

# WIFO Werbeklimaindex

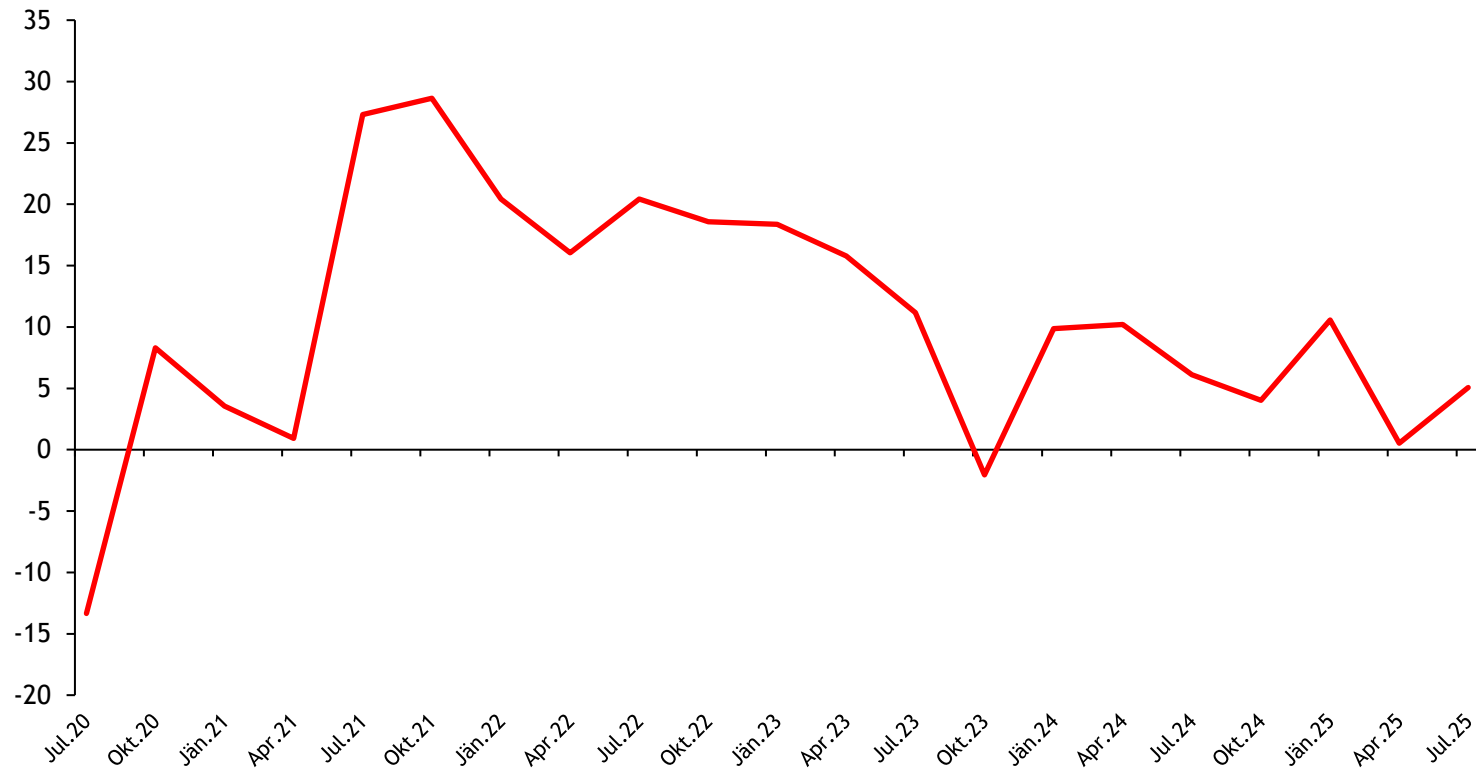
---

Erhebungszeitraum Juli 2025

# Werbeklimaindex Juli 2025: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 2. Quartal 2025
  - Aktuelle Lage im Juli 2025
  - 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: 83 Unternehmen mit 1.851 Beschäftigten

