



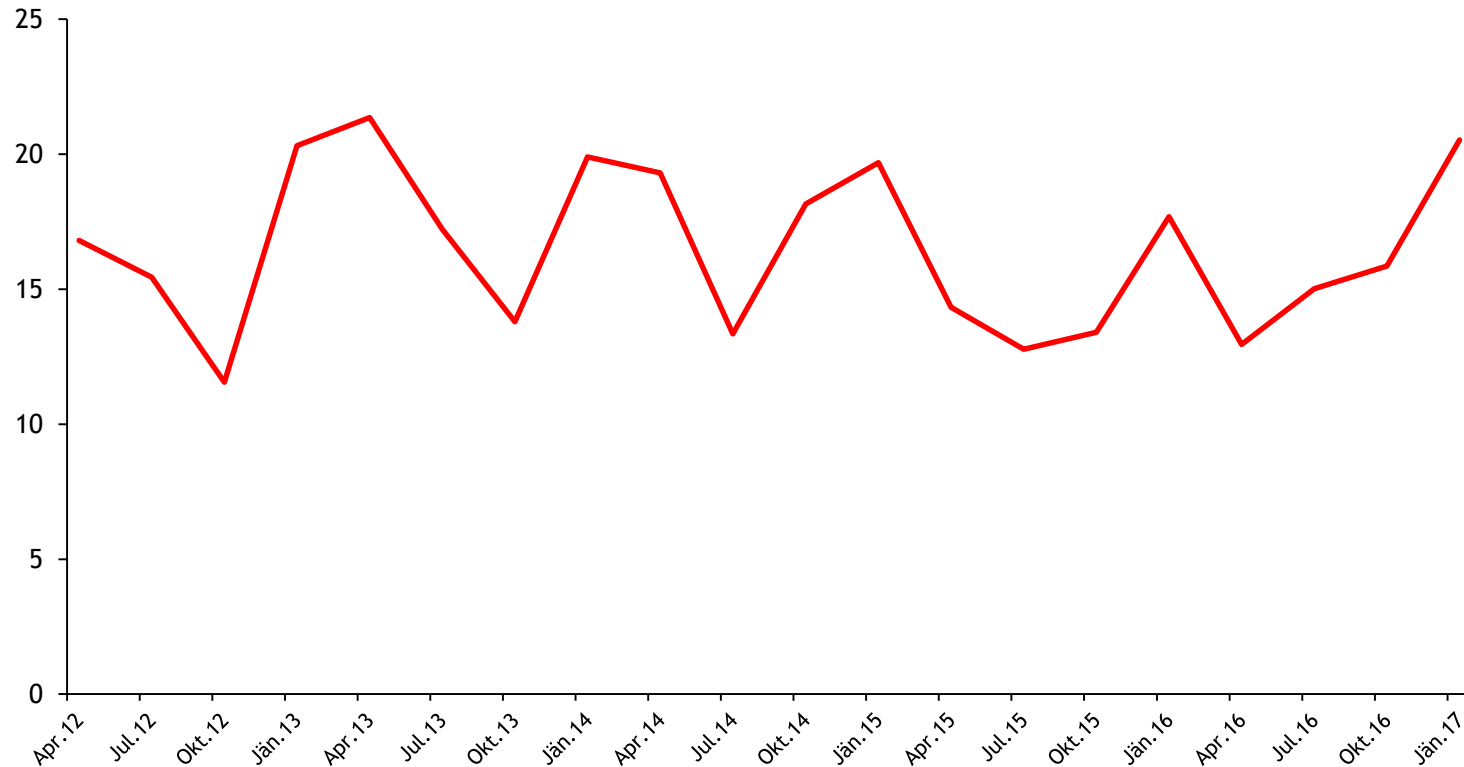
WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Jänner 2017

Werbeklimaindex Jänner 2017: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 4. Quartal 2016
 - Aktuelle Lage im Jänner 2017
 - 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: 114 Unternehmen mit 3.368 Beschäftigten

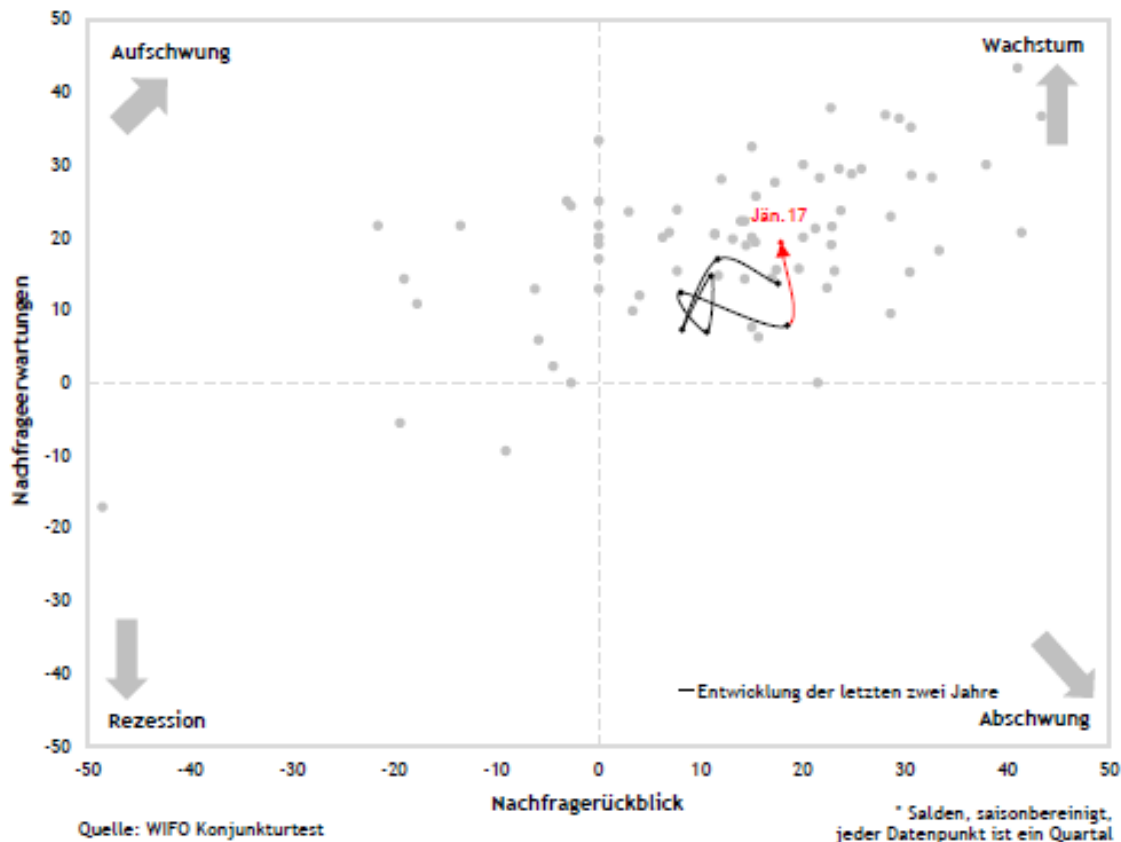
Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2017

Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation

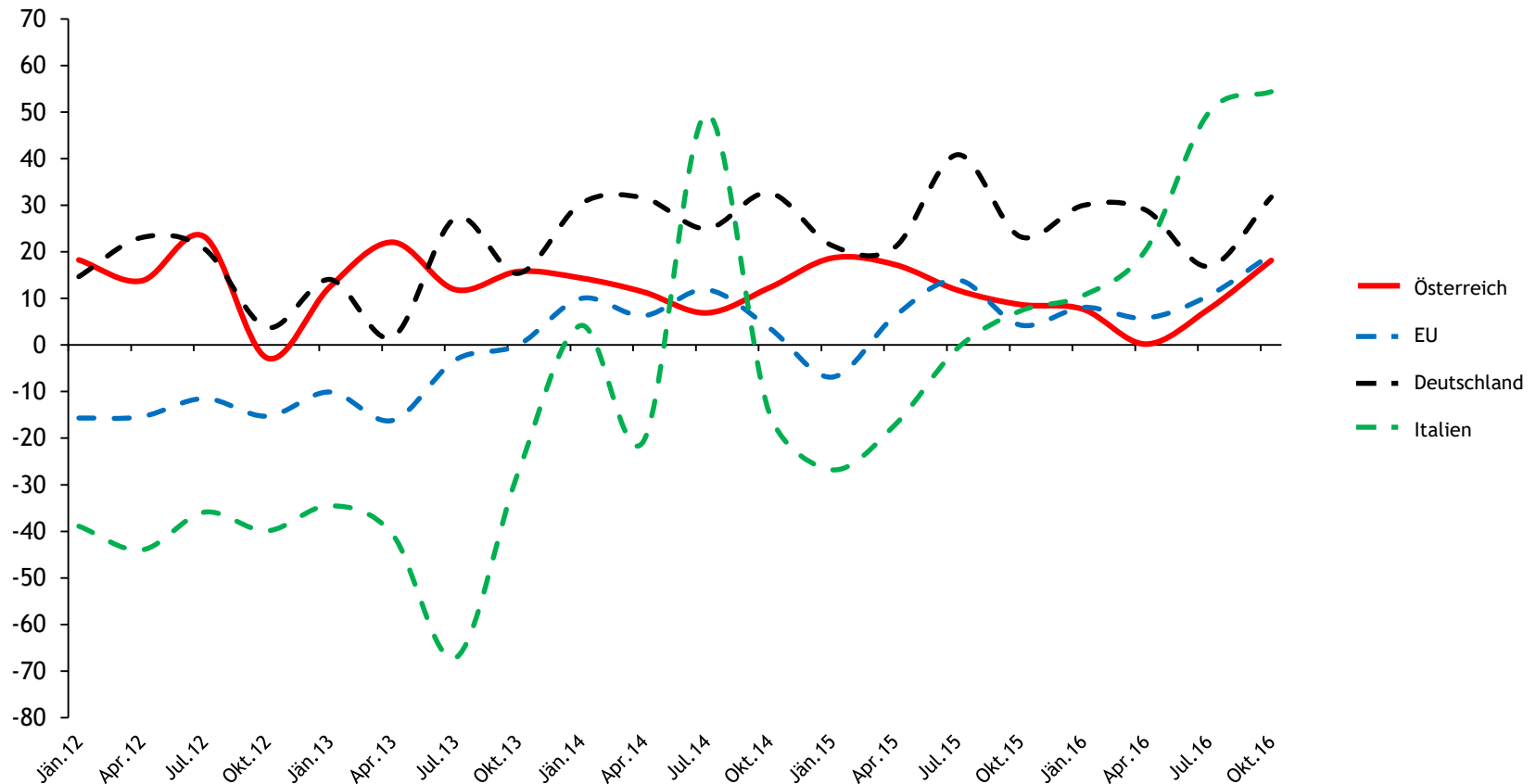


Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen 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 2017

