

# WIFO Werbeklimaindex

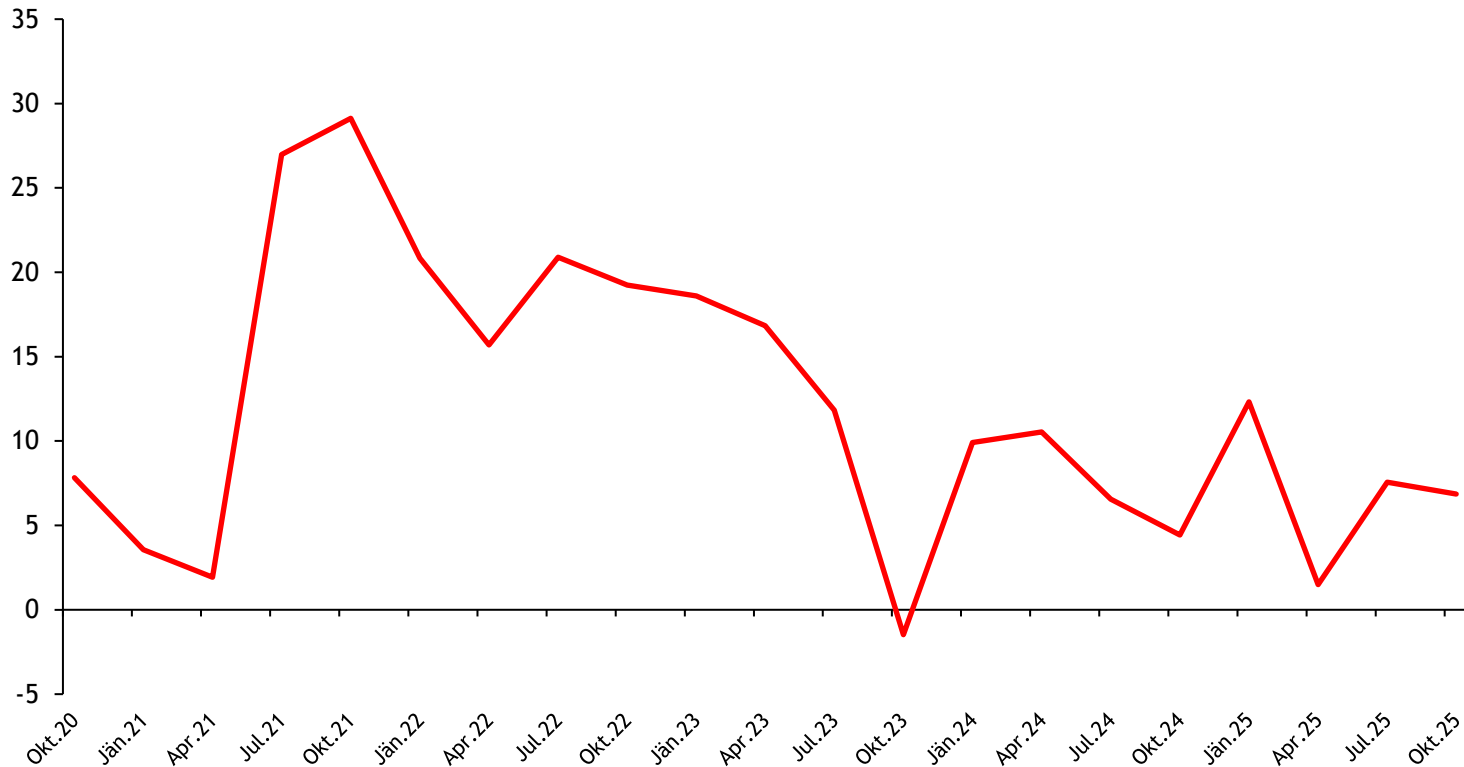
---

Erhebungszeitraum Oktober 2025

# Werbeklimaindex Oktober 2025: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 3. Quartal 2025
  - Aktuelle Lage im Oktober 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: 69 Unternehmen mit 1.886 Beschäftigten

