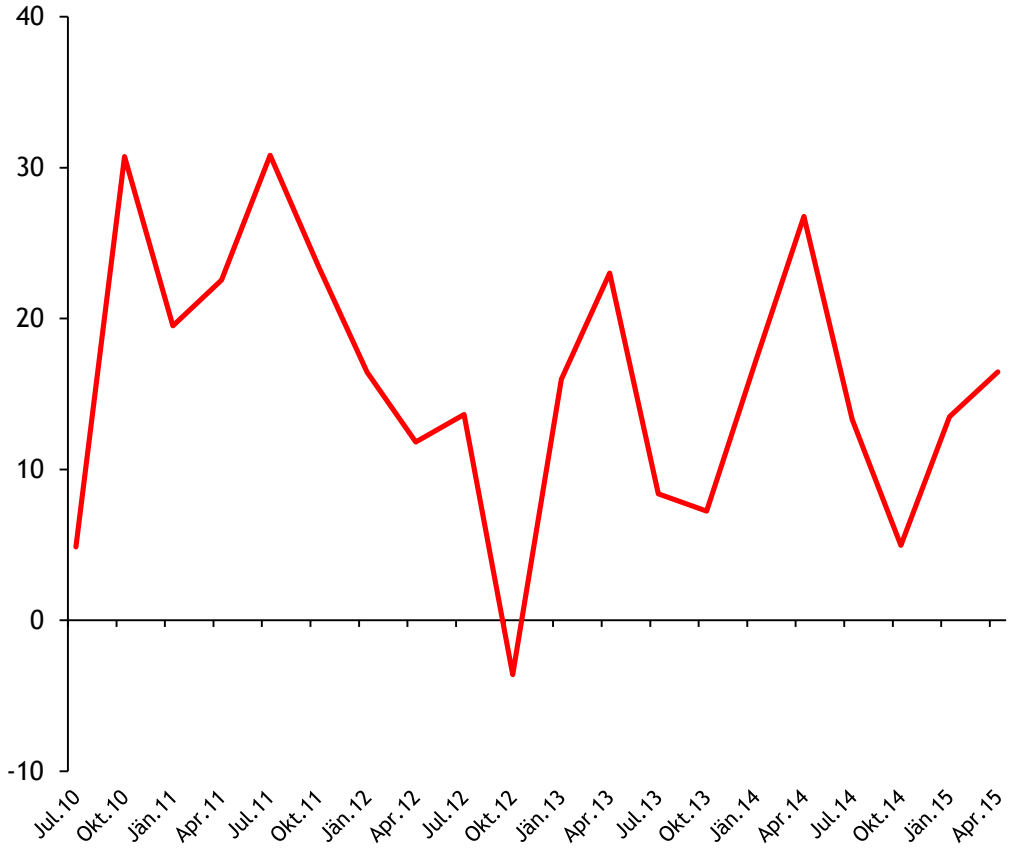
- Österreichs Werbewirtschaft weiterhin ohne Dynamik
- Werbeklimaindex sank von 23 auf 13 Punkte
- Der Index für die Beurteilung der Geschäftslage im Q1 schrumpfte von 27 Punkten auf 13 Punkte
- Lediglich 58 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Schwächelnde Entwicklung im Q2 und Q3
- Bei den Nachfragerwartungen mit 19 %-Punkten liegen die optimistischen Erwartungen gegenüber den pessimistischen 7 %-Punkten noch in der Überzahl
- Erholung der Werbekonjunktur in Europa setzt sich fort
- Deutschland ist Europameister, Österreich im Mittelfeld, Griechenland Schlusslicht
- Stagnation in Frankreich und Italien

Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2015



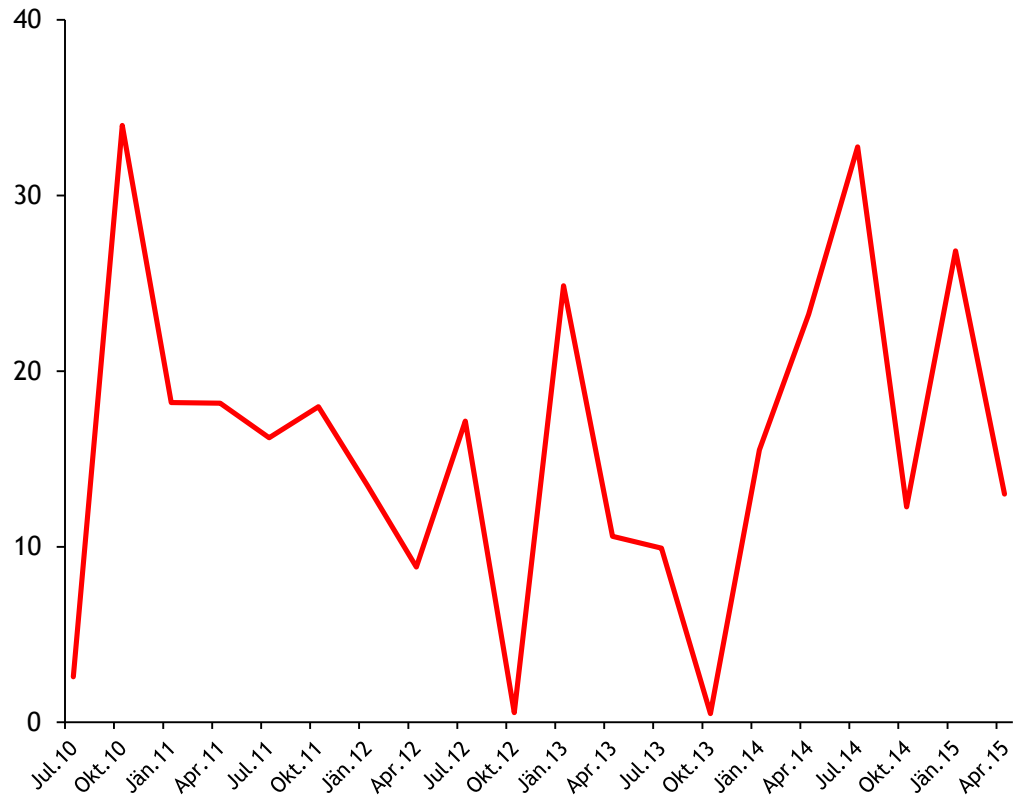
Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr"?
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen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

Nachfrage in den letzten drei Monaten



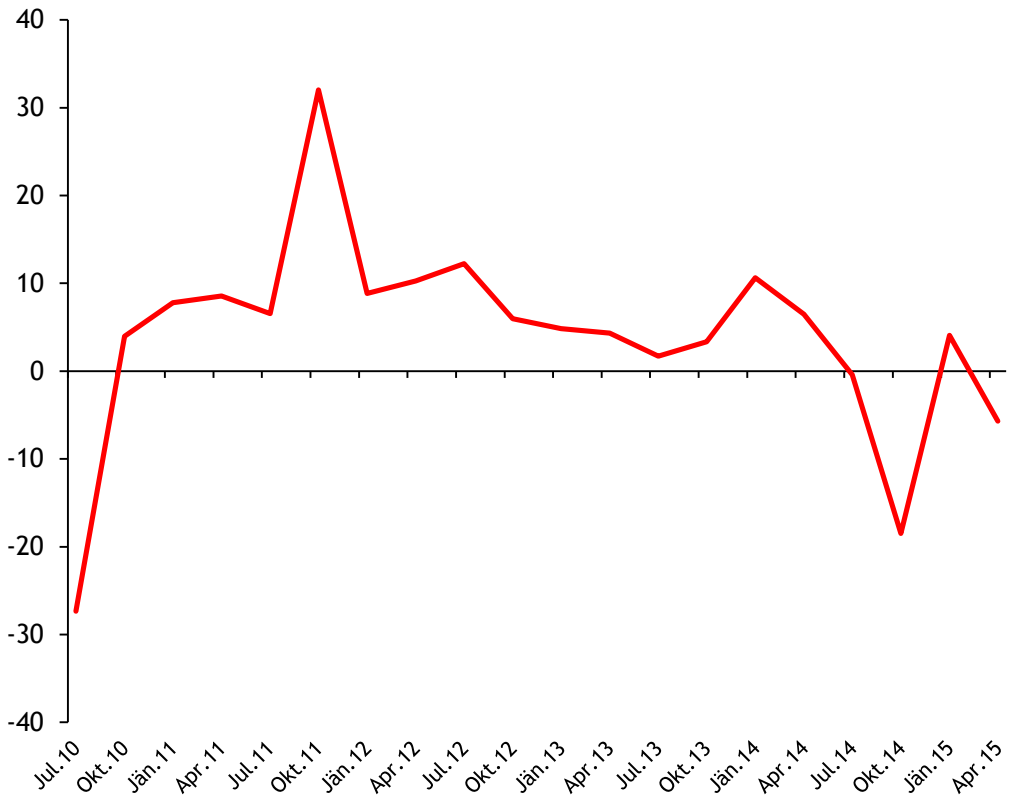
- Die Nachfrageentwicklung verlief im 1. Quartal 2015 noch durchaus positiv
- 27 % der Unternehmen berichten von einer verbesserten Nachfragesituation
- 10 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert