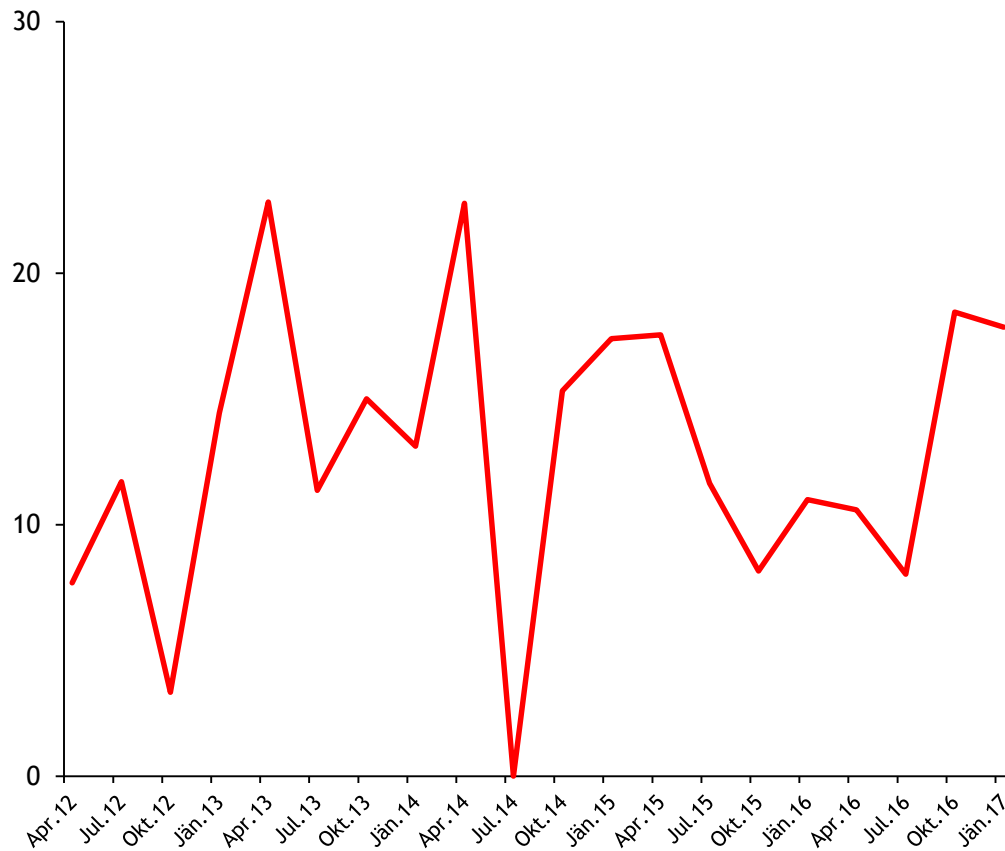
- Der Werbeklimaindex steigt auf +21 Punkte
- Die Konjunkturampeln stehen anhaltend auf „grün“
- Die Geschäftslage und die Nachfrage haben sich im 4. Quartal stabil entwickelt
- Die Auftragsbücher sind gut gefüllt; 75 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Die Ergebnisse zeigen eine weitere Aufhellung der unternehmerischen Stimmung; der Saldo der Nachfrageerwartung ist von +8 Punkten auf +19 Punkte gestiegen
- In den kommenden 6 Monaten rechnen 18 % der Unternehmen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 8 % gehen von einer Verschlechterung aus
- 12 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen; 6 % rechnen damit, Mitarbeiter abbauen zu müssen. Damit liegt der Saldo bei 6 Punkten, was einen positiven Ausblick bedeutet

Nachfrage in den letzten drei Monaten



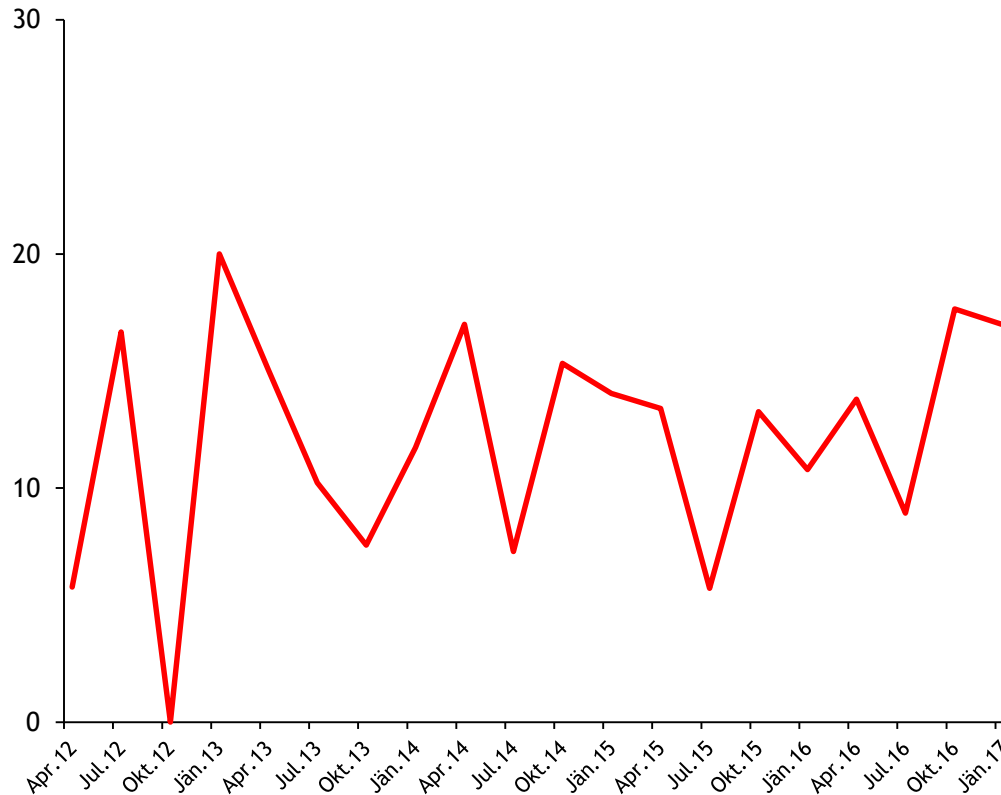
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