# Werbeklimaindex



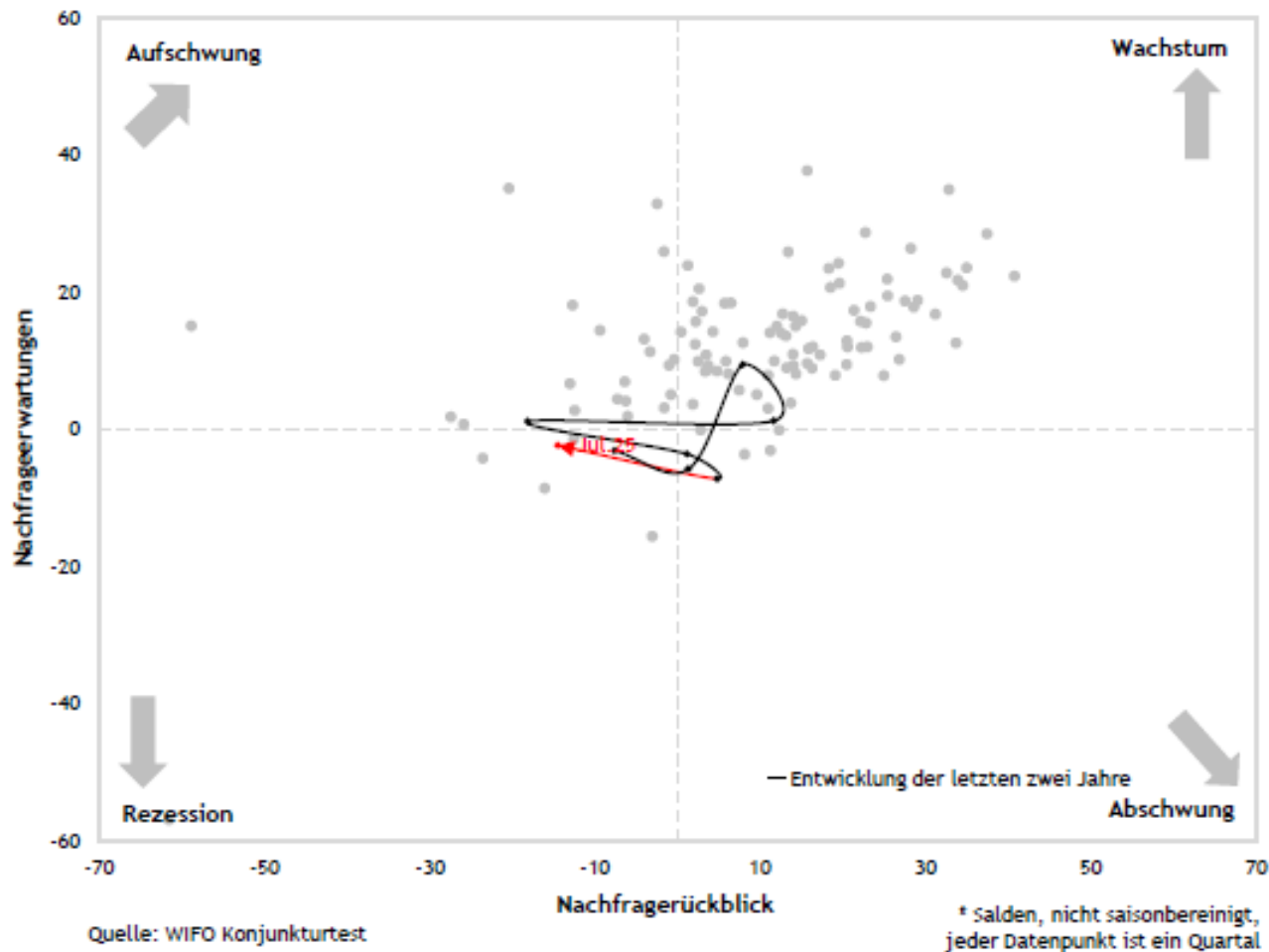
Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte  
(nicht saisonbereinigte Werte)

# Zusammenfassung Werbeklima Juli 2025

- Der Wifo-Werbeklimaindex hat mit 5 Punkten im Vergleich zur Aprilumfrage wieder etwas zugelegt, das generell schwache Wachstum der österreichischen Wirtschaft schlägt auf die Werbebranche durch.
- Die aktuelle Geschäftslage wird im Juli 2025 per Saldo mit minus 36 Punkten deutlich schlechter als saisonüblich eingeschätzt.
- Die Einschätzungen zur Auftragslage haben sich leicht verbessert; 56 % der Unternehmen berichten von ausreichenden oder mehr als ausreichenden Auftragsbeständen.
- Die Beschäftigungsentwicklung hat sich stabilisiert und die Beschäftigungserwartungen haben sich ins positive gedreht.
- „Mangel an Nachfrage“ bleibt das Haupthindernis der Geschäftstätigkeit: jedes zweite Unternehmen hat damit zu kämpfen.
- Allerdings bleiben die Geschäftslage- und Nachfrageerwartungen weiterhin skeptisch.
- Der Europavergleich zeigt, dass die Werbekonjunktur in den meisten Ländern schwach ist. Österreichs Werbekonjunktur liegt im guten Mittelfeld.

