



WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Jänner 2019

Werbeklimaindex Oktober 2018: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 4. Quartal 2018
 - Aktuelle Lage im Jänner 2019
 - 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: 98 Unternehmen mit 1.641 Beschäftigten

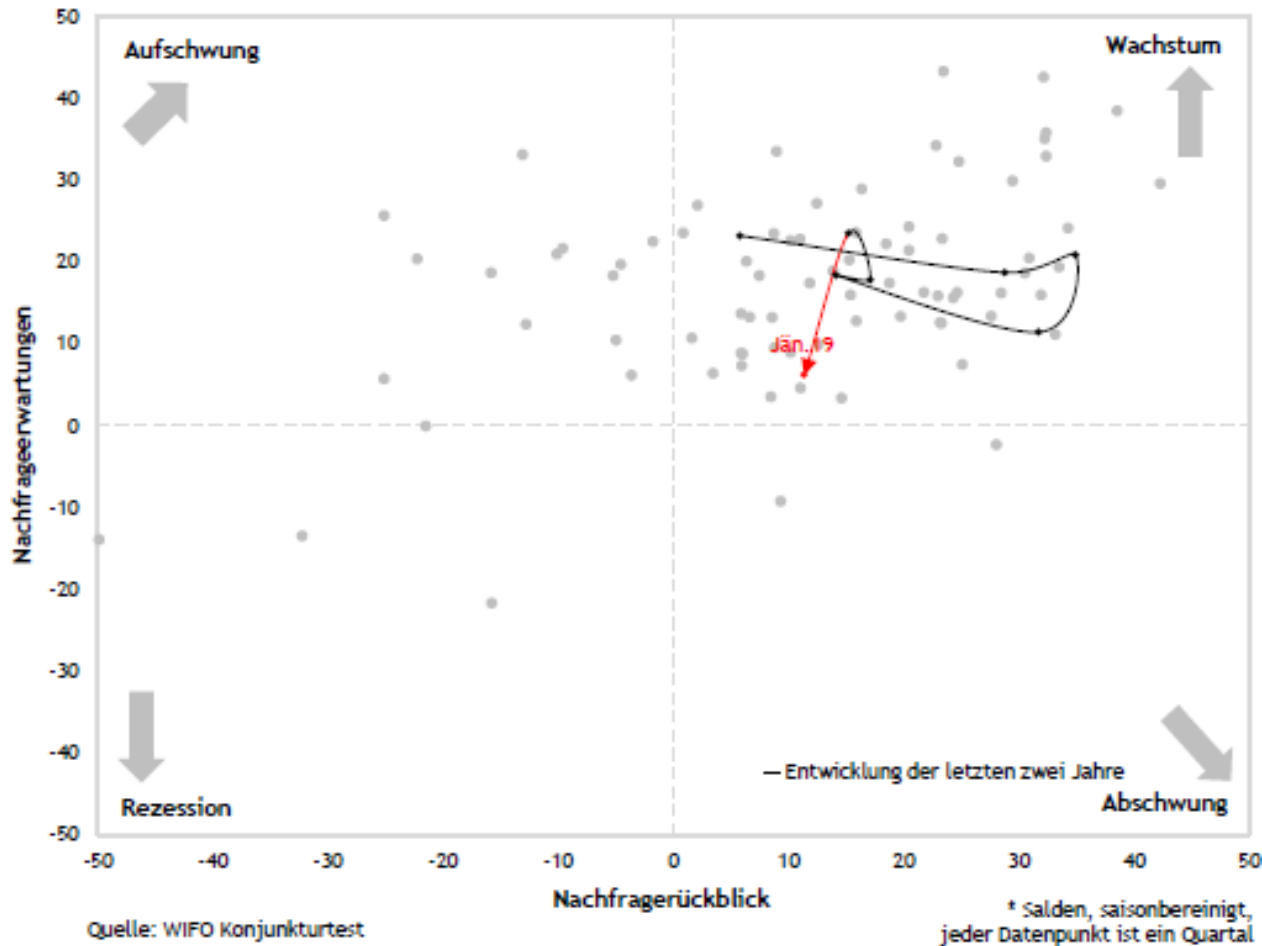
Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2019

Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation

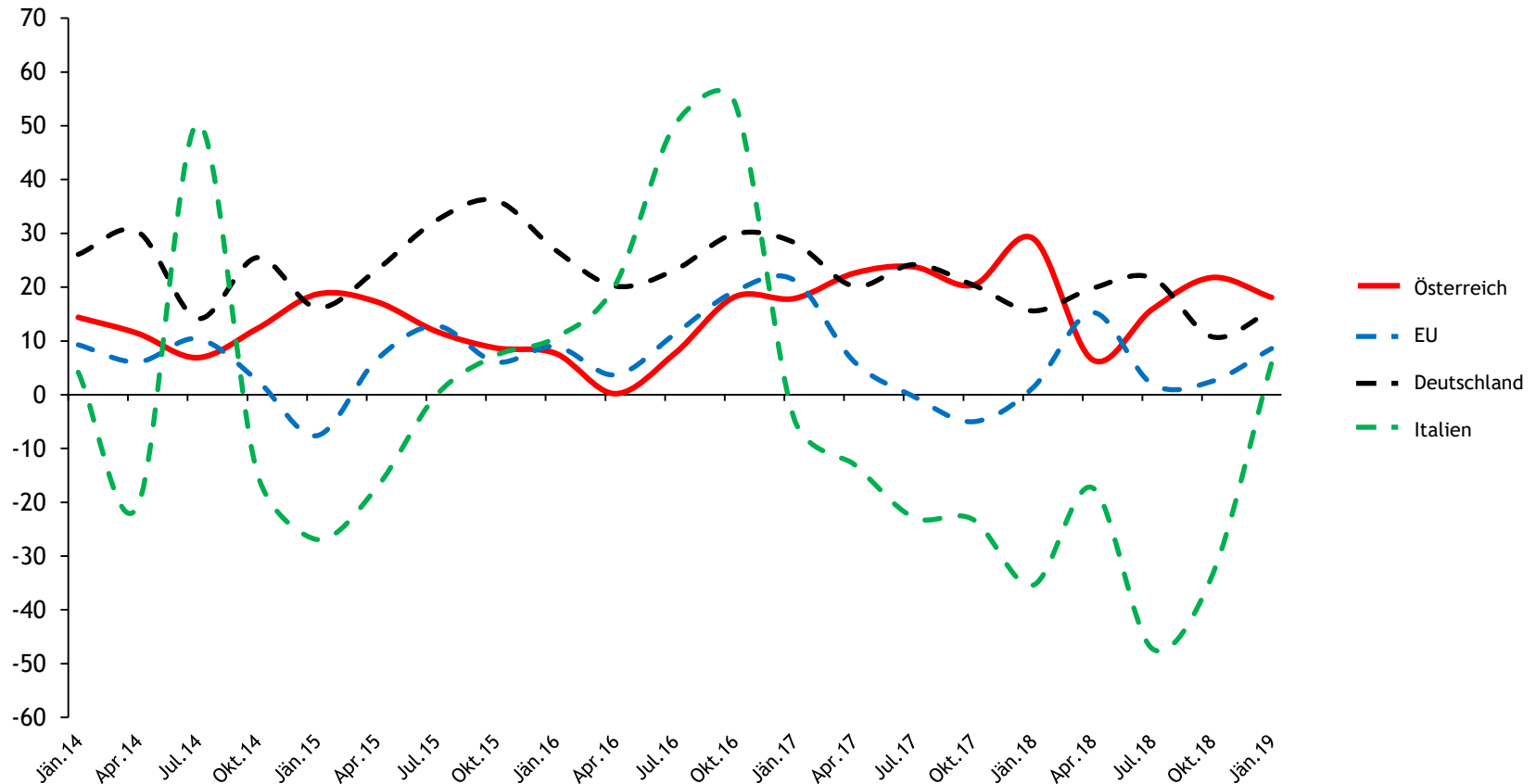


Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen 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 2019