Nachfrage in den letzten drei Monaten



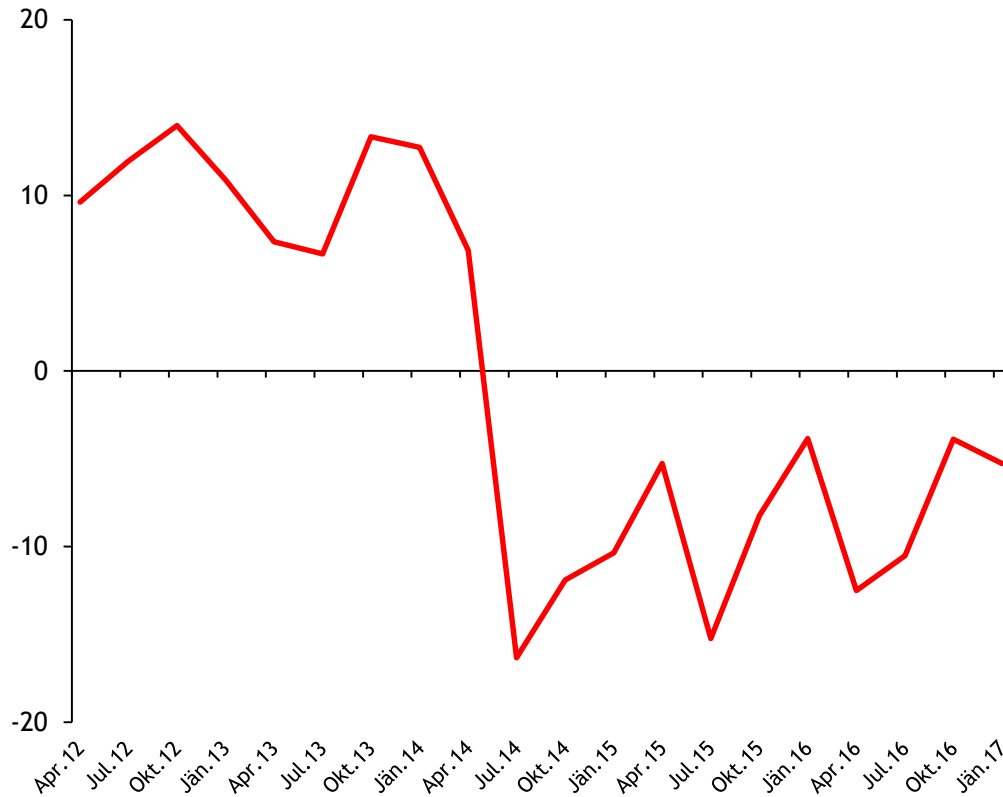
- Die Nachfrageentwicklung im 4. Quartal bleibt stabil
- 32 % der Unternehmen berichten von einer sich verbessernden Nachfragesituation
- 14 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Damit liegt dieser Wert bei +18 Punkten
- Im Europa-Vergleich wuchs die Nachfrage in Österreich etwas dynamischer als im Durchschnitt des Euro-Raums