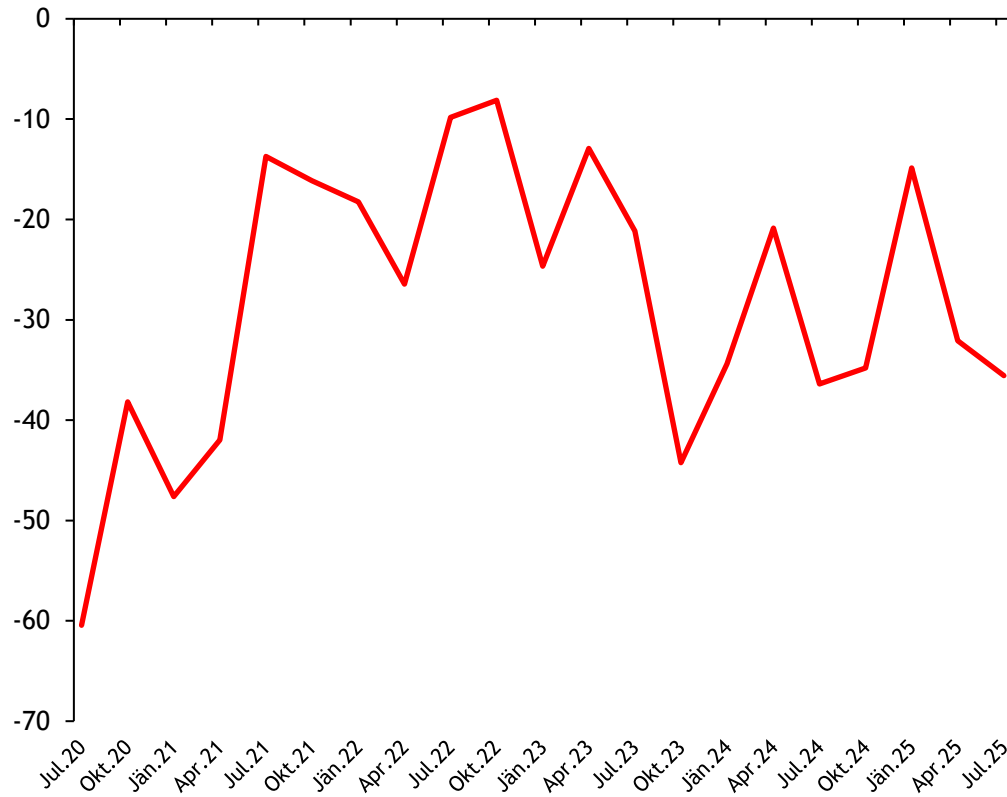
# Konjunktur-Uhr von 1997 bis heute

## Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation



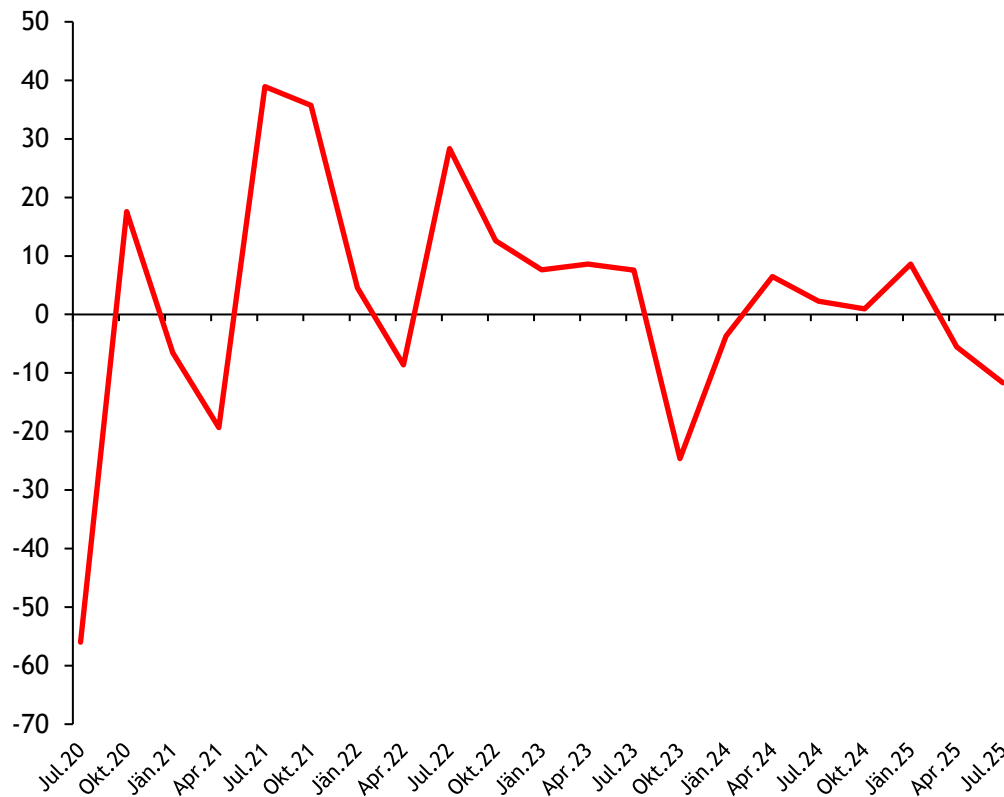
**Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?**  
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. **Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse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

# Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



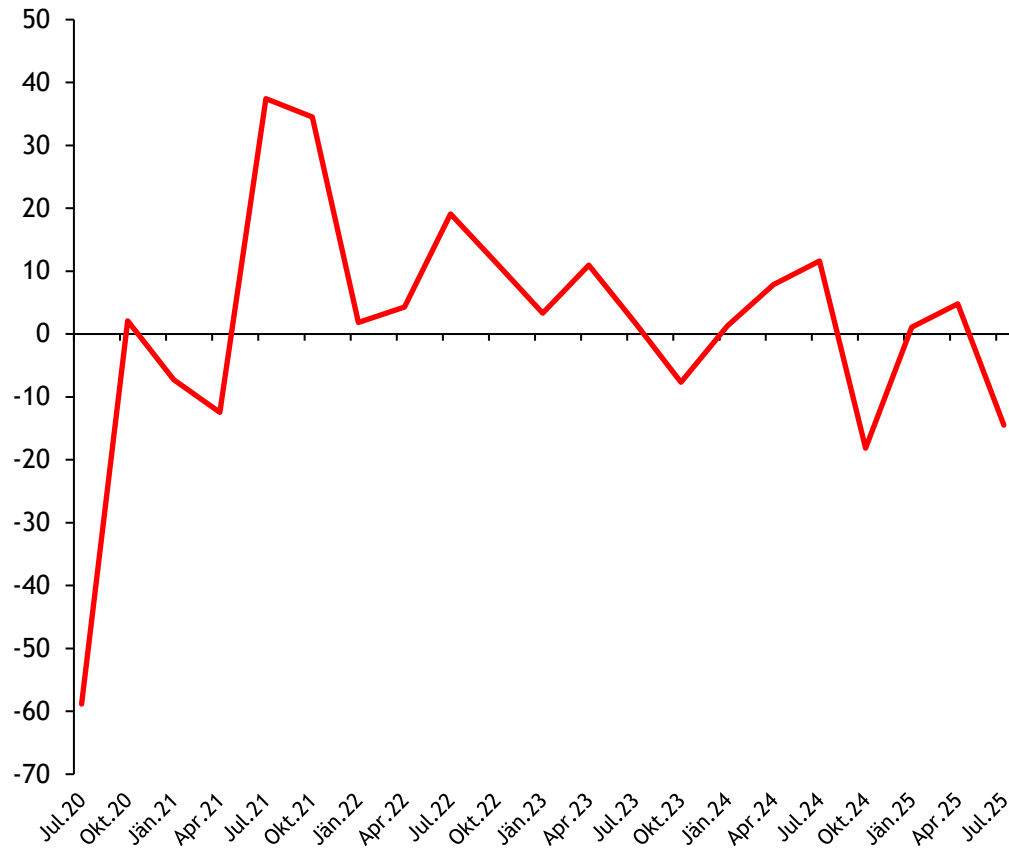
- 7 % der Befragten geben an, dass ihre aktuelle Geschäftslage besser als saisonüblich ist
- 43 % der Unternehmen melden eine schlechtere als saisonübliche Geschäftslage
- Per Saldo liegt der Indikator mit minus 36 Punkten schlechter als im Vorquartal

# Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



- 17 % der Unternehmen melden eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- 29 % geben an, dass sich ihre Geschäftslage verschlechtert hat
- Der Saldo liegt mit minus 12 Punkten im negativen Bereich

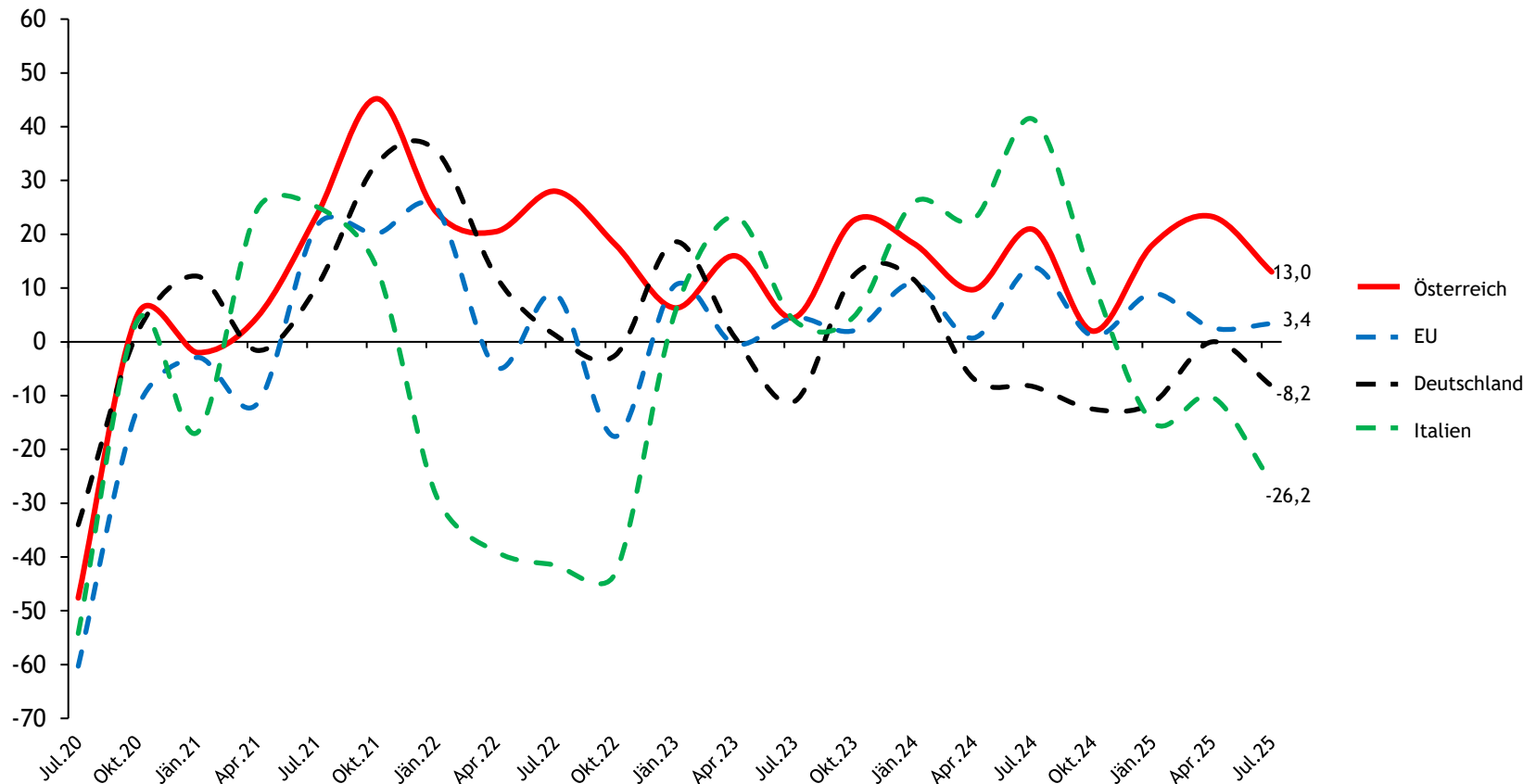
# Nachfrage in den letzten drei Monaten



- 19 % berichten von einer verbesserten Nachfrage
- 33 % der Unternehmen berichten von einem Rückgang Nachfrage
- Der Saldo liegt bei minus 14 Punkten und hat sich gegenüber dem Vorquartal verschlechtert