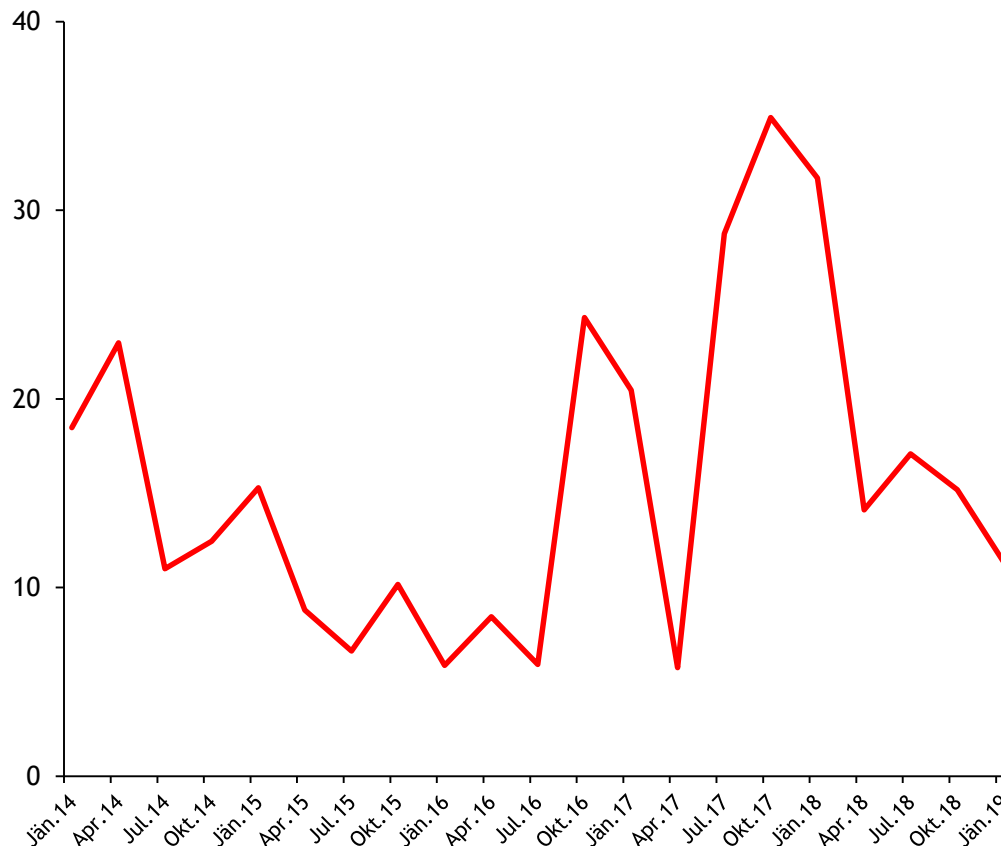
- Der WIFO-Werbeklimaindex ging in der jüngsten Auswertung stark zurück und liegt auf einem Niveau, das im Frühjahr 2016 zuletzt erreicht wurde. Die Indexverluste sind breit über die Komponenten gestreut
- Der Werbeklimaindex liegt mit +16 Punkten weiter im positiven Bereich, hat aber deutlich nachgegeben
- Die Dynamik der Österreichischen Werbewirtschaft wird sich auch 2019 verlangsamen
- Die Einschätzung der aktuellen Geschäftslage ist weiter im negativen Bereich (-5 Punkte)
- Für 16 % der Unternehmen ist der Mangel an Nachfrage zur Zeit die größte Behinderung in der Geschäftstätigkeit
- Die Auftragsbücher sind nicht mehr so gut gefüllt
- Die Beschäftigungs-, Nachfrage- und Geschäftslageerwartungen gehen deutlich zurück