Geschäftslage in den letzten drei Monaten



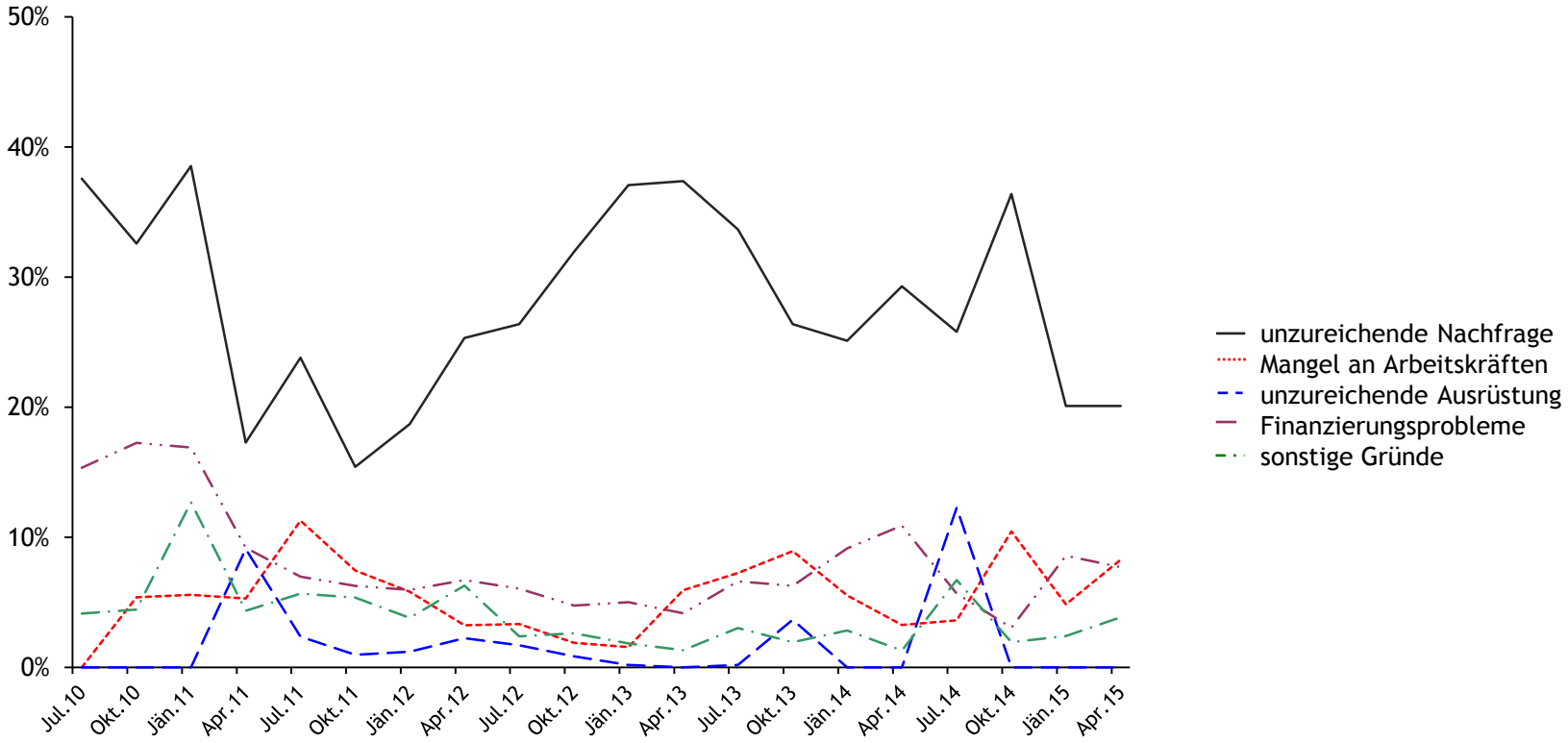
- Die Gewinnsituation hat sich im 1. Quartal 2015 deutlich verschlechtert
- 26 % der Unternehmen gaben an, dass sich die Geschäftslage verbessert hat; 13 % sahen sich mit einer Verschlechterung der Geschäftslage konfrontiert
- Dies ergibt einen Saldo von 13 Punkten

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- Die aktuelle Geschäftslage sinkt leicht ins Negative
- Nur mehr 10 % der befragten Unternehmen beurteilen im April die Geschäftslage positiv; 16 % sehen sich mit einer negativen Entwicklung konfrontiert
- Der Saldo dreht seit Oktober 2010 und Juli 2014 wieder mit -6 Punkten ins Negative