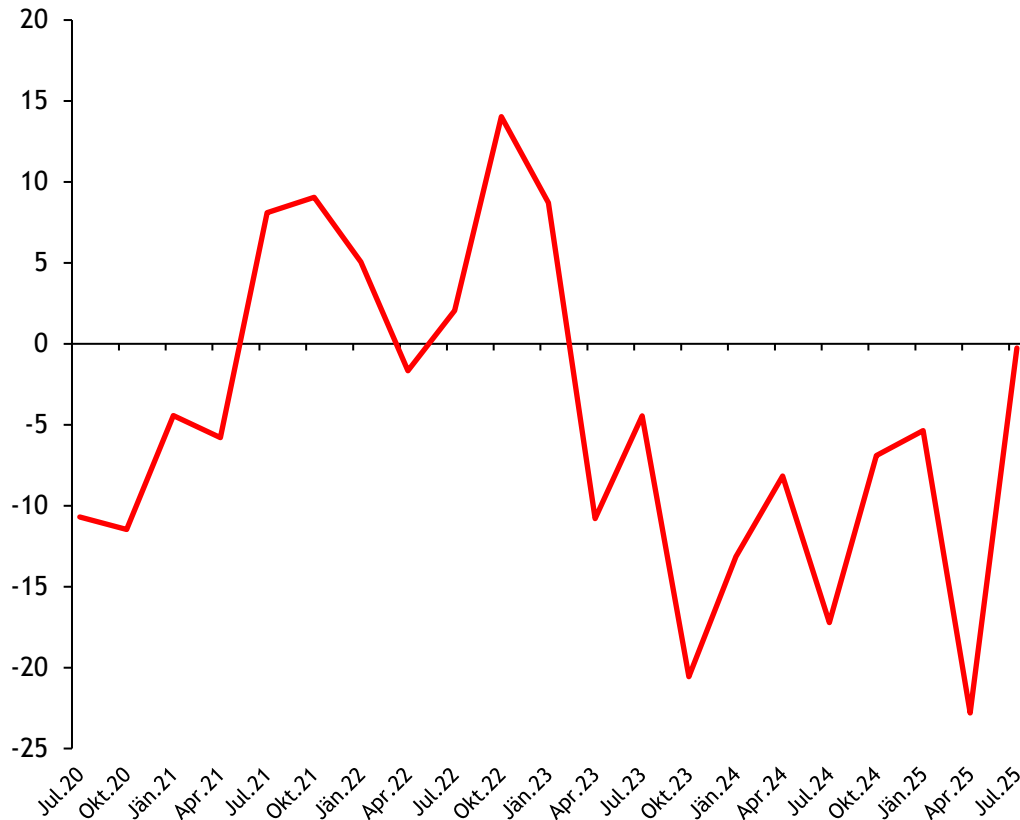


# Nachfrage in den letzten drei Monaten



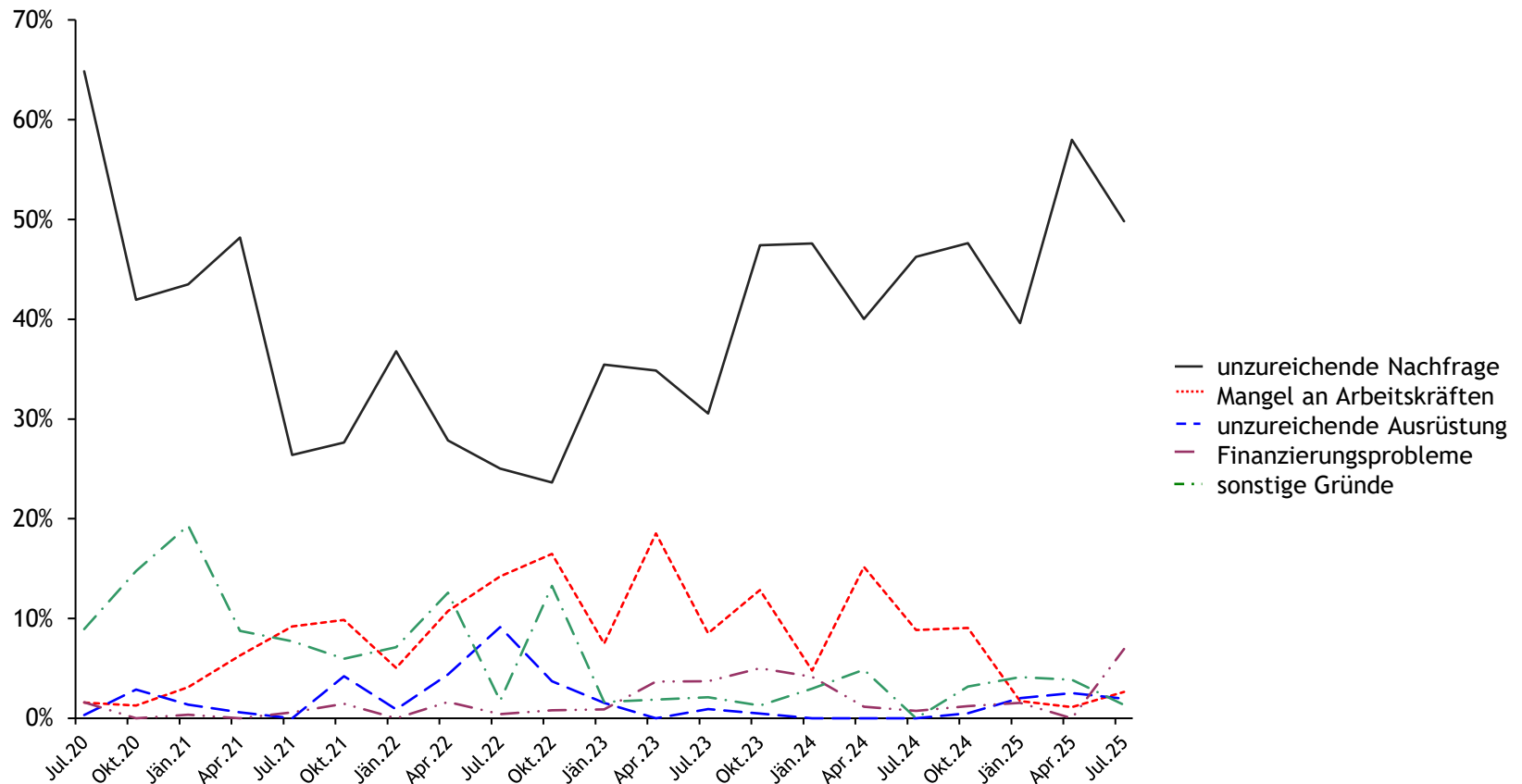
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

