

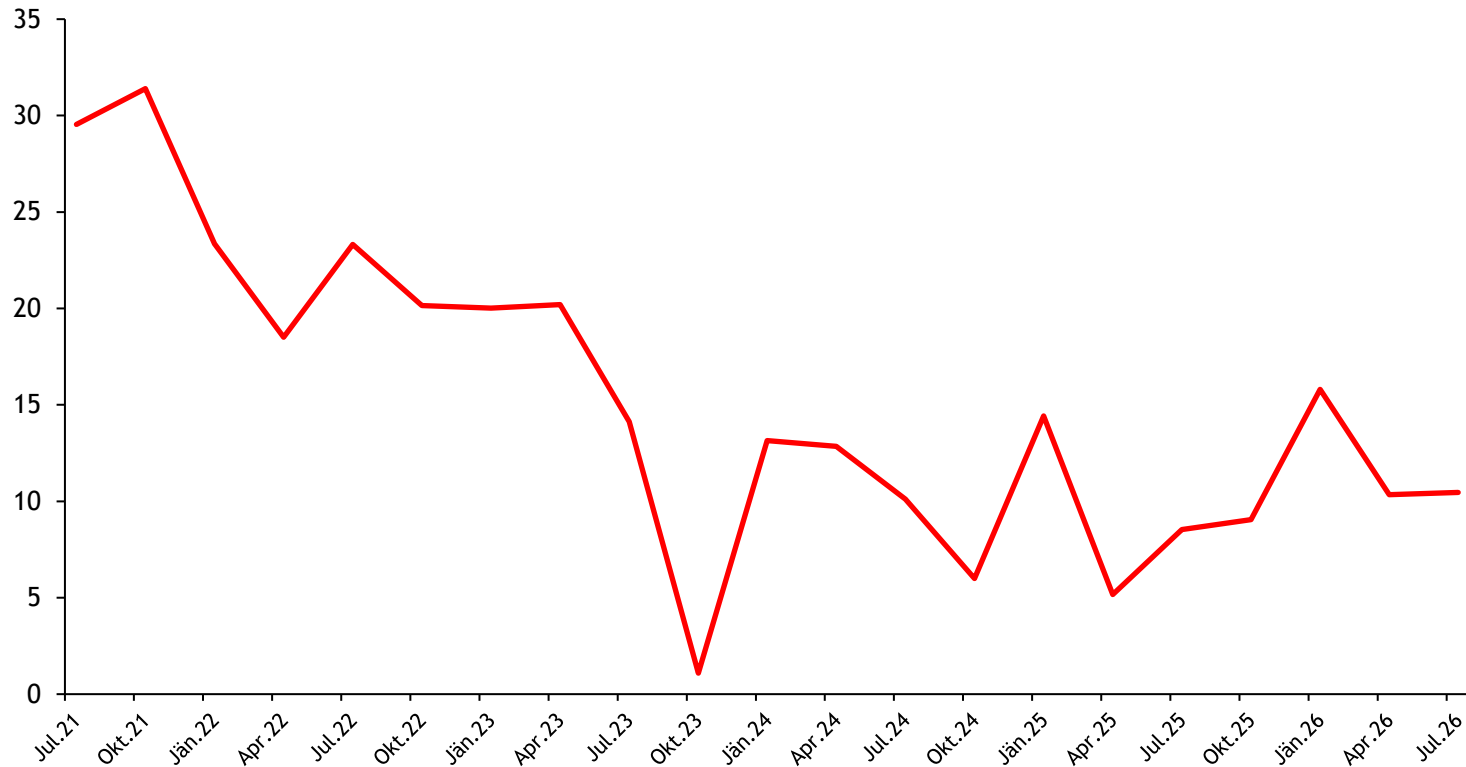
WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Juli 2026

Werbeklimaindex Juli 2026: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 2. Quartal 2026
 - Aktuelle Lage im Juli 2026
 - 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: 76 Unternehmen mit 1.921 Beschäftigten