Nachfrage in den letzten drei Monaten



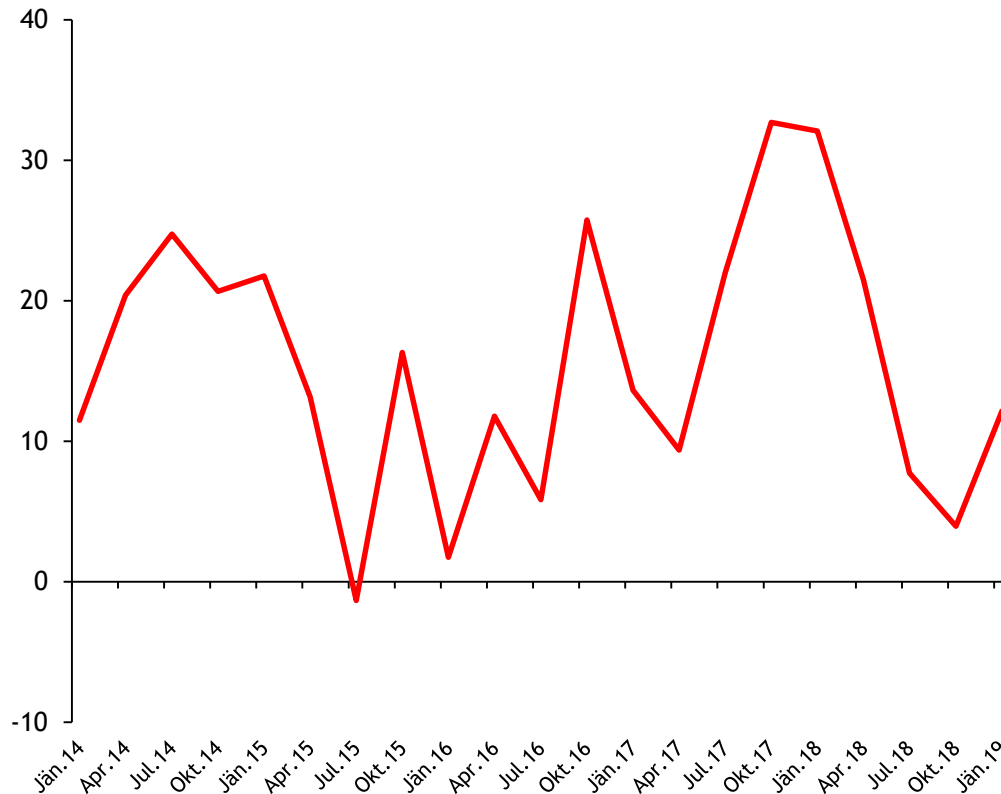
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

Nachfrage in den letzten drei Monaten



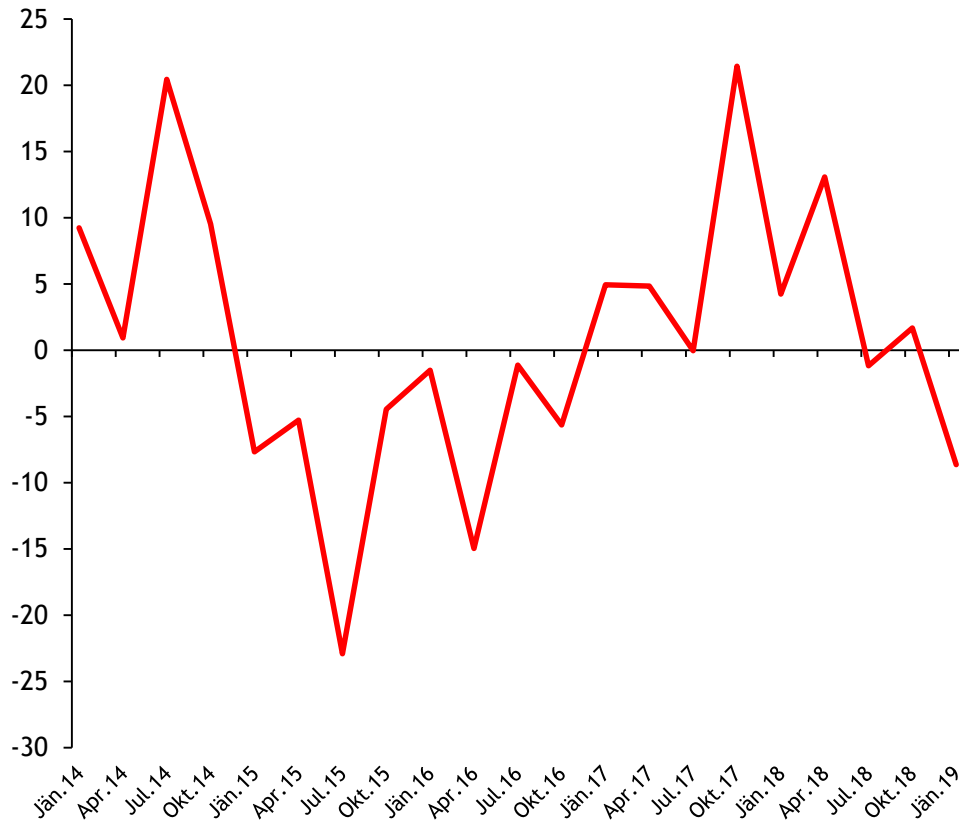
- Die Einschätzung der Nachfrage in den letzten drei Monaten hat sich verschlechtert
- 25 % der Unternehmen berichten von einer sich verbessernden Nachfragesituation
- 14 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Der Saldo liegt bei +11 Punkten