# Beschäftigung in den letzten drei Monaten



- 19 % der befragten Unternehmen melden, neue Mitarbeiter:innen aufgenommen zu haben
- Ebenfalls 19 % der Unternehmen erklären, in den vergangenen drei Monaten zum Abbau von Mitarbeiter:innen gezwungen gewesen zu sein
- Der Saldo ist damit ausgeglichen und deutlich besser als im April

# Behinderungen der Geschäftstätigkeit



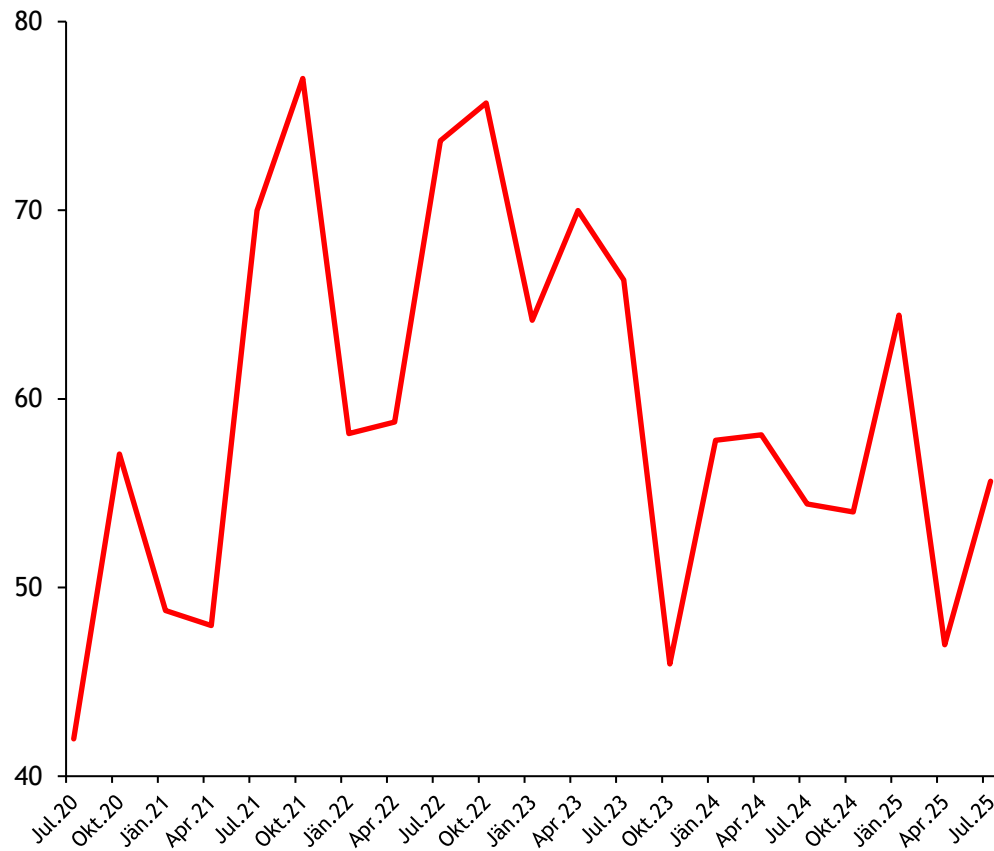
# Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

---

**37 % der Unternehmen geben an, zur Zeit keine Behinderungen ihrer Geschäftstätigkeit zu erfahren**

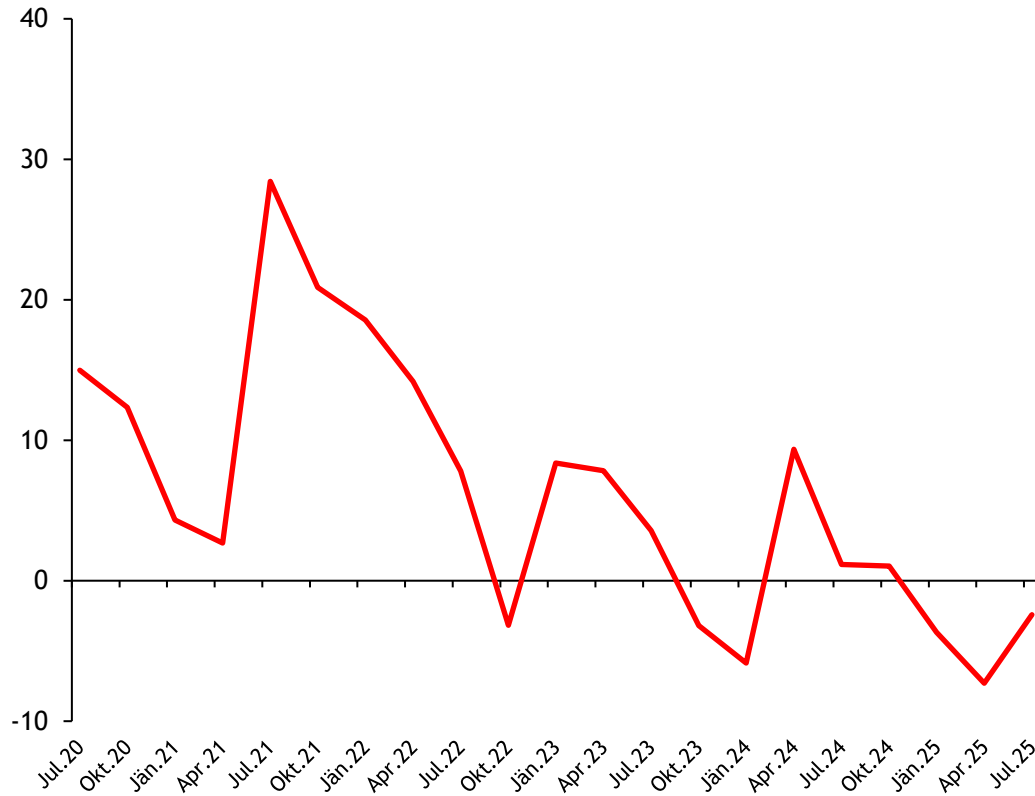
- für 50 % ist unzureichende Nachfrage das Haupthemmnis
- 7 % nennen Finanzierungsprobleme,
- 3 % Arbeitskräftemangel,
- 2 % unzureichende Ausrüstung, und
- 1 % sonstige Gründe als primäres Hemmnis