Werbeklimaindex



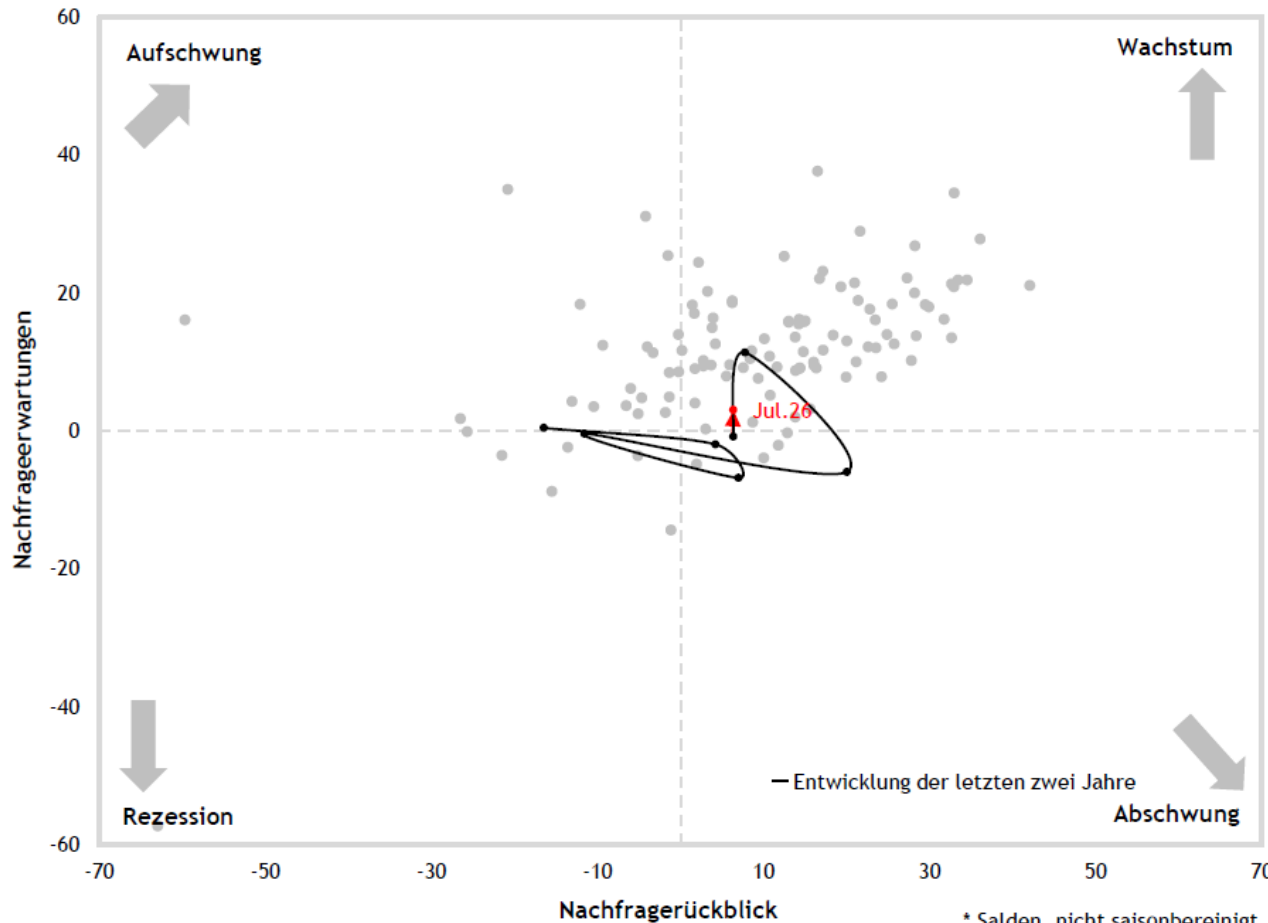
Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte
(nicht saisonbereinigte Werte)

Zusammenfassung Werbeklima Juli 2026

- Der Wifo-Werbeklimaindex liegt aktuell mit knapp 11 Punkten auf etwa gleichem Level wie im Vorquartal
- Der Indikator zur aktuellen Geschäftslagebeurteilung liegt im Juli 2026 per Saldo mit minus 21 Punkten etwa auf dem Niveau des Vorquartals
- Die Auftragslage hat sich gegenüber dem Vorquartal etwas verschlechtert; 45% der Unternehmen berichten von unzureichenden Auftragsbeständen
- Für fast die Hälfte der Unternehmen (48 %) ist „Mangel an Nachfrage“ das Haupthindernis ihrer Geschäftstätigkeit und nur 39 % melden keine Hindernisse (im Vorquartal: 49 %)
- Die Erwartungen sind dennoch vorsichtig optimistisch: die Salden der Nachfrageerwartung und der künftigen Entwicklung der Geschäftslage liegen mit 3 und 5 Punkten wieder knapp im positiven Bereich
- Die Beschäftigungserwartung ist seit Jahresbeginn gleichbleibend verhalten; der Indikator liegt per Saldo bei minus 10 Punkten
- Das schwache Werbeklima zeigt sich EU-weit; Österreich liegt gemeinsam mit Griechenland, der Slowakei und Tschechien über dem Durchschnitt

Konjunktur-Uhr von 1997 bis heute

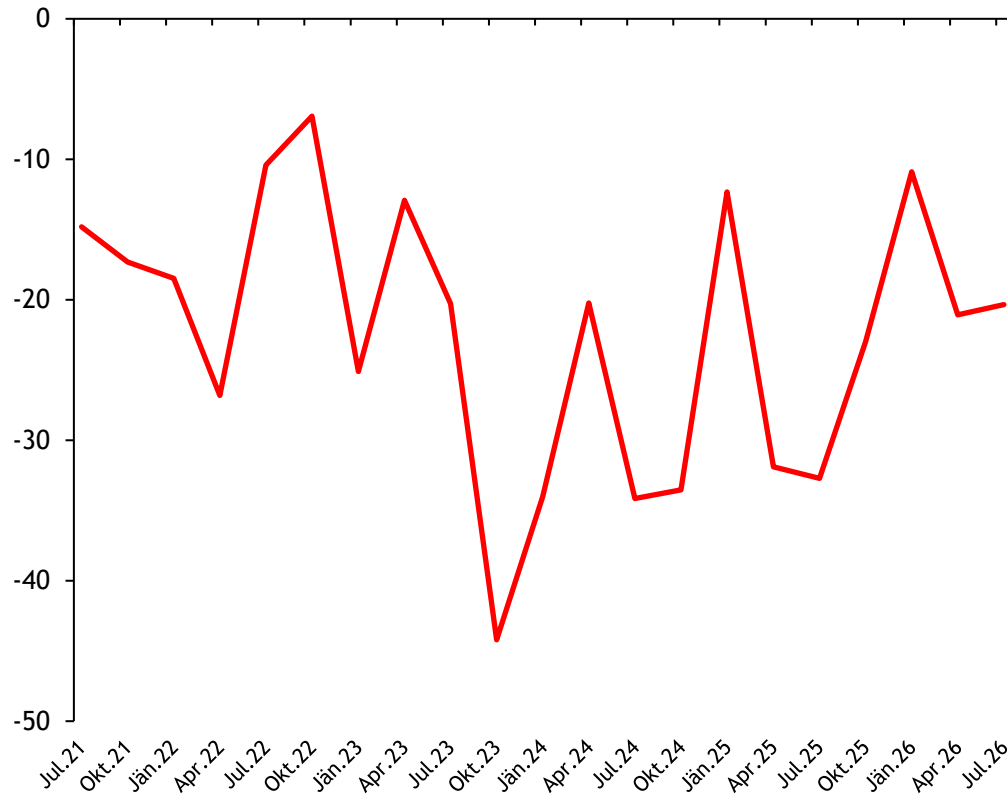
Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation



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).

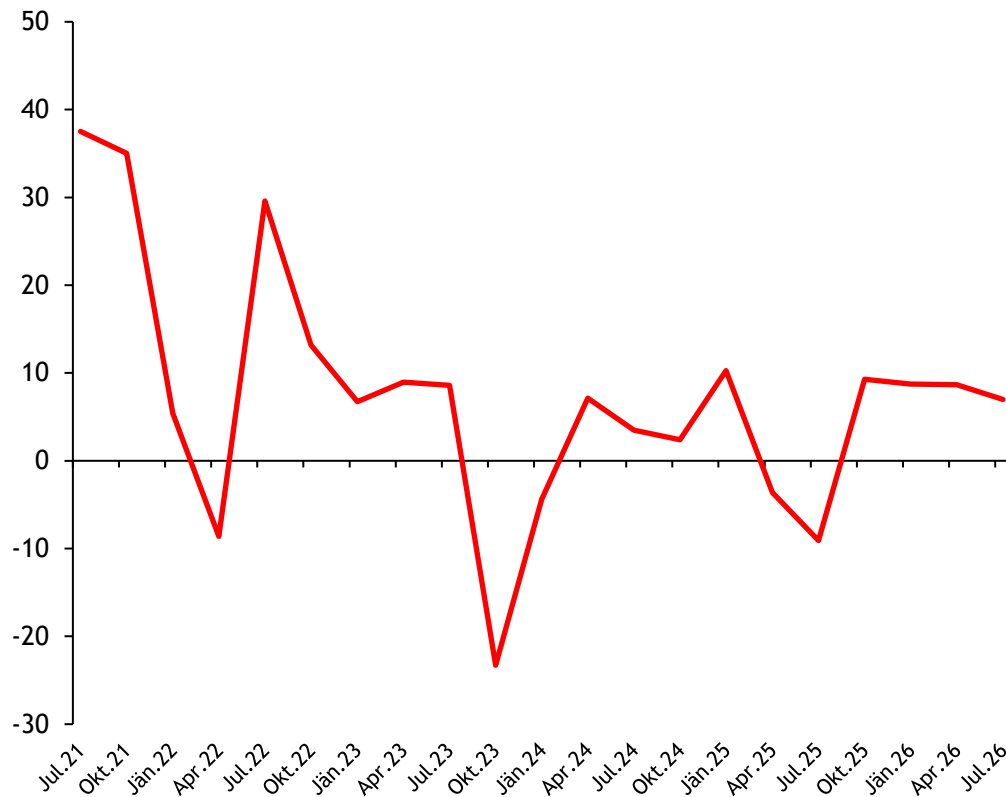
* Salden, nicht saisonbereinigt, jeder Datenpunkt ist ein Quartal