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



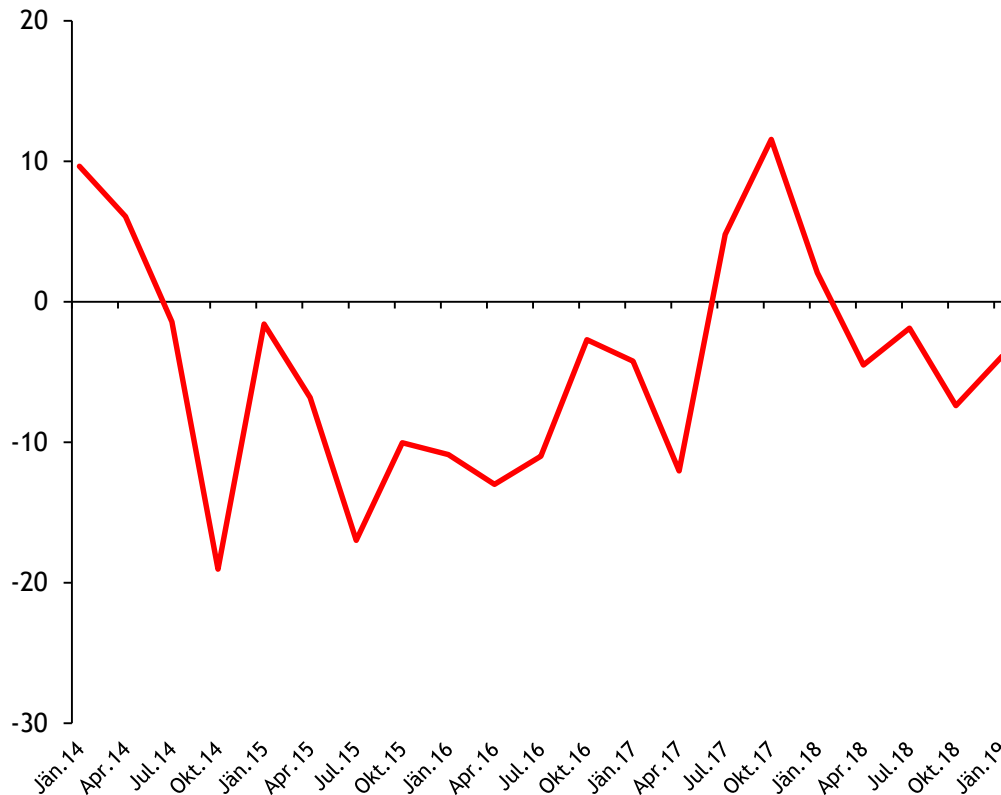
- Die Einschätzungen zur Geschäftslage geht erstmals seit Oktober 2017 wieder aufwärts
- 26 % der Unternehmen meldeten eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- 14 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Der Saldo liegt mit +12 Punkten damit deutlich im positiven Bereich