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



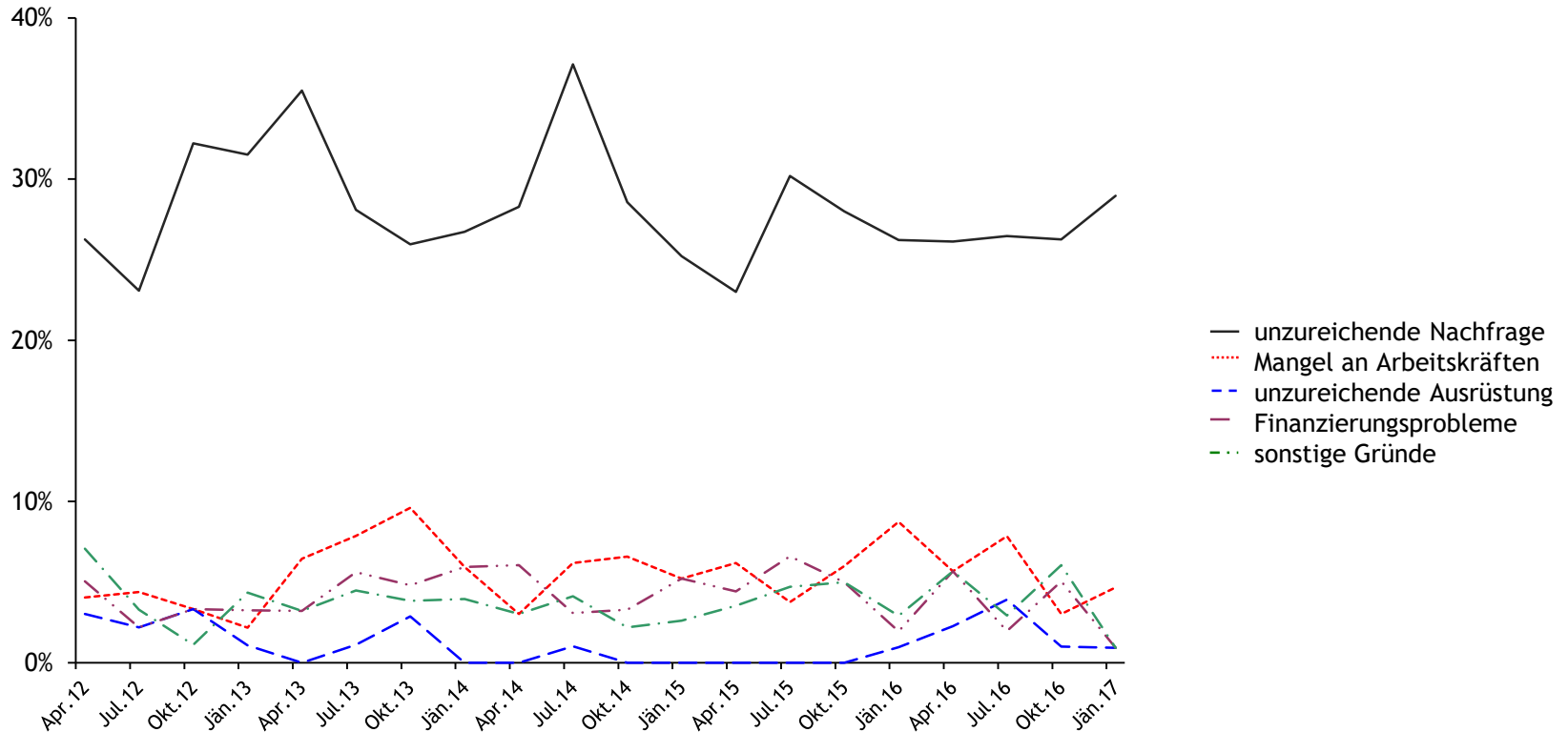
- Auch die Geschäftslage hat sich im 4. Quartal 2016 stabil entwickelt
- Der Saldo liegt bei +17 Punkten
- 29 % der Unternehmen gaben an, dass sich ihre Geschäftslage verbessert hat
- 12 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- 12 % der Befragten berichten über eine gute Geschäftslage;
- 17 % der Unternehmer melden im Jänner 2017 eine schlechte Geschäftslage
- Die Geschäftslage bleibt angespannt; der Saldo liegt weiterhin im Negativen (-5 Punkte)
- 70 % der Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage als befriedigend