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



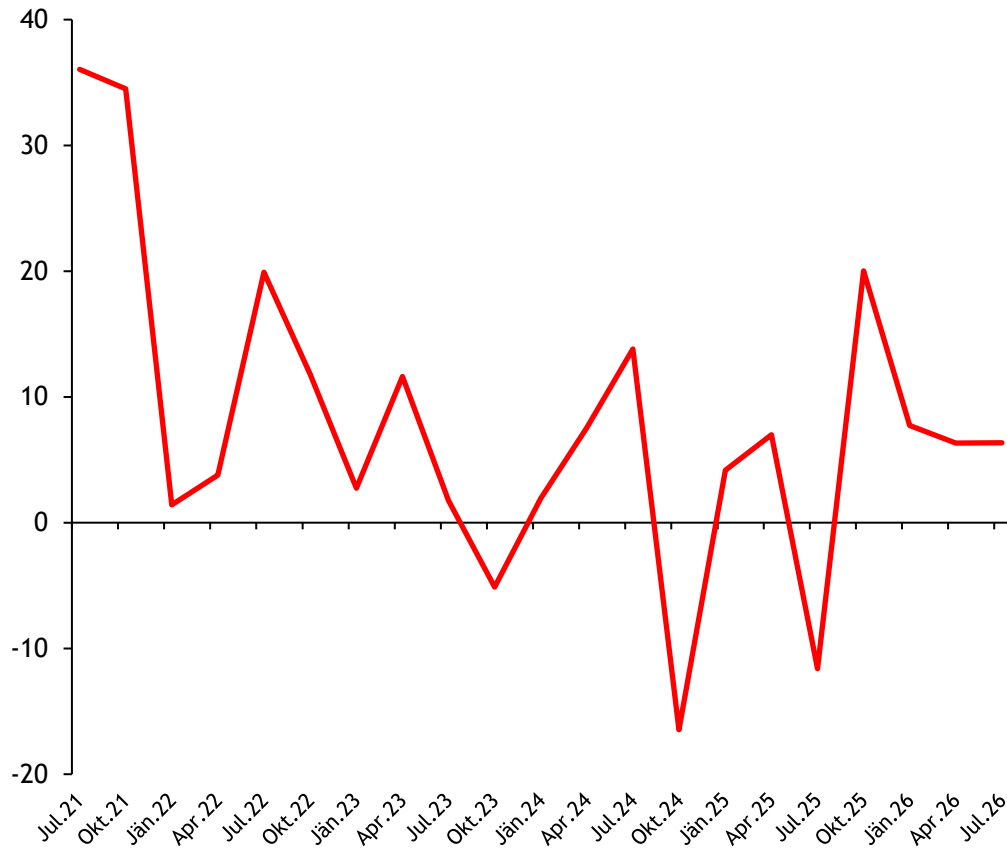
- 5 % der Befragten geben an, dass ihre aktuelle Geschäftslage gut ist
- 26 % der Unternehmen melden aktuell eine schlechte Geschäftslage
- Per Saldo liegt der Indikator mit minus 21 Punkten etwa gleich tief wie im Vorquartal

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



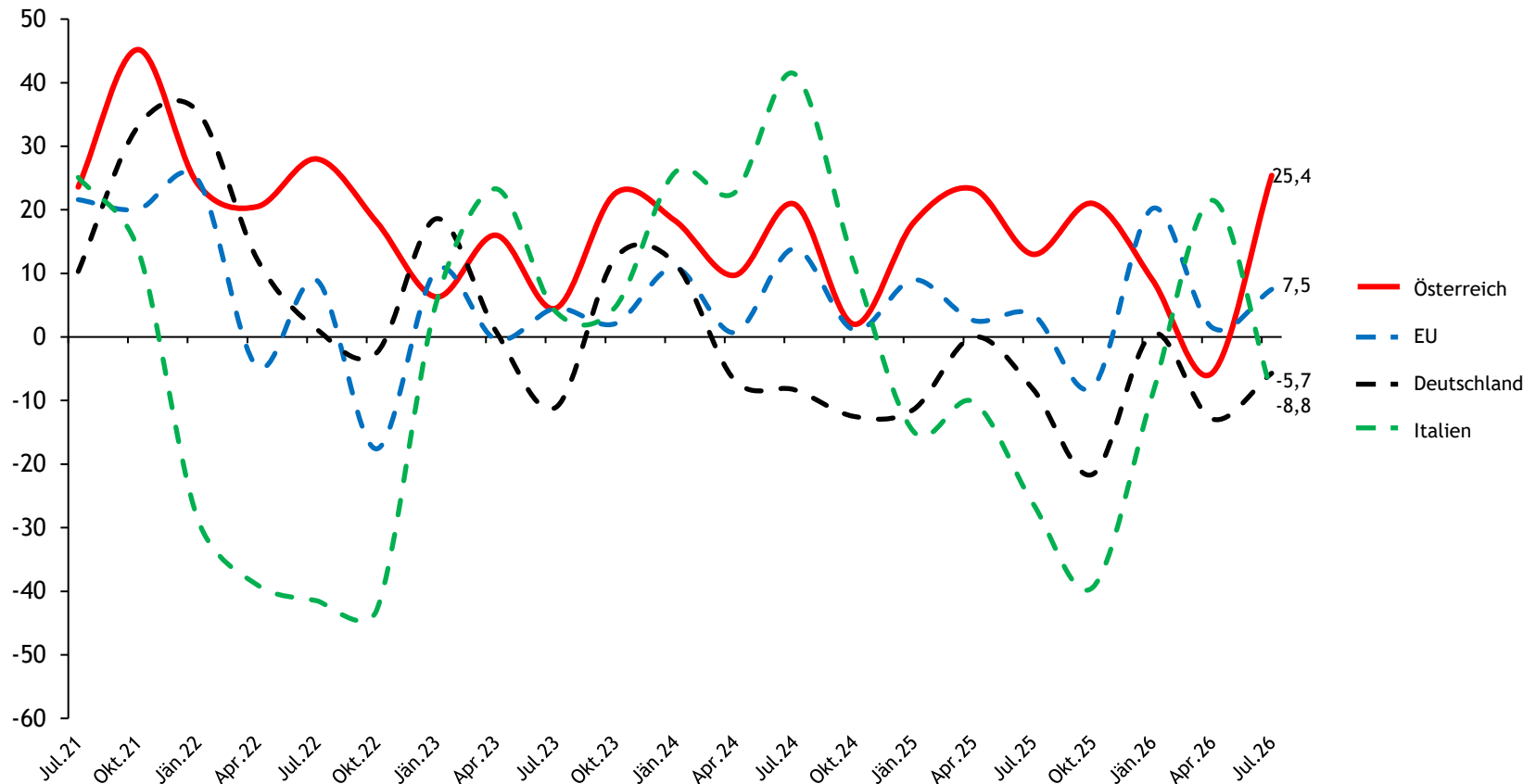
- 26 % der Unternehmen melden eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- Bei 19 % hat sich die Lage verschlechtert
- Der Saldo liegt mit plus 7 Punkten etwas tiefer als im Vorquartal