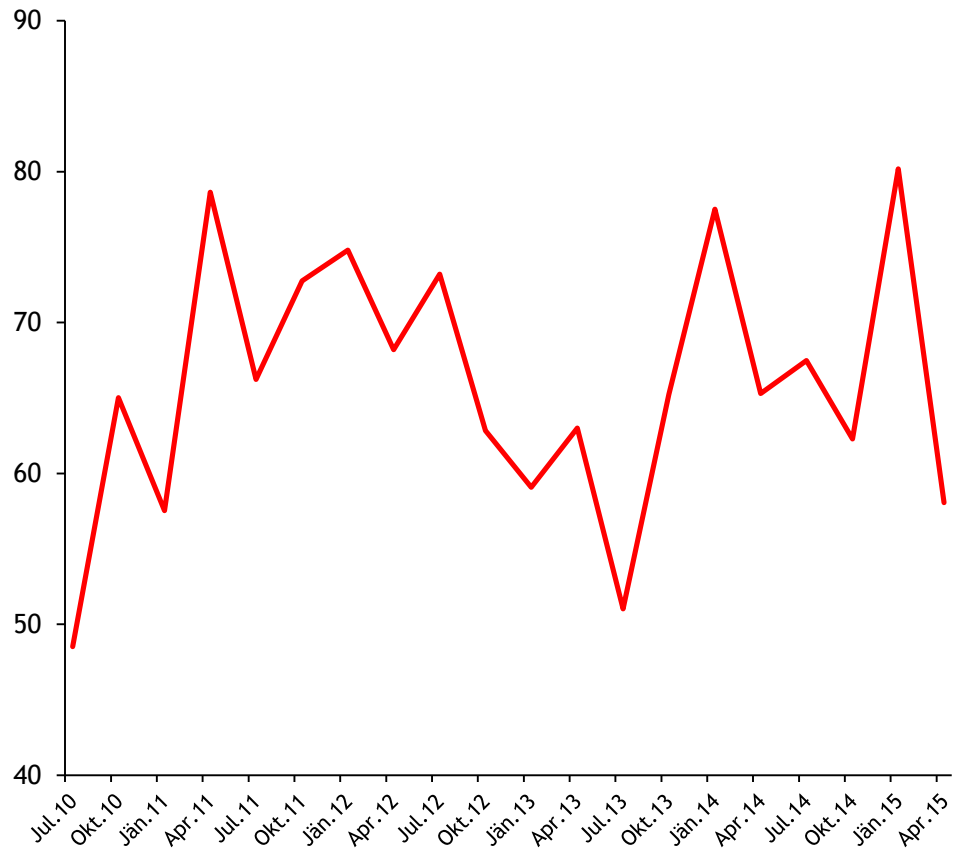
Behinderungen der Geschäftstätigkeit



Behinderungen der Geschäftstätigkeit

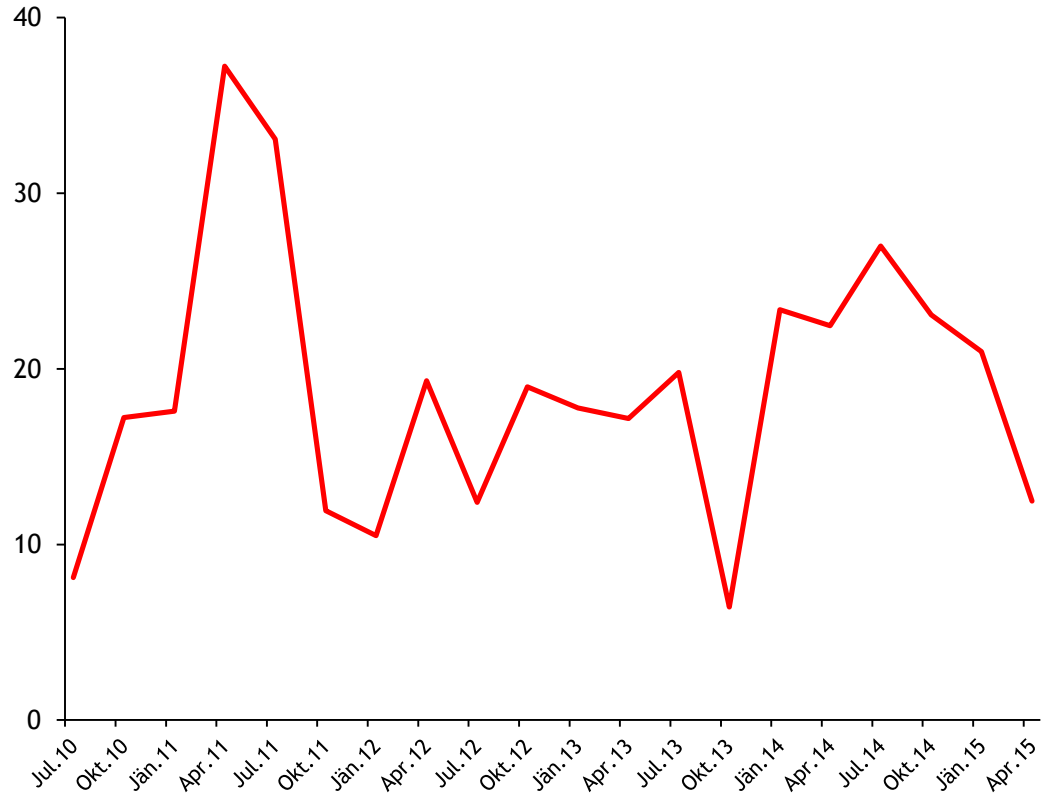
- Zur Zeit keine Behinderungen melden 60 % der Unternehmen
- Unzureichende Nachfrage melden 20 % der Unternehmen
- Mangel an Arbeitskräften melden 8 % der Unternehmen
- Finanzierungsprobleme melden 8 % der Unternehmen
- Sonstige Gründe melden 4 % der Unternehmen