Behinderungen der Geschäftstätigkeit

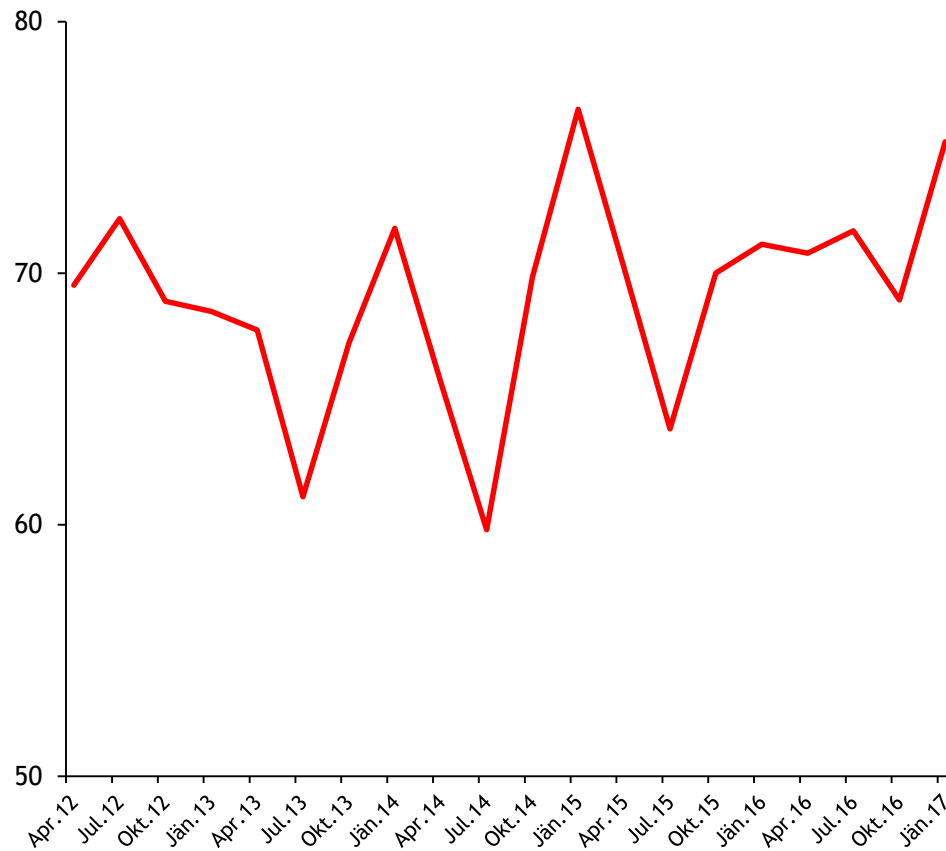


Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

64 % geben an, zur Zeit keine Behinderungen zu erfahren

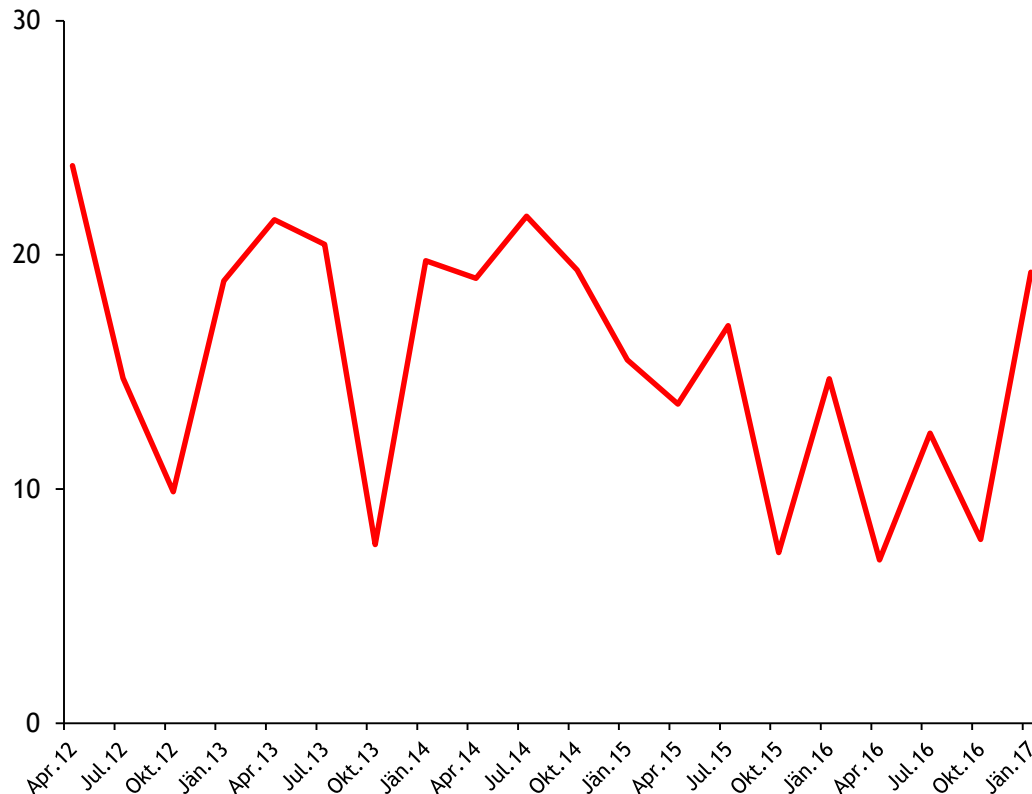
- 29 % melden unzureichende Nachfrage
- 5 % Mangel an Arbeitskräften
- 1 % Finanzierungsprobleme
- 1 % „sonstige Gründe“
- 1 % unzureichende Ausrüstung

Auftragsbestand



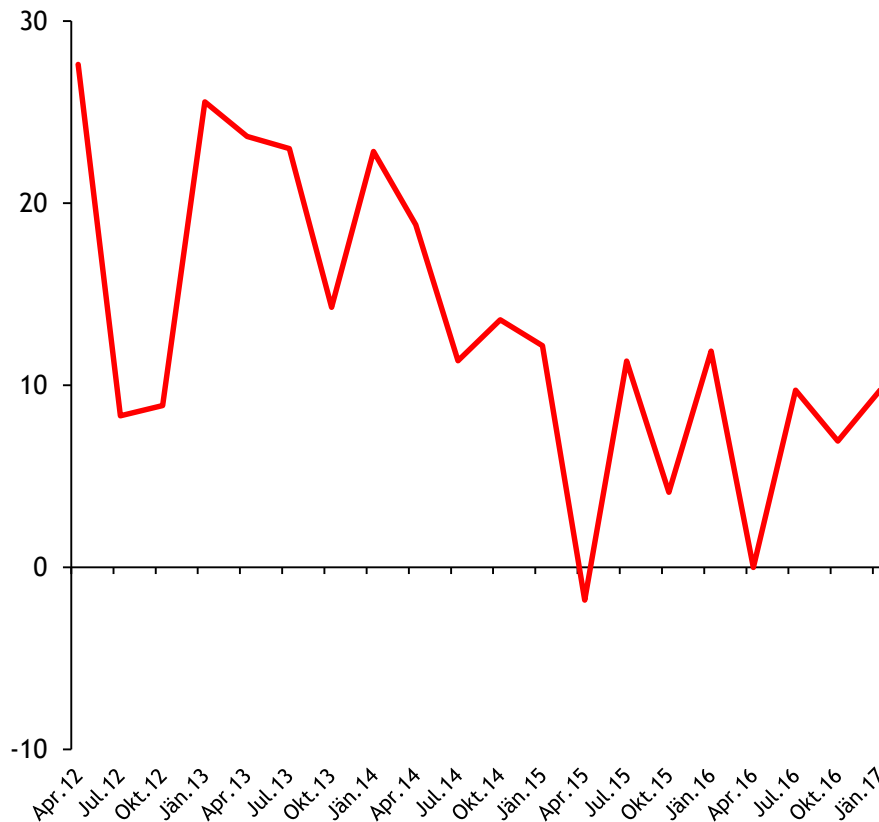
- Die Auftragsbücher sind wieder besser gefüllt
- 75 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Dieser Wert liegt über dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (69 %)
- Ein Viertel der Unternehmer berichtet von zu geringen Auftragsbeständen