# Auftragsbestände



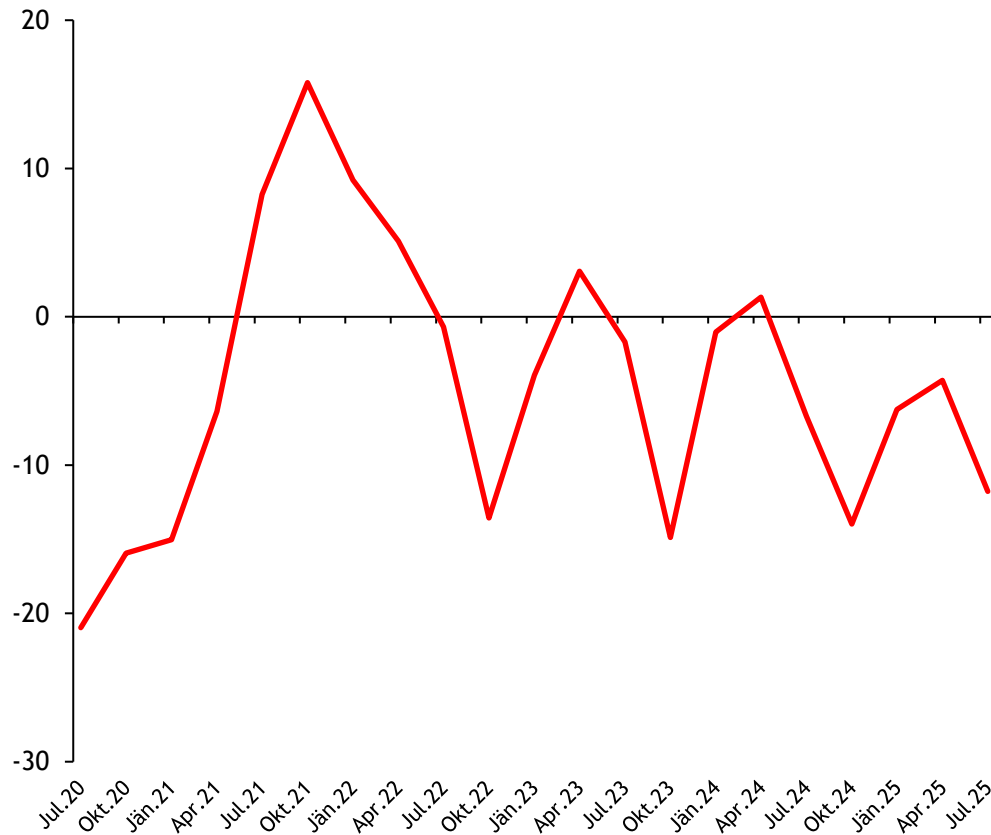
- 56 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 44 % der Unternehmen sehen sich mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Die Auftragsbestände haben sich gegenüber dem letzten Quartal leicht verbessert