Auftragsbestand



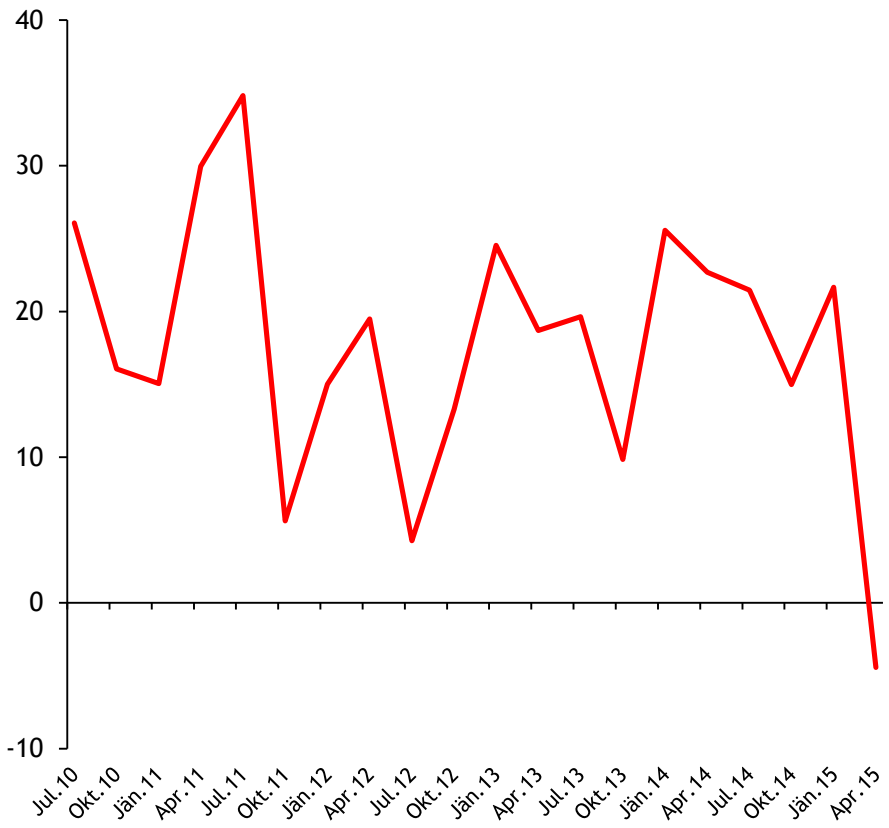
- Dieser Index ist im Vergleich zur Jänner-Erhebung um mehr als 20 Punkte gesunken
- Nur mehr 58 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 42 % sehen sich mit nicht ausreichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Dieser Index liegt mit 58 %-Punkten deutlich unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (66 %-Punkte)

Nachfrageerwartung



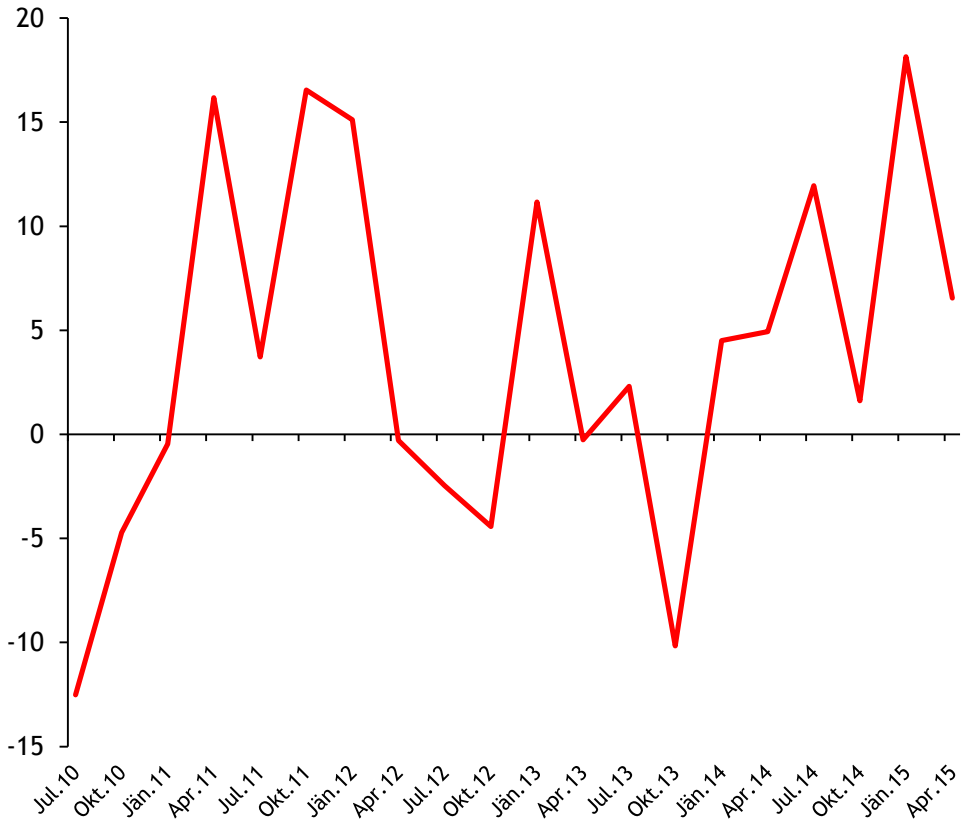
- Die befragten Unternehmer erwarten für die kommenden Monate eine verhaltene Entwicklung der Nachfrage
- 19 % der Unternehmer gehen von einer steigenden Nachfrage aus; bereits 7 % erwarten einen Rückgang
- Der Saldo liegt bei 12 Punkten
- Der Wert liegt spürbar unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (19 Punkte)