Nachfrageerwartung



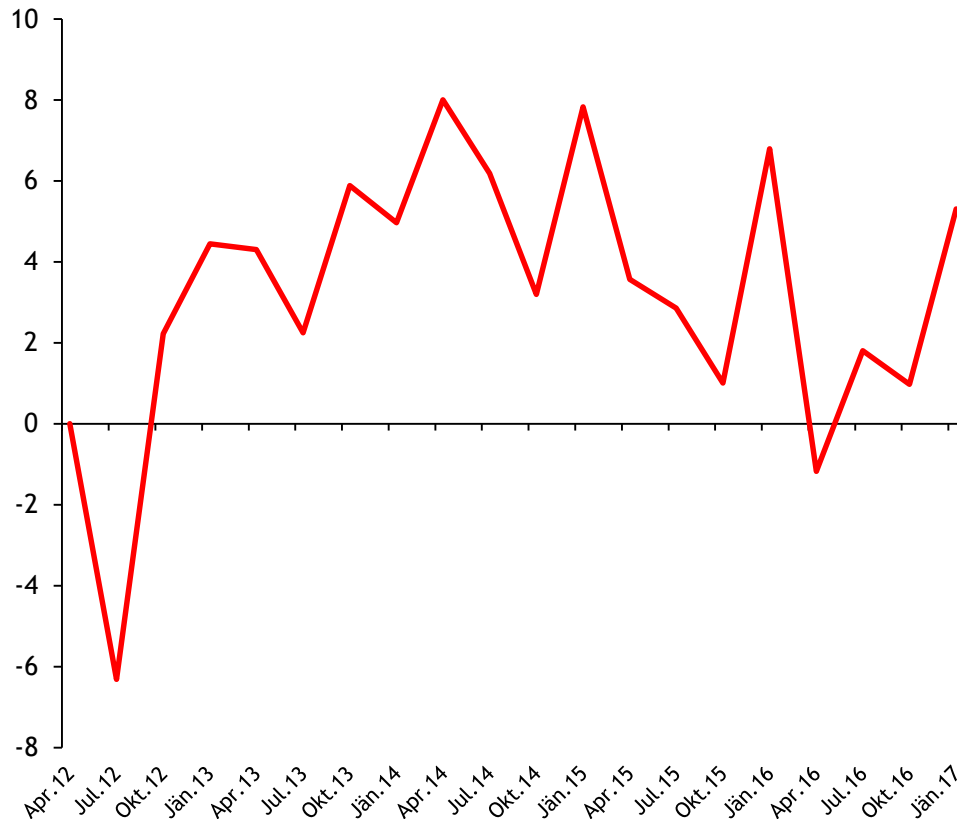
- Die Unternehmer rechnen insgesamt mit einem Anstieg der Nachfrage; der Saldo liegt bei +19 Punkten
- 26 % gehen von steigender, 7 % von einer sinkenden Nachfrage aus
- Zwei Drittel der Unternehmer erwarten in den nächsten Monaten keine Veränderung

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 18 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 8 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Dieser Saldo von +10 Punkten liegt unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (+13 Punkte)
- Das Ergebnis ist insgesamt aber positiv

Beschäftigungserwartung

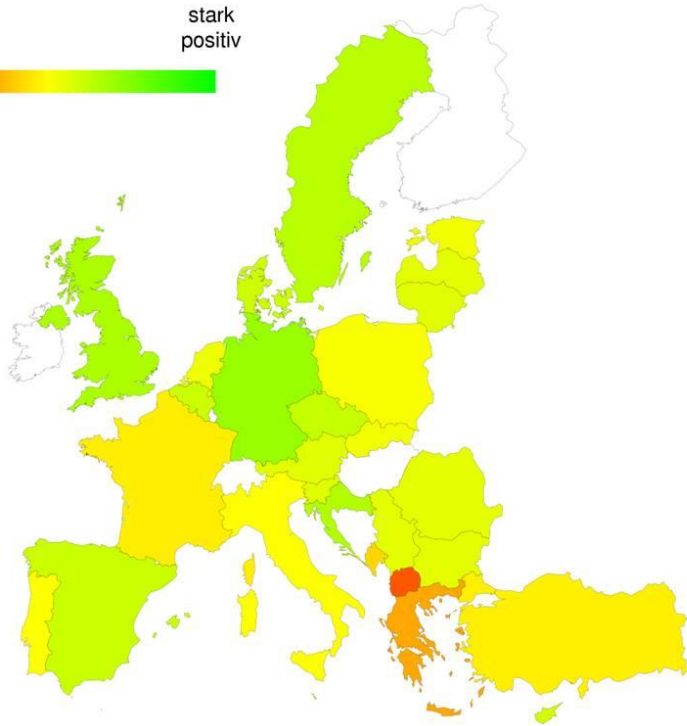


- 12 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- 6 % rechnen damit, Mitarbeiter abbauen zu müssen
- Damit liegt der Saldo bei +6 Punkten, was einen positiven Ausblick bedeutet