Nachfrage in den letzten drei Monaten



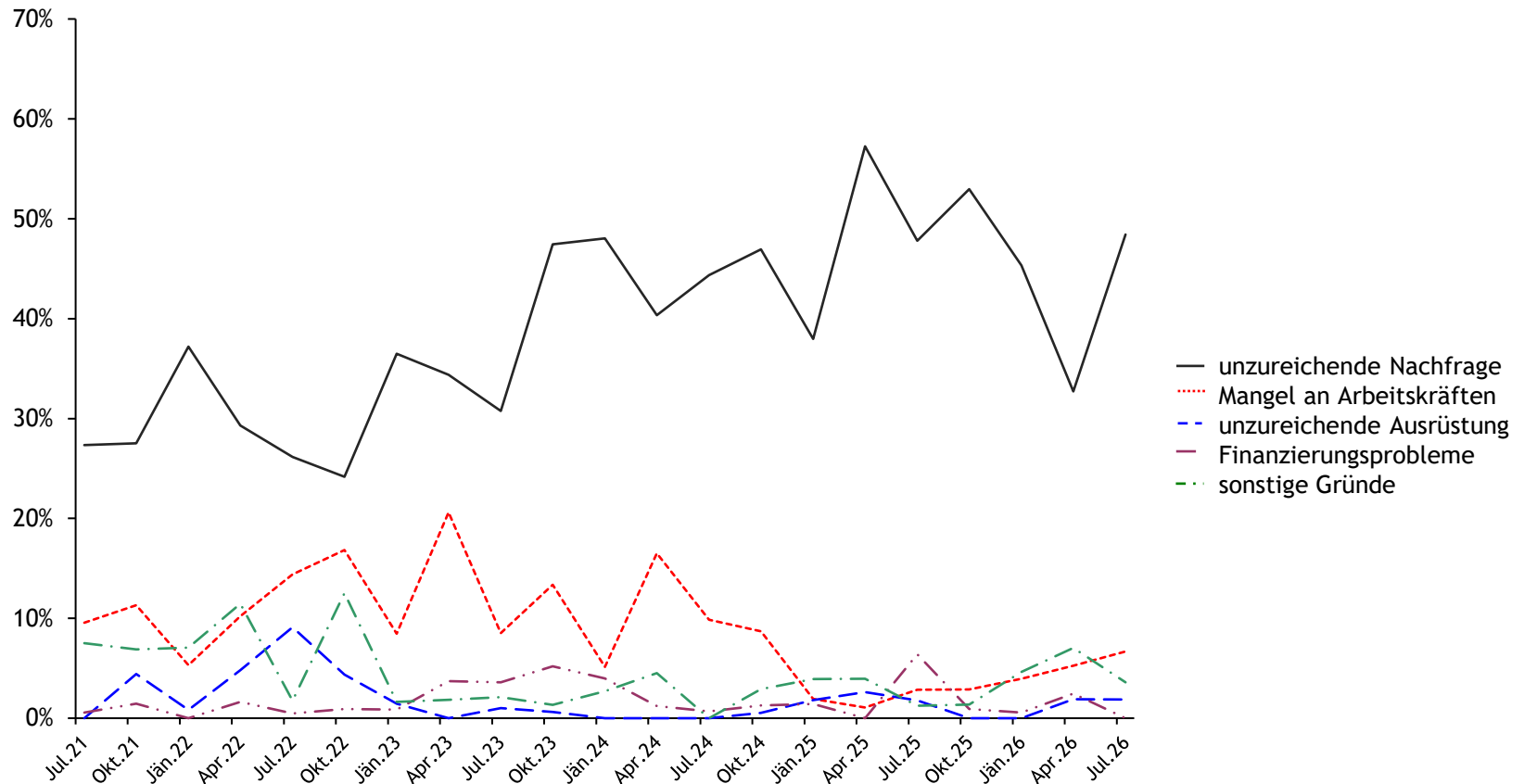
- 27 % berichten von einer verbesserten Nachfragesituation
- 21 % der Unternehmen berichten von sinkender Nachfrage
- Der Saldo liegt gleichbleibend bei plus 6 Punkten