# Werbeklimaindex



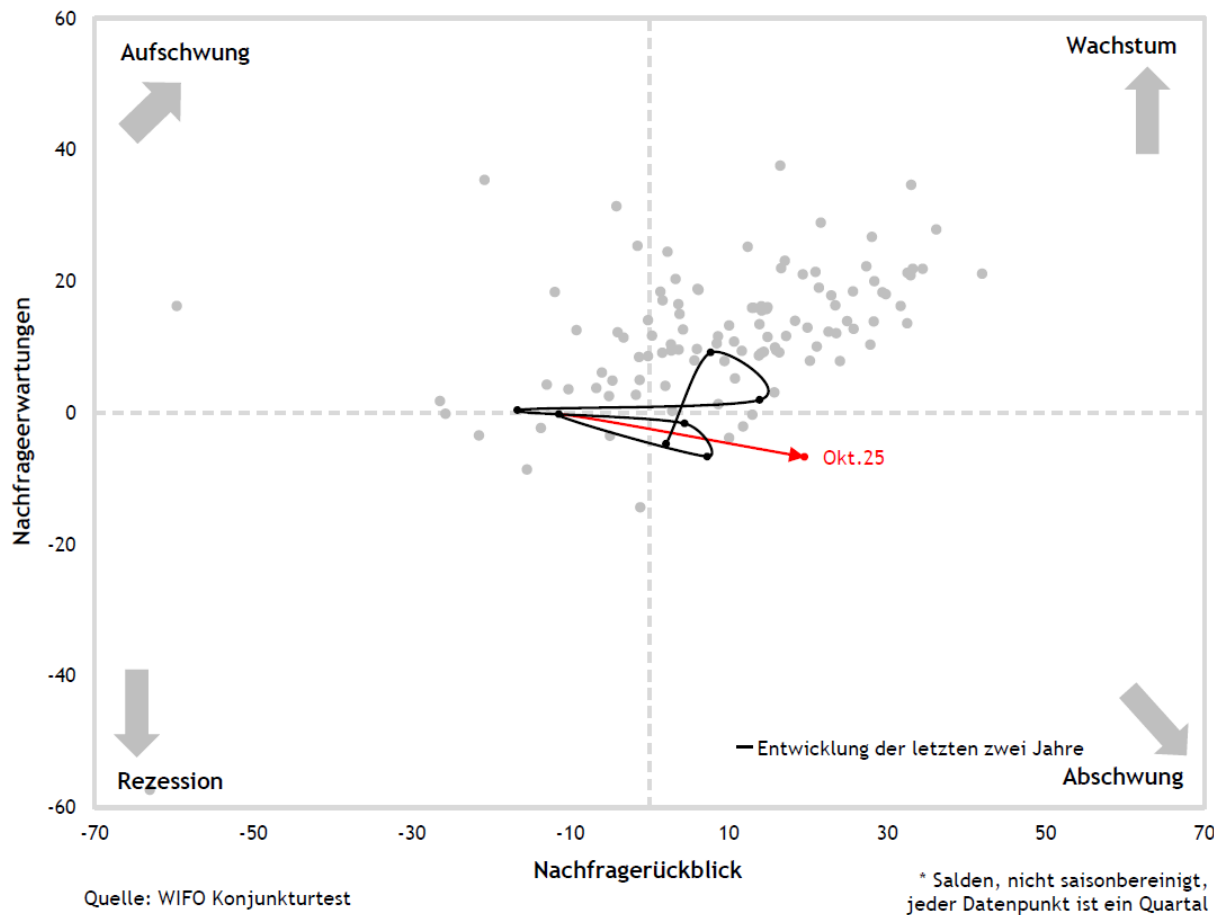
Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte  
(nicht saisonbereinigte Werte)

# Zusammenfassung Werbeklima Oktober 2025

- Der WIFO-Werbeklimaindex liegt aktuell bei 7 Punkten.
- Die Geschäftslageeinschätzungen bleiben mit einem Saldo von minus 24 Punkten weiter deutlich negativ.
- 55 % der Unternehmen berichten von ausreichenden oder mehr als ausreichenden Auftragsbeständen.
- Die Beschäftigungssituation ist angespannt: 14 % der Unternehmen haben neue Mitarbeiter:innen eingestellt, während 19 Prozent Personal abbauen mussten. Der Beschäftigungssaldo beträgt minus 5 Punkte, und die Beschäftigungserwartungen liegen mit minus 12 Punkten auf einem Rekordtief.
- Unzureichende Nachfrage bleibt das Haupthindernis für die Geschäftstätigkeit, wobei 53 % der Unternehmen davon betroffen sind; 41 % melden aktuell keine Behinderungen.
- Die Erwartungen für die Nachfrage- und Geschäftslageentwicklung bleiben skeptisch, mit Salden von minus 7 beziehungsweise minus 13 Punkten.
- Im EU-Vergleich liegt Österreich im besseren Mittelfeld, während Deutschland, Frankreich, Italien und Ungarn die Schlusslichter bilden.