Beschäftigung in den letzten drei Monaten



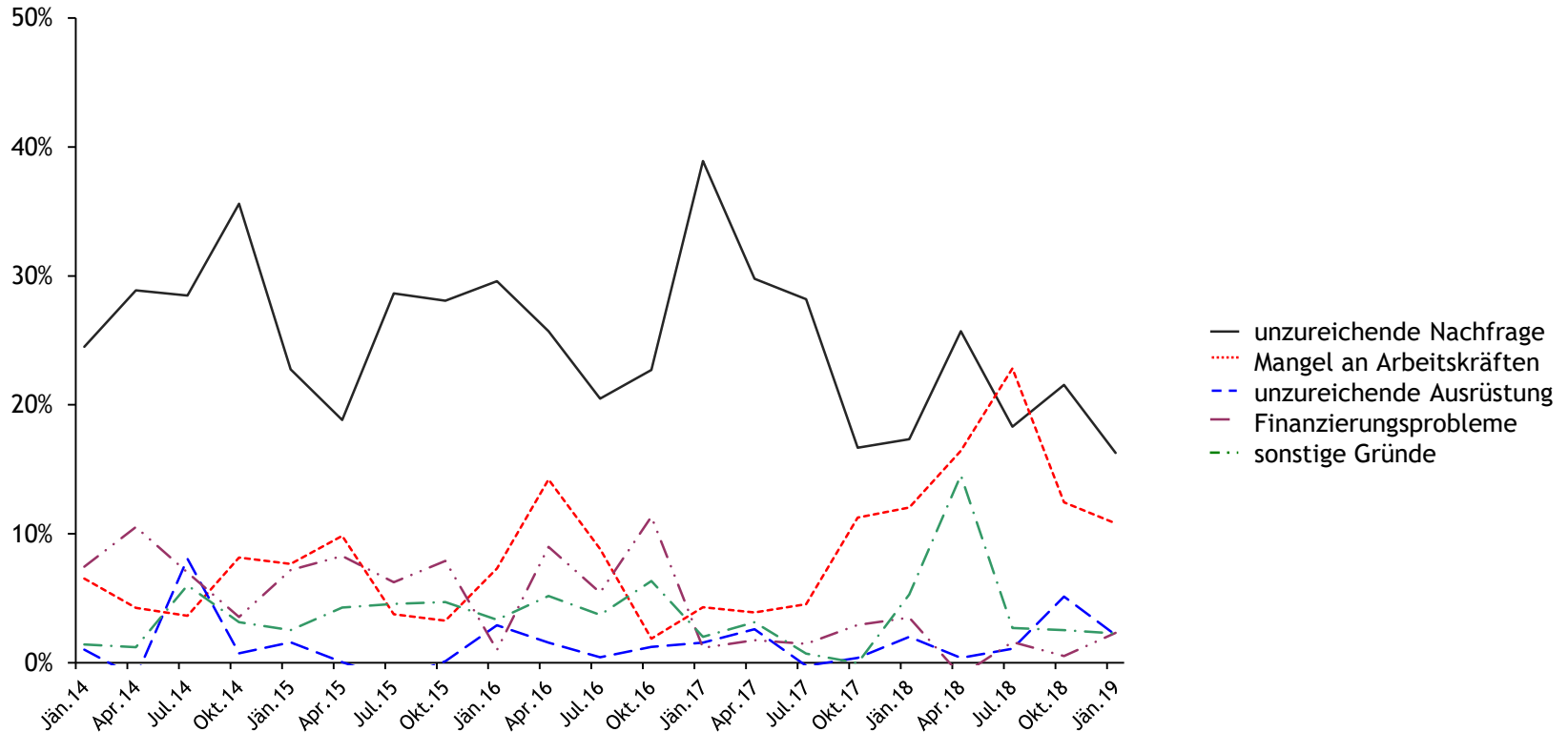
- 16 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufgenommen zu haben
- 24 % der Unternehmer meldeten, in den vergangenen drei Monaten Mitarbeiter abgebaut zu haben
- Damit dreht der Saldo mit 9 Punkten wieder im negativen Bereich

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage sind weiter im negativen Bereich (-5 Punkte)
- 13 % der Unternehmen beurteilen ihre Geschäftslage als gut
- 18 % der Unternehmer melden im Jänner 2019 eine aktuell schlechte Geschäftslage
- 69 % der Unternehmen beurteilen ihre aktuelle Geschäftslage als zufriedenstellend