Nachfrage in den letzten drei Monaten



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

Behinderungen der Geschäftstätigkeit

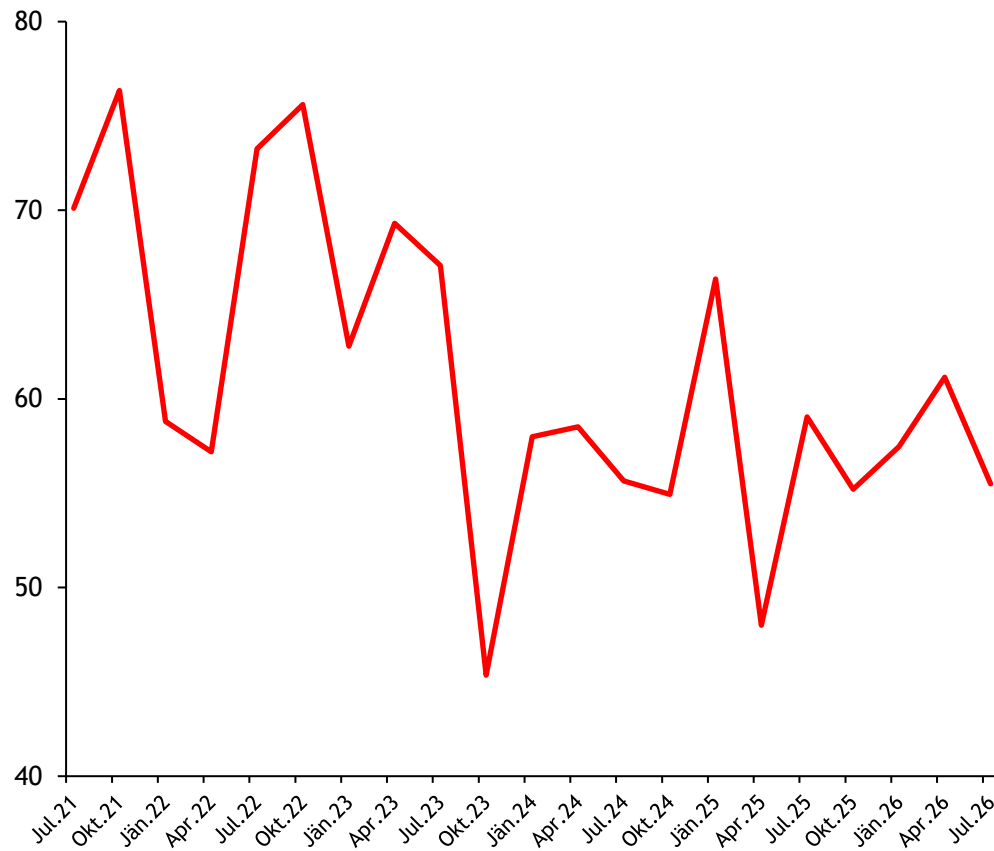


Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

39% der Unternehmen geben an, zur Zeit keine Behinderungen ihrer Geschäftstätigkeit zu erfahren

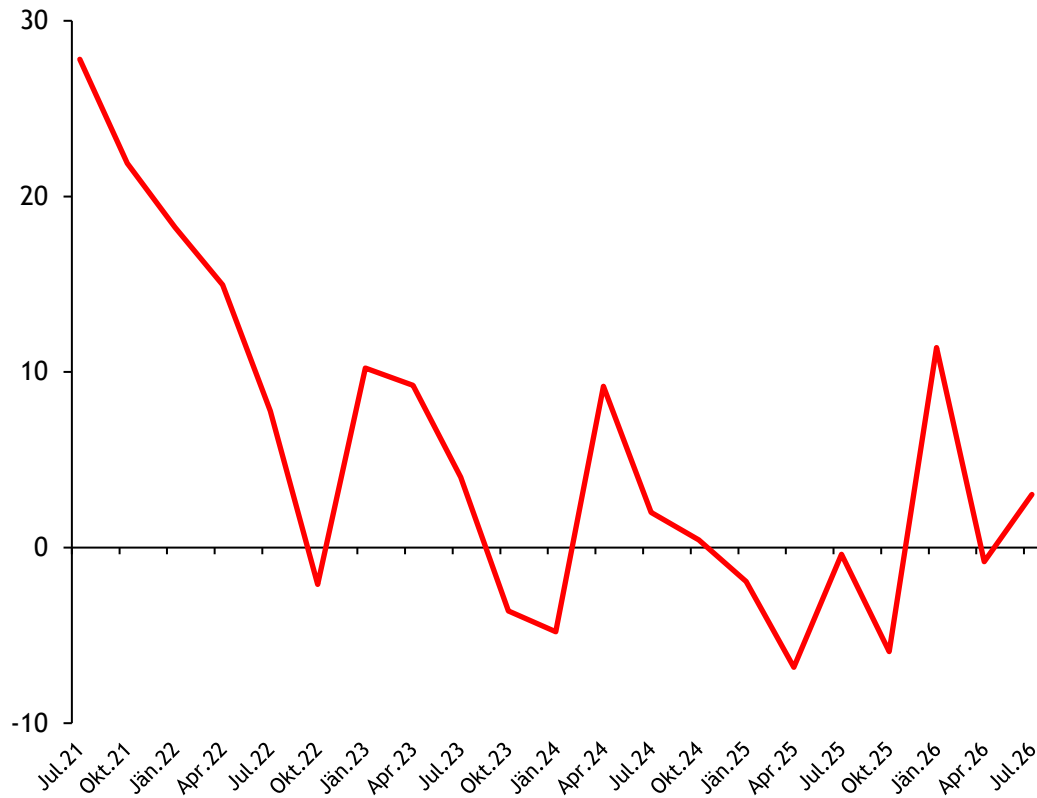
- für 48 % ist unzureichende Nachfrage das Haupthindernis
- 7 % geben einen Mangel an Arbeitskräften an
- 4 % haben sonstige Gründe
- 2 % melden unzureichende Ausrüstung