# Nachfrageerwartung



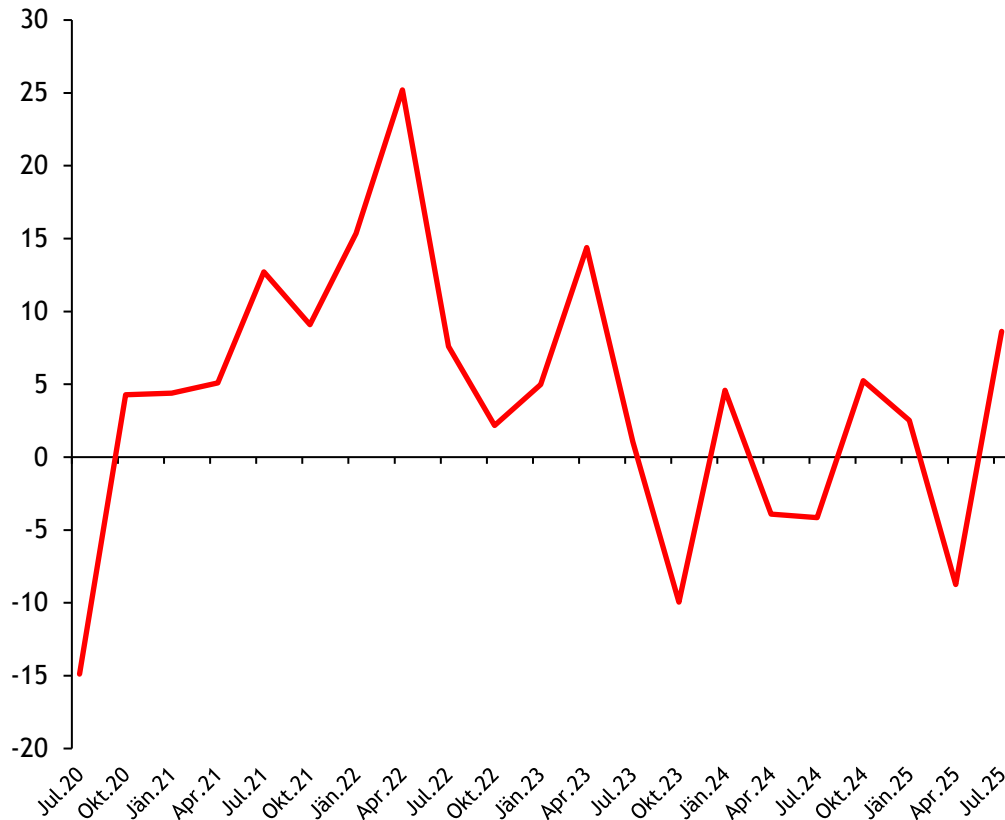
- 15 % gehen von einer positiven Entwicklung der Nachfrage in den kommenden 3 Monaten aus
- 18 % erwarten einen Rückgang der Nachfrage
- Der Saldo ist mit minus 3 Punkten weiterhin negativ

# Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 14 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage in den kommenden Monaten
- 26 % gehen von einer Verschlechterung der Geschäftslage aus
- Der Saldo liegt bei minus 12 Punkten und ist damit schlechter als im Vorquartal

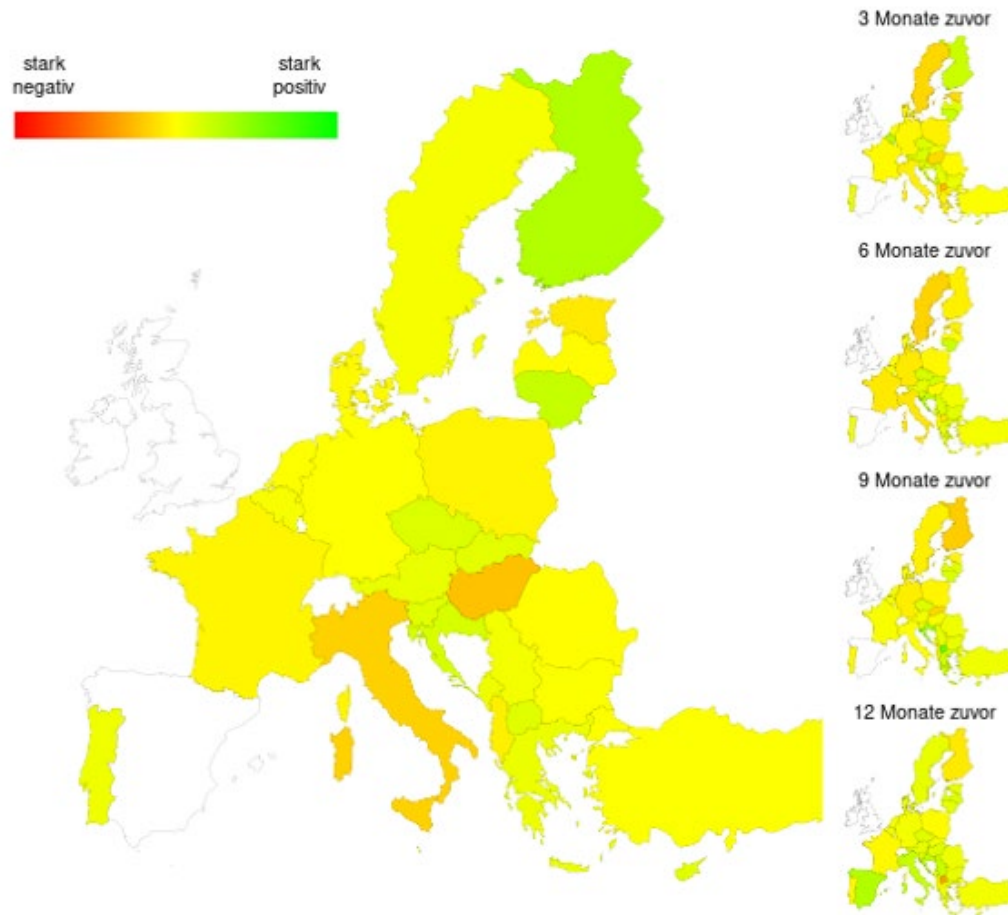
# Beschäftigungserwartung



- 14 % der Unternehmen geben an, neue Arbeitsplätze zu schaffen
- 6 % erwarten Mitarbeiter:innen abbauen zu müssen
- Der Index liegt damit bei plus 9 Punkten im positiven Bereich



# EU Vertrauensindikator Werbung Juli 2025



- Nach wie vor ist die Werbekonjunktur EU-weit wenig dynamisch
- Wachstumstendenzen zeigen sich in Finnland und Litauen
- Österreich liegt im EU-Vergleich im besseren Mittelfeld
- In Italien und Ungarn ist die Konjunkturdynamik merklich unterdurchschnittlich

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

# Rückfragen

---

Mag. Markus Deutsch

Mag. Dagmar Hartl-Frank

Wiedner Hauptstraße 57/III/6

1040 Wien

T +43 (0)5 90 900 3504

E [werbung@wko.at](mailto:werbung@wko.at)

W <https://wko.at/werbung>