Behinderungen der Geschäftstätigkeit

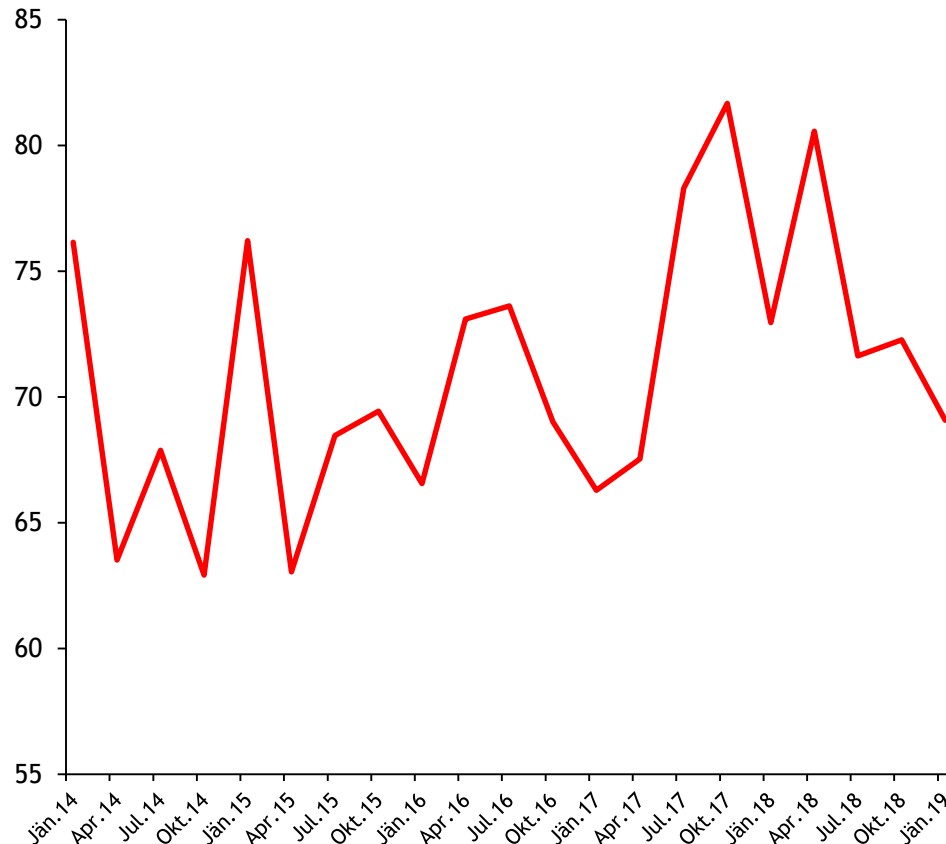


Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

66 % geben an, zur Zeit keine Behinderungen zu erfahren

- 16 % melden unzureichende Nachfrage
- 11 % Mangel an Arbeitskräften
- 2 % unzureichende Ausrüstung
- 2 % melden Finanzierungsprobleme
- 2 % der befragten Unternehmen sehen sich derzeit mit „sonstigen Gründen“ konfrontiert

Auftragsbestände



- Die Auftragsbücher sind nicht mehr so gut gefüllt
- 72 % der Befragten melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- Dieser Wert liegt etwas unter dem Durchschnitt der vergangenen Quartale (74 %)
- 31 % der Unternehmen melden unzureichende Auftragsbestände

Nachfrageerwartung



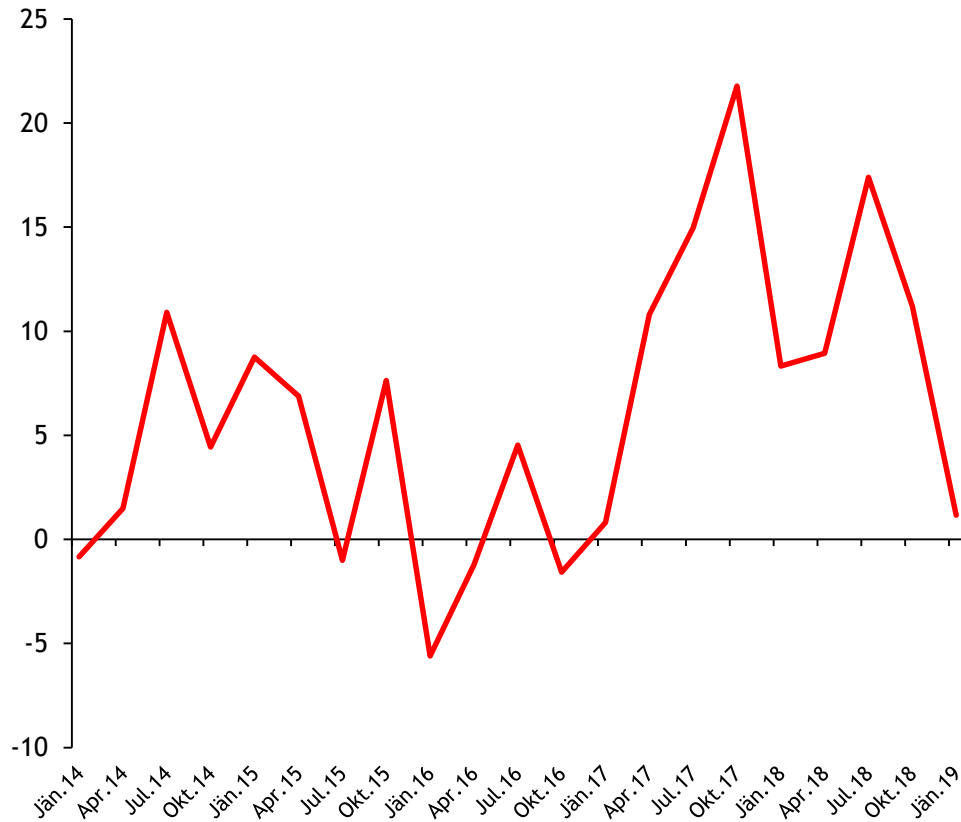
- Die Nachfrageerwartung ist seit Oktober drastisch zurückgegangen
- 13 % rechnen mit einer steigenden, 7 % mit einer sinkenden Nachfrage
- 80 % der Unternehmer erwarten in den nächsten Monaten eine Stagnation
- Das ist der niedrigste Wert seit Juli 2016