Auftragsbestände



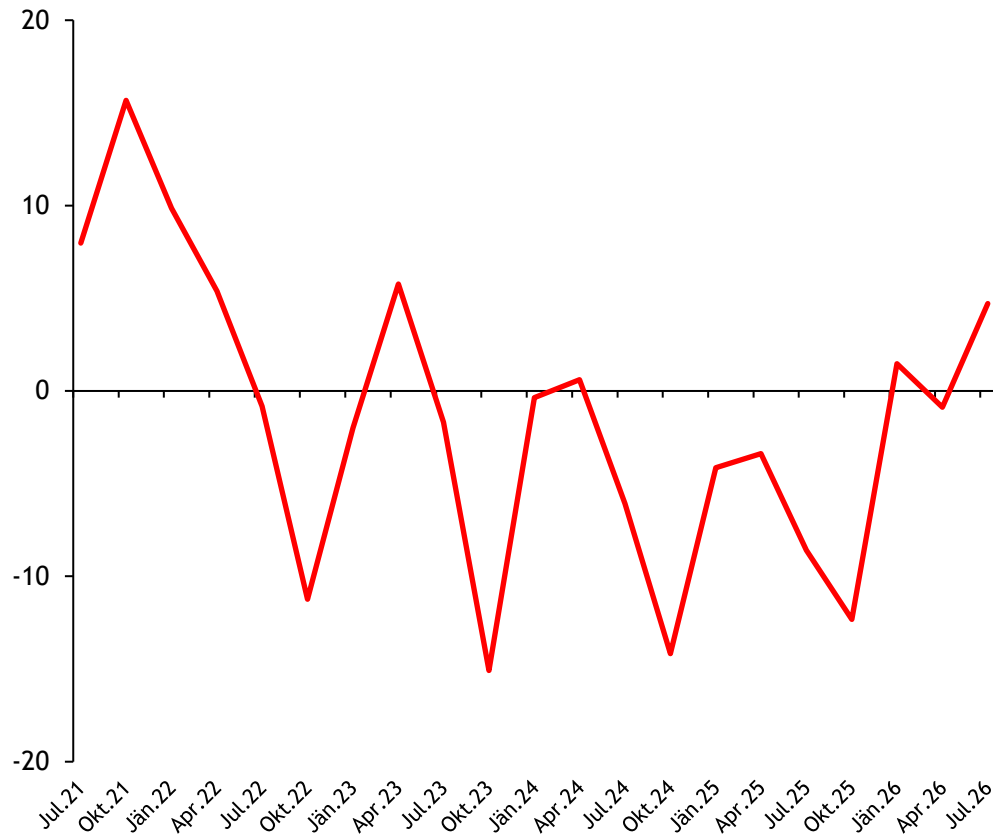
- 55 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 45 % der Unternehmen sehen sich mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Die Beurteilung der Auftragsbestände hat sich gegenüber dem letzten Quartal verschlechtert

Nachfrageerwartung



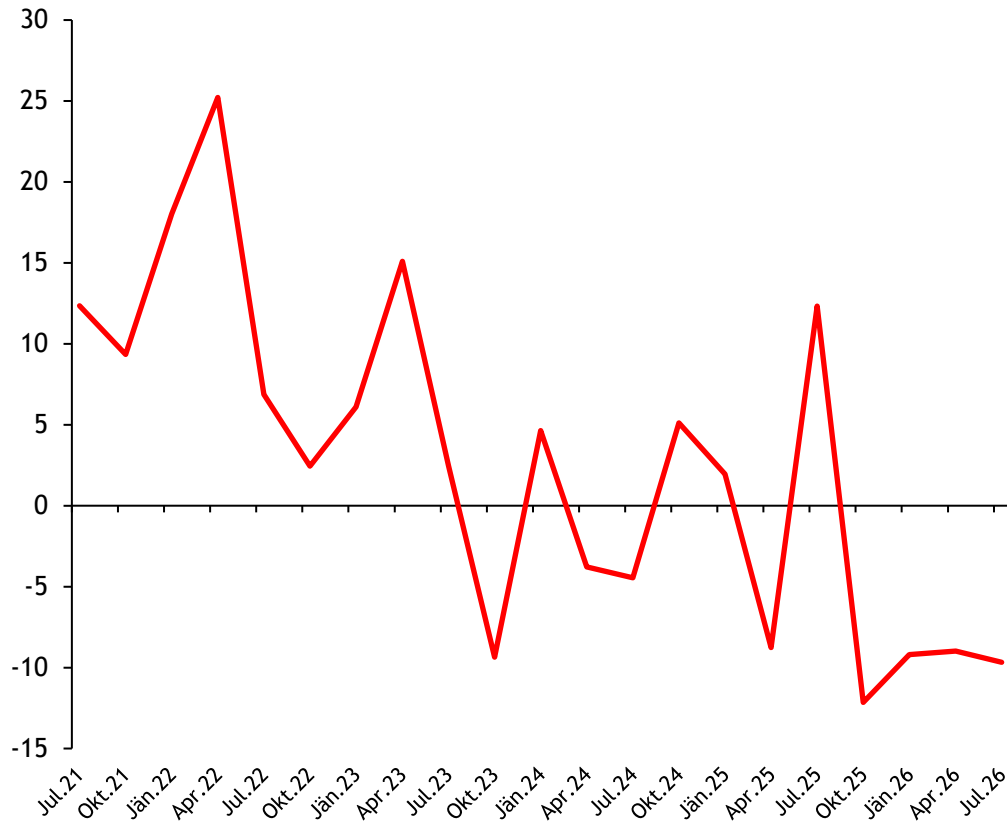
- 12 % gehen von einer positiven Entwicklung der Nachfrage in den kommenden 3 Monaten aus
- 9 % erwarten ein Sinken der Nachfrage
- Der Saldo ist mit plus 3 Punkten wieder leicht positiv