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- Die Beurteilung der Gewinnsituation für das Q2 und Q3 2015 ergibt ein sehr trübes Konjunkturbild
- Nur mehr 10 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; Bereits 15 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Der Ausblick auf die künftige Geschäftslage ist verhaltenen; der Saldo liegt bei -5 Punkten
- Dieser Saldo liegt unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (18 Punkte)

Beschäftigungserwartung

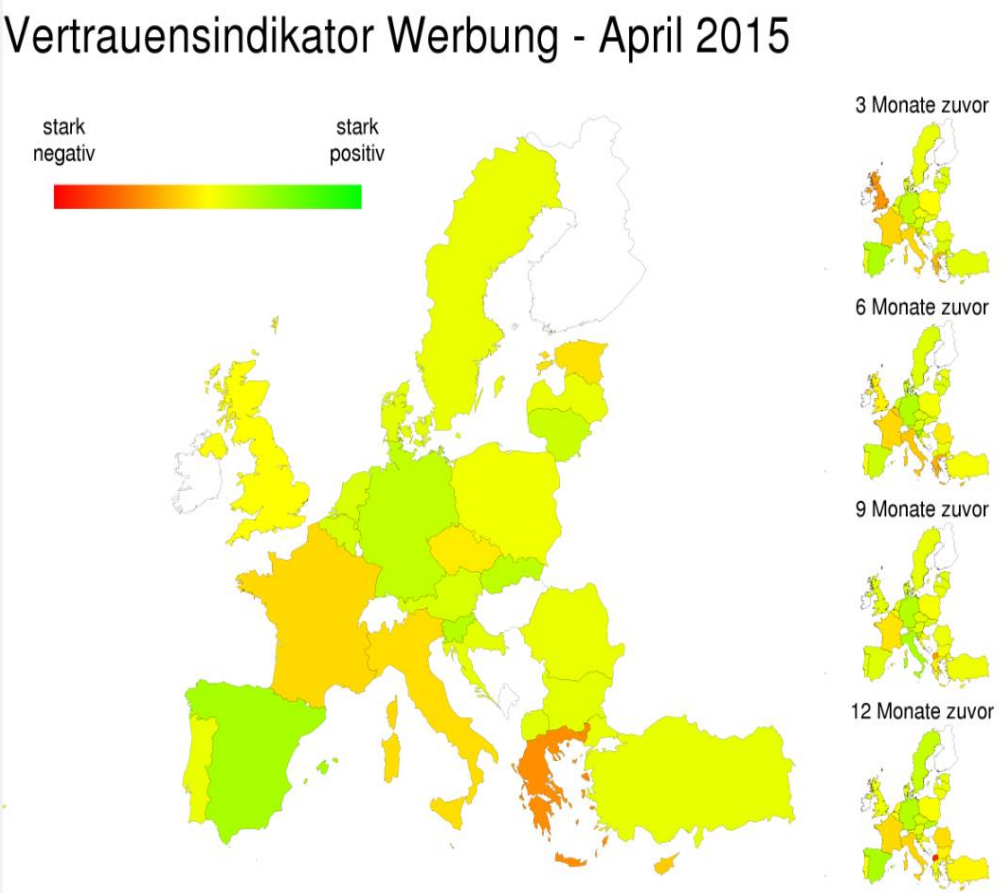


- Die Branche rechnet nicht damit, in den nächsten Monaten in wesentlichem Ausmaß zusätzliche Arbeitsplätze zu schaffen
- 13 % der Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- Bereits 7 % der Unternehmen rechnen damit, Mitarbeiter abbauen zu müssen
- Der Saldo spiegelt mit 6 Punkten die unsichere Konjunktursituation wider