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



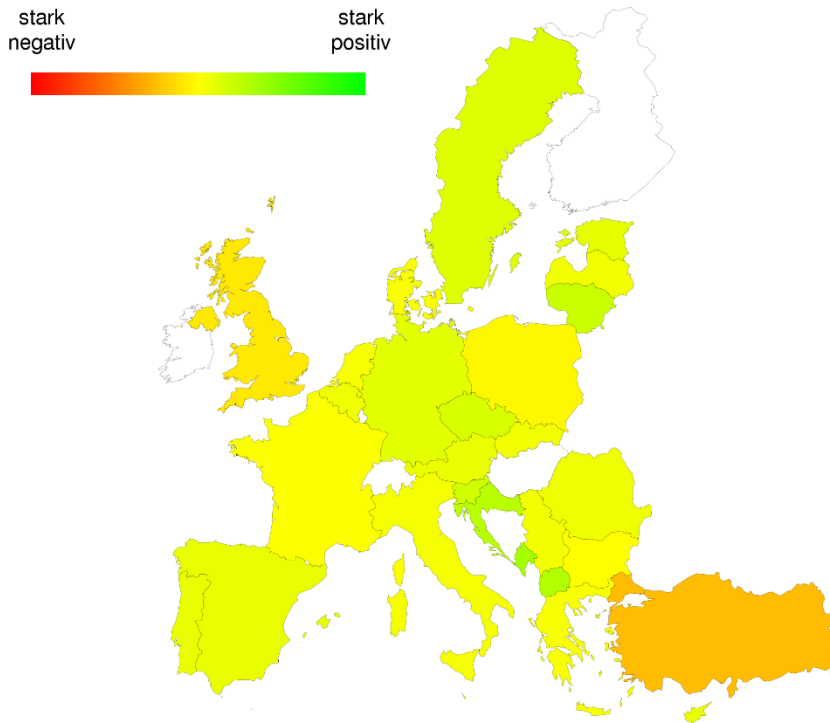
- 14 % der Unternehmen rechnen mit einer Verbesserung ihrer Geschäftslage; 8 % gehen von einer Verschlechterung aus
- Der Saldo von +6 Punkten liegt unter dem Durchschnitt der letzten 5 Jahre (12 Punkte)
- Damit liegen die Geschäftslagerwartungen auf Niveaus wie zuletzt im April 2017

Beschäftigungserwartung



- Die Beschäftigungserwartungen stagnieren
- 12 % der befragten Unternehmen geben an, neue Mitarbeiter aufnehmen zu wollen
- 11 % der Unternehmer meldeten, in den nächsten Monaten Mitarbeiter abbauen zu müssen

EU Vertrauensindikator Werbung Jänner 2018



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 deutsche Werbewirtschaft ist nach wie vor stark
- In UK schlägt die Ungewissheit des Brexit durch
- Frankreich ist stabil auf mittlerem Niveau
- Die Werbewirtschaft in Spanien und Portugal bleibt optimistisch
- In Italien zeichnet sich eine leichte Verbesserung ab
- Griechenland sieht Licht am Ende des Tunnels

Kontakt

Geschäftsführer: Mag. Markus Deutsch
Referentin: Rosemarie Miklau, MLS

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>