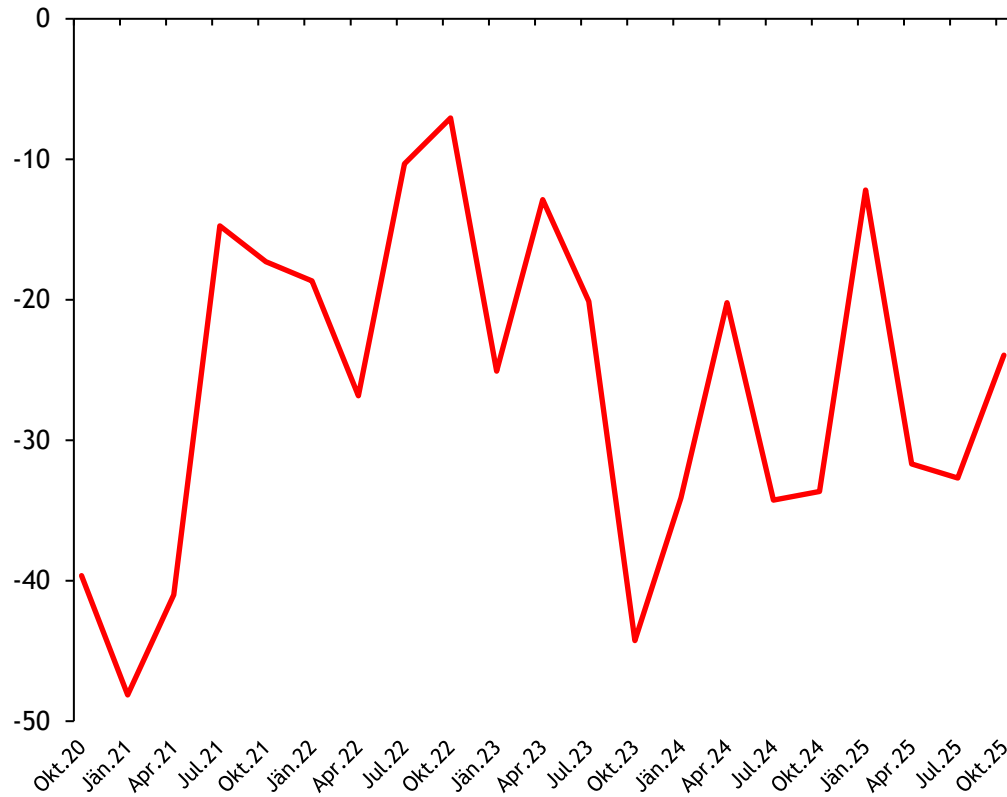
# Konjunktur-Uhr von 1997 bis heute

## Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation



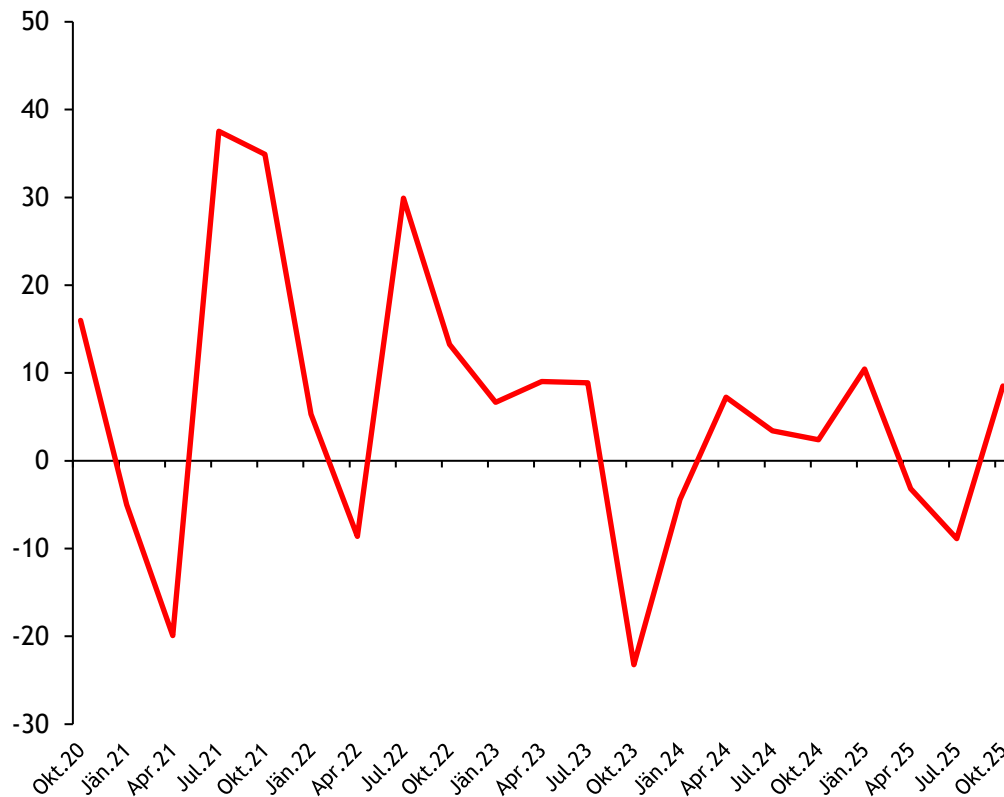
**Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?**  
 Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. **Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse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