EU Vertrauensindikator Werbung Jänner 2017

Vertrauensindikator Werbung - Jänner 2017

stark negativ stark positiv



3 Monate zuvor



6 Monate zuvor



9 Monate zuvor



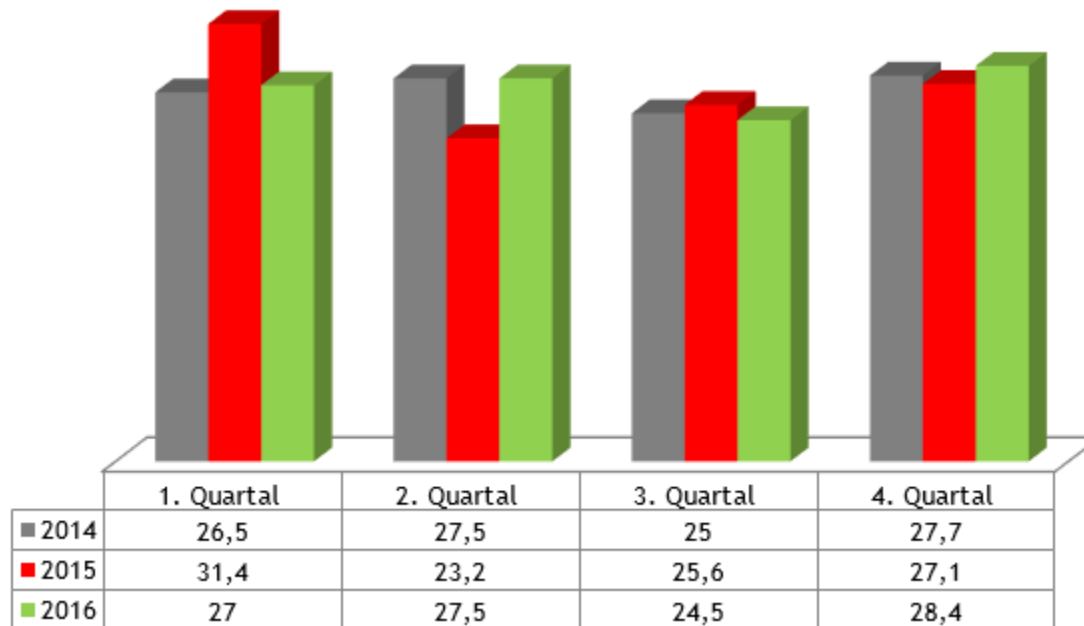
12 Monate zuvor



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

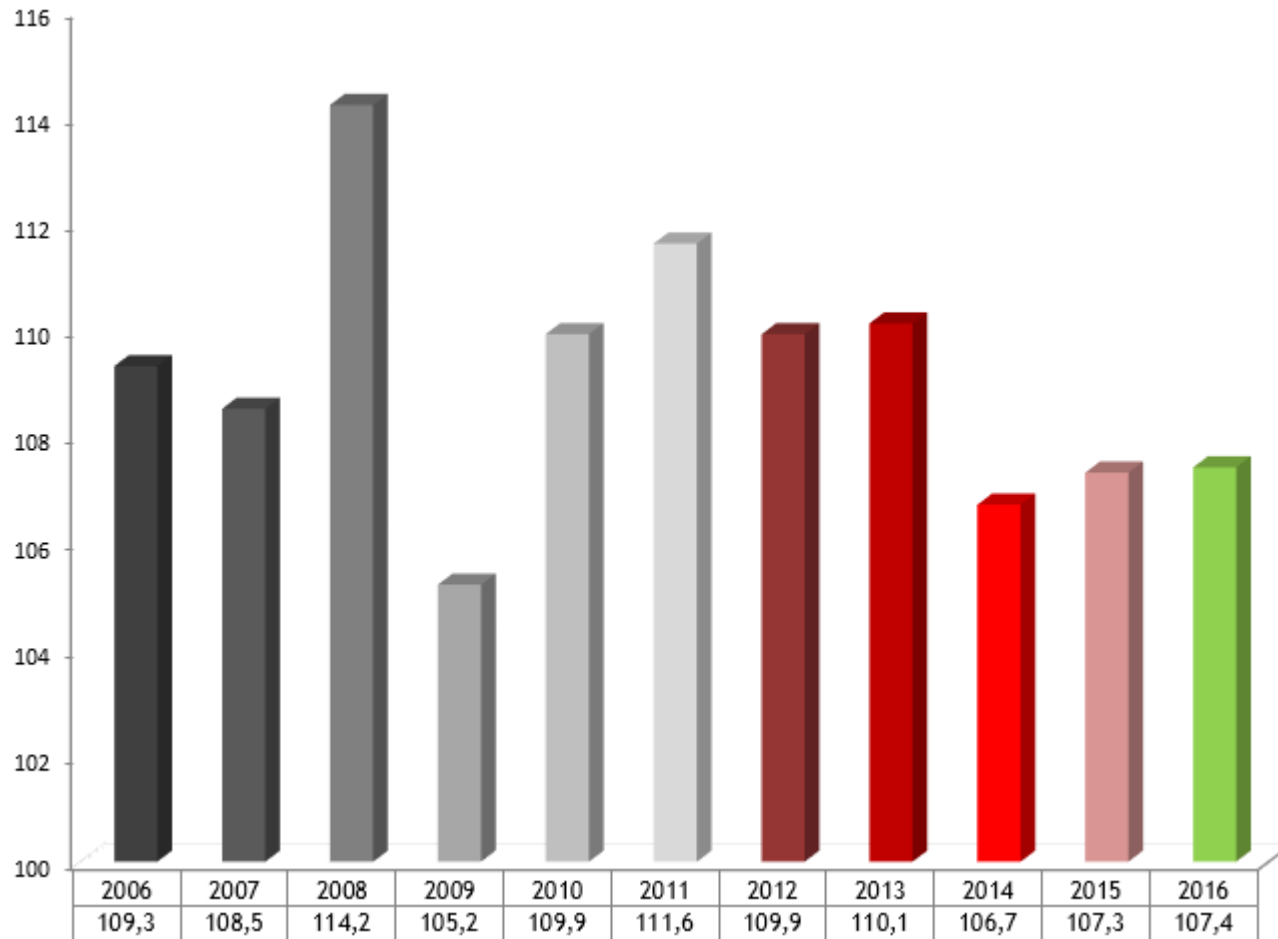
- Die Werbekonjunktur im Euro-Raum bleibt weitgehend stabil
- Die Deutsche Werbewirtschaft ist weiter sehr optimistisch
- UK und Spanien sind ebenfalls sehr positiv
- Frankreich stagniert
- Portugal bremst sich wieder ein
- Auch Griechenlands Aufholprozess ist vorerst gestoppt
- Italien schaltet ein paar Gänge zurück

Werbeabgabe: Vergleich Quartale 2014 bis 2016



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

Werbeabgabe: Vergleich Jahre 2006 bis 2016



Quelle: 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>