EU Vertrauensindikator Werbung: April 2015

- 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

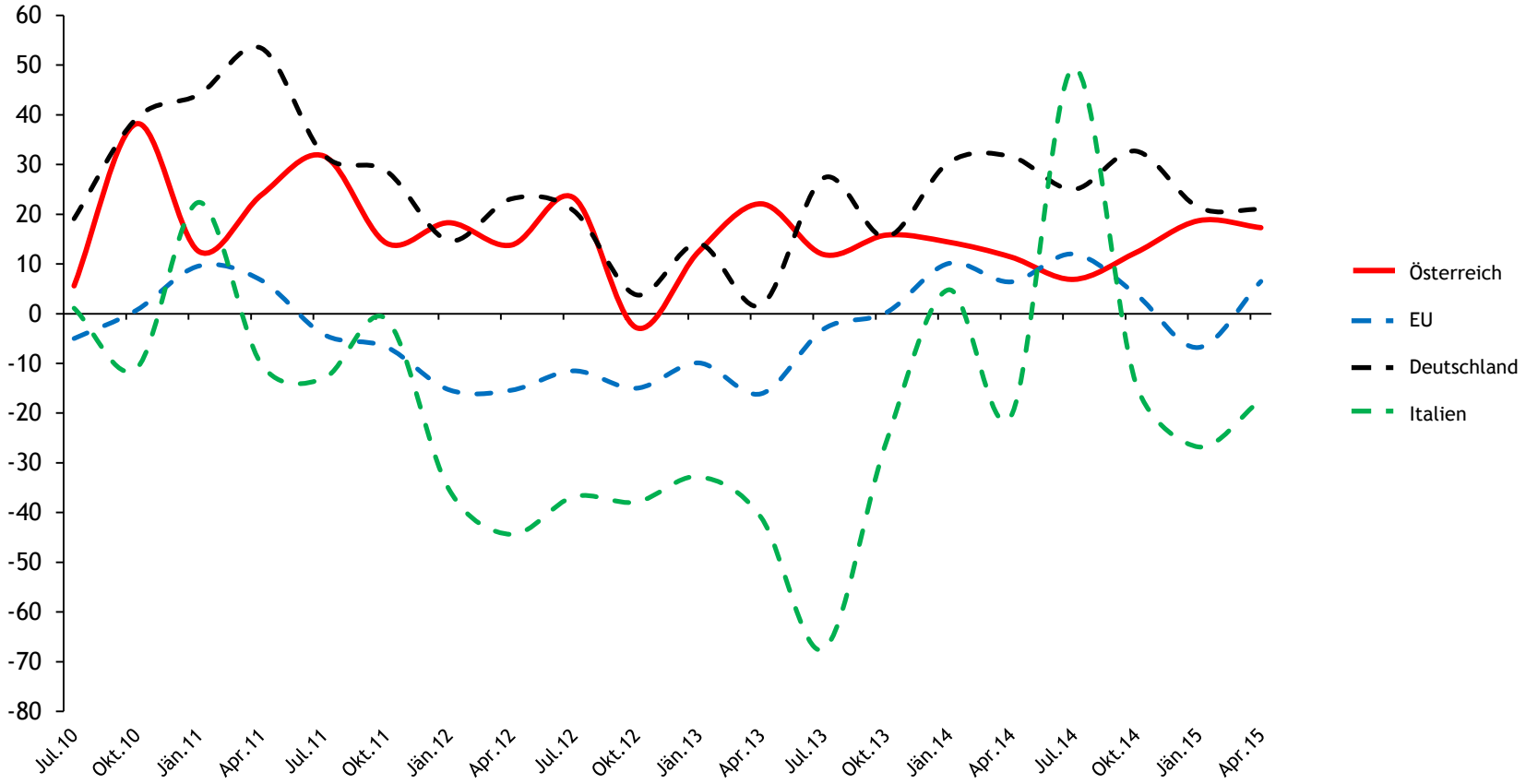
EU Vertrauensindikator der Werbewirtschaft: April 2015



