

WKÖ-Mrazek: Werbebranche zeigt sich trotz geringerer Dynamik zuversichtlich
WIFO-Branchen-Erhebung zeigt: Die Pandemie und der Krieg in der Ukraine dämpfen die Konjunktur

- Der Wifo-Werbeklimaindex liegt aktuell bei +16 Punkten
- Der Index für die Geschäftslage der letzten drei Monate ist weiter gesunken
- Auch die unternehmerischen Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage sind verhalten
- Ein Fünftel der Unternehmen meldet „unzureichende Nachfrage“ als Hauptbehinderungsgrund der Geschäftstätigkeit
- Die Einschätzungen zur künftigen Geschäftslage und der Nachfrageentwicklung bleiben aber zuversichtlich
- In Bezug auf die Beschäftigungsentwicklung bleibt die Werbebranche ebenfalls optimistisch

Die aktuell instabile Wirtschaftssituation macht auch vor der Werbebranche nicht halt. „Zwar liegt der Werbeklimaindex nur leicht unter dem pandemiebedingten Vorkrisen-Niveau, doch trüben die durch Covid-19 und den Ukraine-Krieg ausgelösten Unsicherheiten massiv die Werbekonjunktur in Österreich“, analysiert **Michael Mrazek**, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), die aktuellen Ergebnisse der Erhebung vom April 2022.

WIFO-Werbeklima-Index für das 1. Quartal 2022

„Der Werbeklimaindex des ersten Quartals 2022 spiegelt die verhaltene Stimmungslage der Branche in Folge der gestiegenen geopolitischen Unsicherheit wider“, konkretisiert **Agnes Kügler**, Konjunkturoperin des Österreichischen Wirtschaftsforschungsinstituts (WIFO). „Die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtest signalisierten im April eine hohe wirtschaftliche Dynamik im Dienstleistungssektor, doch setzt diese Entwicklung in der Werbebranche offenbar zeitverzögert ein. Die unternehmerischen Einschätzungen der Werbetreibenden zur künftigen Entwicklung fallen aber zuversichtlich aus.“

1. Quartal 2022: Kein Nachfrage-Booster - doch im EU-Vergleich weit voran

Per Saldo liegt der Index für die Nachfrage in den letzten drei Monaten bei +4 Punkten. Damit war die Nachfrage im 1. Quartal 2022 im Vergleich zum Vorquartal nahezu unverändert, eine dynamische Entwicklung blieb aus. Was die Nachfrageerwartungen für die kommenden 6 Monate angeht, bleiben die Werber aber positiv: Immerhin liegt der Saldo mit +15 Punkten weiter deutlich im positiven Bereich und leicht über dem langjährigen Schnitt vor der Krise.

Interessant sind die Nachfrageergebnisse im Europavergleich. Österreich liegt hier mit +20,5 Punkten vor Deutschland (+13,3 Punkte) und deutlich über dem EU-Schnitt von +0,3 Punkten. Länder wie Italien (Minus 45 Punkte) sind für diese Entwicklung an der Nulllinie verantwortlich.

Geschäftslage weiter schwierig - Auftragslage stabil

Ein Fünftel der Unternehmen meldet eine unzureichende Nachfrage als Hauptgrund für die Behinderung ihrer Geschäftstätigkeit. Die Einschätzungen zur Geschäftslage der letzten drei Monate liegt per Saldo mit -9 Punkten im negativen Bereich. Bei der Beurteilung der aktuellen Geschäftslage überwiegen mit einem Saldo von -27 Punkten ebenfalls die Rückmeldungen einer schlechteren als saisonüblichen Geschäftslage.

Positiv wird hingegen die künftige Geschäftslage eingeschätzt: der Saldo liegt mit +5 Punkten nur knapp unter den Vergleichswerten der Jahre vor der Krise. Auch die

Auftragslage zeigt sich im 1. Quartal 2022t stabil: 58 % der befragten Unternehmen gaben an, von einer guten bzw. sich verbessernden Auftragslage ausgehen.

Weiter positive Entwicklung der Beschäftigung

Auch die Erwartungen hinsichtlich der Entwicklungen am Arbeitsmarkt sind im Jahr 2022 zuversichtlich. Trotz des Mangels an qualifizierten Arbeitskräften - bereits 10 % der Unternehmen gaben dies in der Befragung als primäre Behinderung ihrer Geschäftstätigkeiten an - bleiben die Beschäftigungserwartungen für 2022 optimistisch. Dieser Saldo liegt mit +25 Punkten deutlich im positiven Bereich. Es werden zusätzliche Arbeitsplätze in der Werbe- und Kommunikationsbranche geschaffen,“ zieht **Mrazek** abschließend sein Resümee.