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



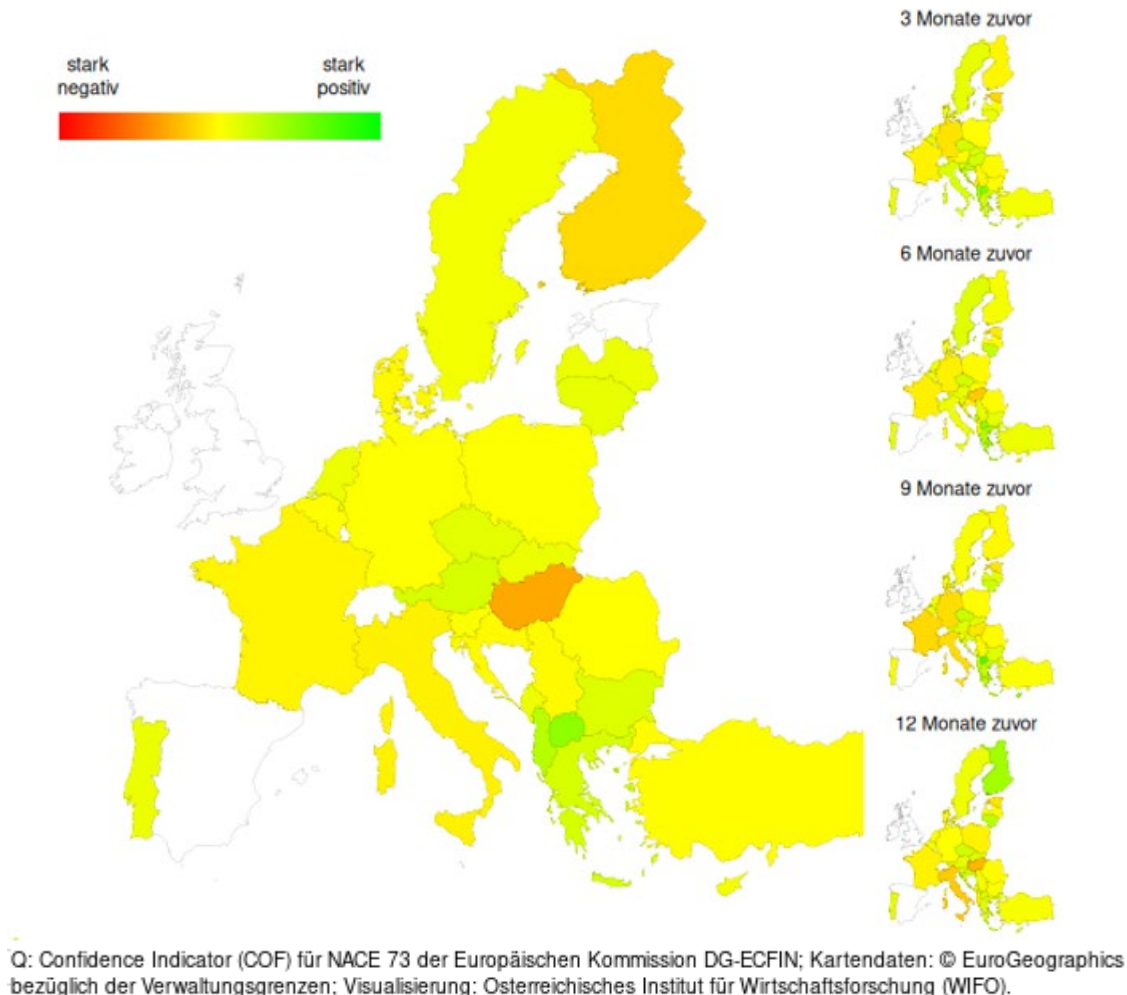
- 20 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage in den kommenden Monaten
- 15 % gehen von einer Verschlechterung der Geschäftslage aus
- Der Saldo liegt bei plus 5 Punkten und ist damit wieder positiv

Beschäftigungserwartung



- 10 % der Unternehmen geben an, in den nächsten Monaten neue Arbeitsplätze zu schaffen
- 20 % erwarten künftig Mitarbeiter:innen abbauen zu müssen
- Der Index ist mit minus 10 Punkten gleichbleibend negativ

EU Vertrauensindikator Werbung Juli 2026



- EU-weit zeigt sich ein schwächeres Werbeklima
- Österreich liegt im EU-Vergleich gemeinsam mit Griechenland, der Slowakei und Tschechien etwas weiter vorne
- Ungarn hat sich gegenüber dem Vorquartal stark verschlechtert und bildet gemeinsam mit Finnland das Schlusslicht der EU
- Estland, Irland und Spanien lieferten keine Daten

Rückfragen

Mag. Markus Deutsch

Mag. Dagmar Hartl-Frank

Wiedner Hauptstraße 63

1045 Wien

T +43 (0)5 90 900 3504

E werbung@wko.at

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