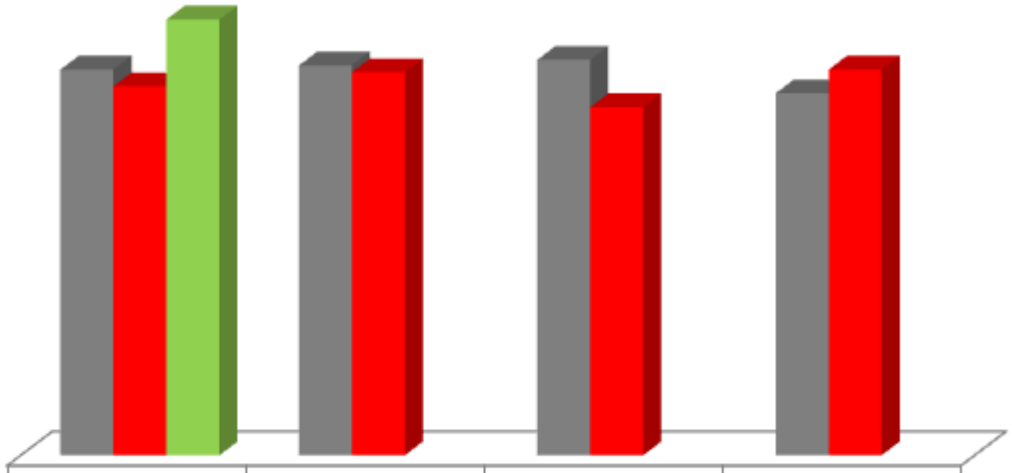
Q: Confidence Indicator (COF) für NACE 73 der Europäischen Kommission DG-ECFIN; Kartendaten: © EuroGeographics bezüglich der Verwaltungsgrenzen; Visualisierung: Osterreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (WIFO).

- Konjunkturklima bleibt in der deutschen Werbewirtschaft sehr optimistisch
- Auch in Skandinavien, im Baltikum und den Benelux-Staaten zeigt sich eine robuste Werbekonjunktur
- In Mittel und Ost-Europa scheint die Krise überwunden zu sein
- Spanien und Portugal erholen sich
- In Italien hat sich die Stimmung der Werbetreibenden über die letzten 12 Monate merklich abgekühlt; Frankreich stagniert die letzten Monate
- UK dreht leicht ins Positive
- Griechenland bleibt weiter negativ

Nachfrage in den letzten drei Monaten



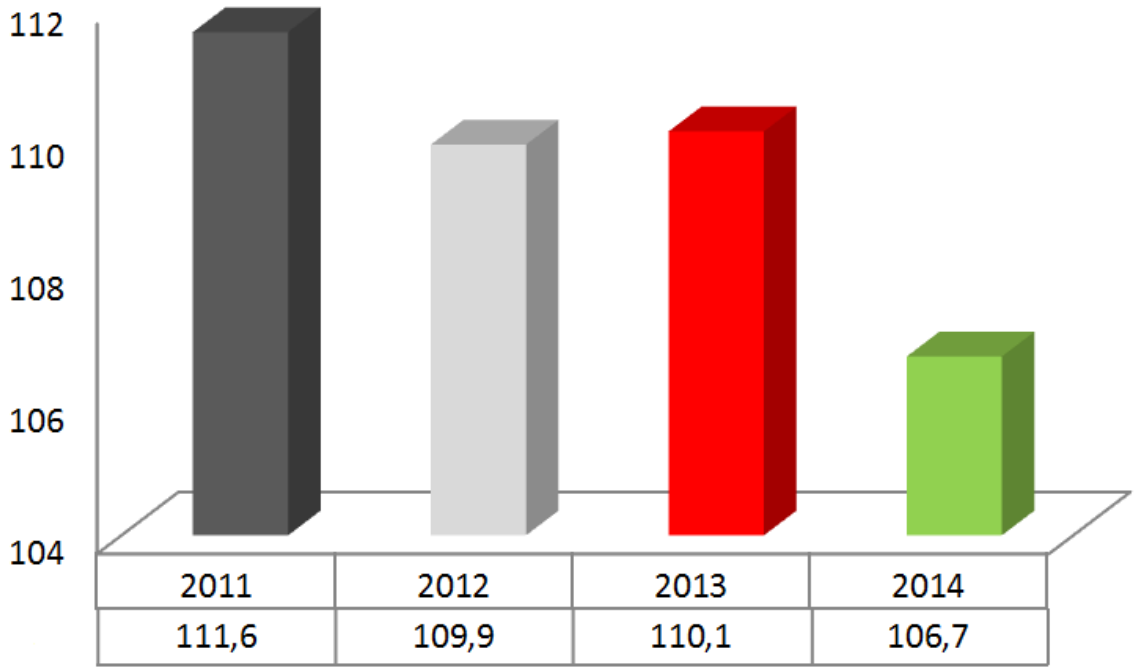
Werbeabgabe:
Vergleich Quartale 2013 bis 2015



	1. Quartal	2. Quartal	3. Quartal	4. Quartal
2013	27,7	28	28,4	26
2014	26,5	27,5	25	27,7
2015	31,3			

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

Werbeabgabe: Jahresvergleich 2011 bis 2014



Datenquelle: Bundesministerium für Finanzen, Grafik FV Werbung, Beträge in Mio. 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
W http://wko.at/werbung