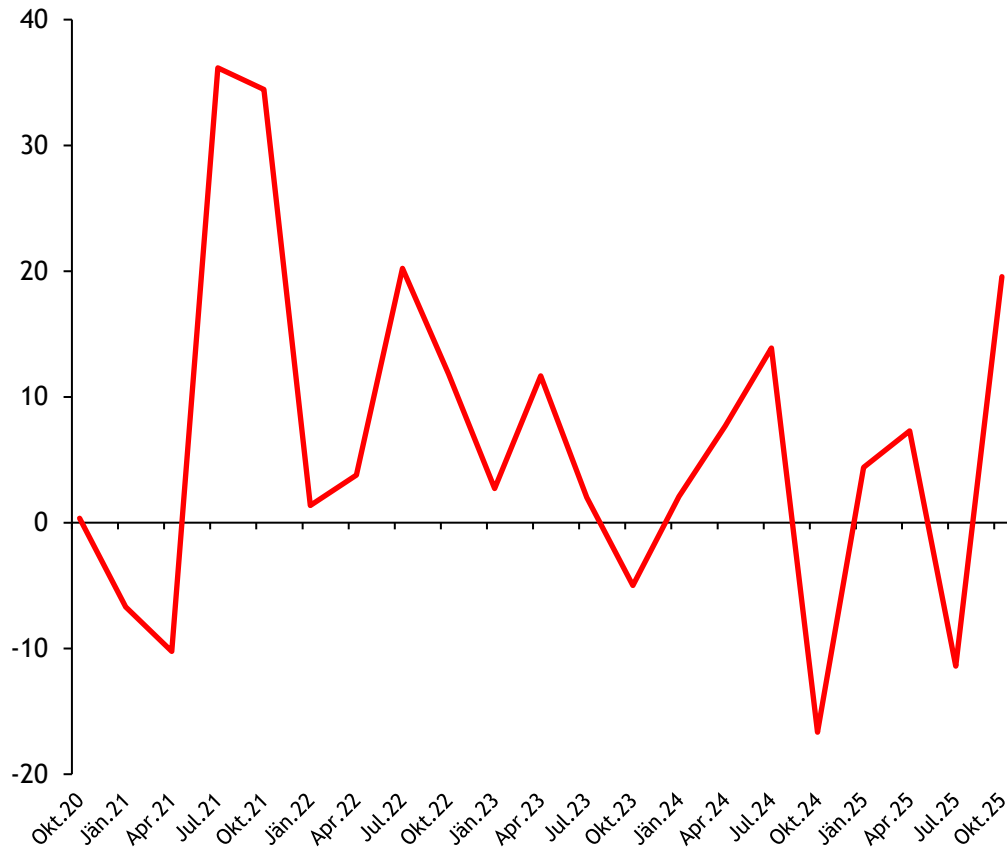
- 9 % der Befragten geben an, dass ihre aktuelle Geschäftslage besser als saisonüblich ist
- 33 % der Unternehmen melden aktuell eine schlechtere als saisonübliche Geschäftslage
- Per Saldo liegt der Indikator mit minus 24 Punkten besser als im Vorquartal, aber deutlich im negativen Bereich

# Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



- 22 % der Unternehmen melden eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- Bei 14 % hat sich die Lage verschlechtert
- Der Saldo liegt mit plus 8 Punkten wieder im positiven Bereich

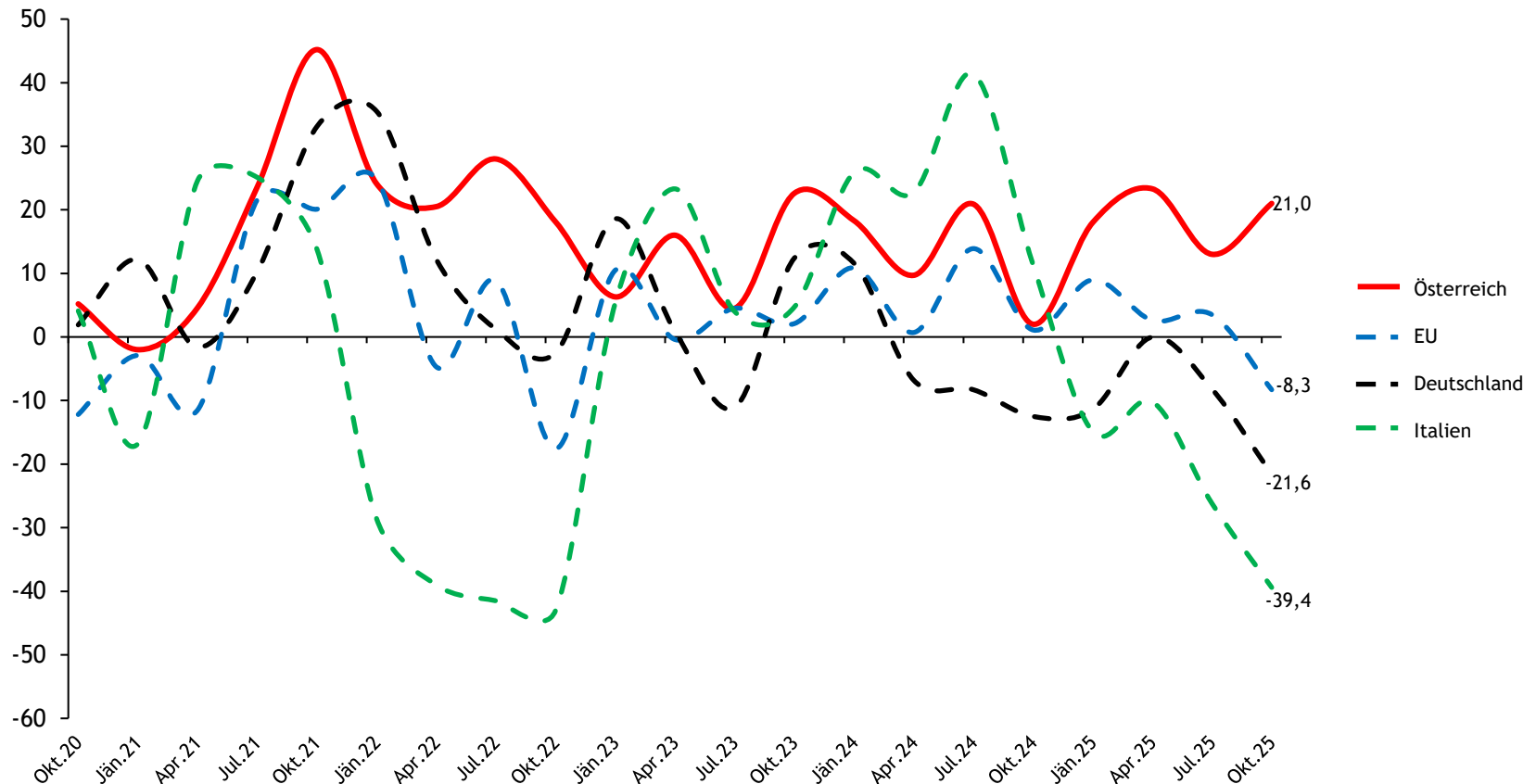
# Nachfrage in den letzten drei Monaten



- 37 % melden, dass die Nachfrage nach ihren Leistungen gestiegen ist
- 17 % der Unternehmen berichten von sinkender Nachfrage
- Der Saldo ist seit dem Vorquartal um 31 Punkte gestiegen und liegt jetzt bei plus 20 Punkten

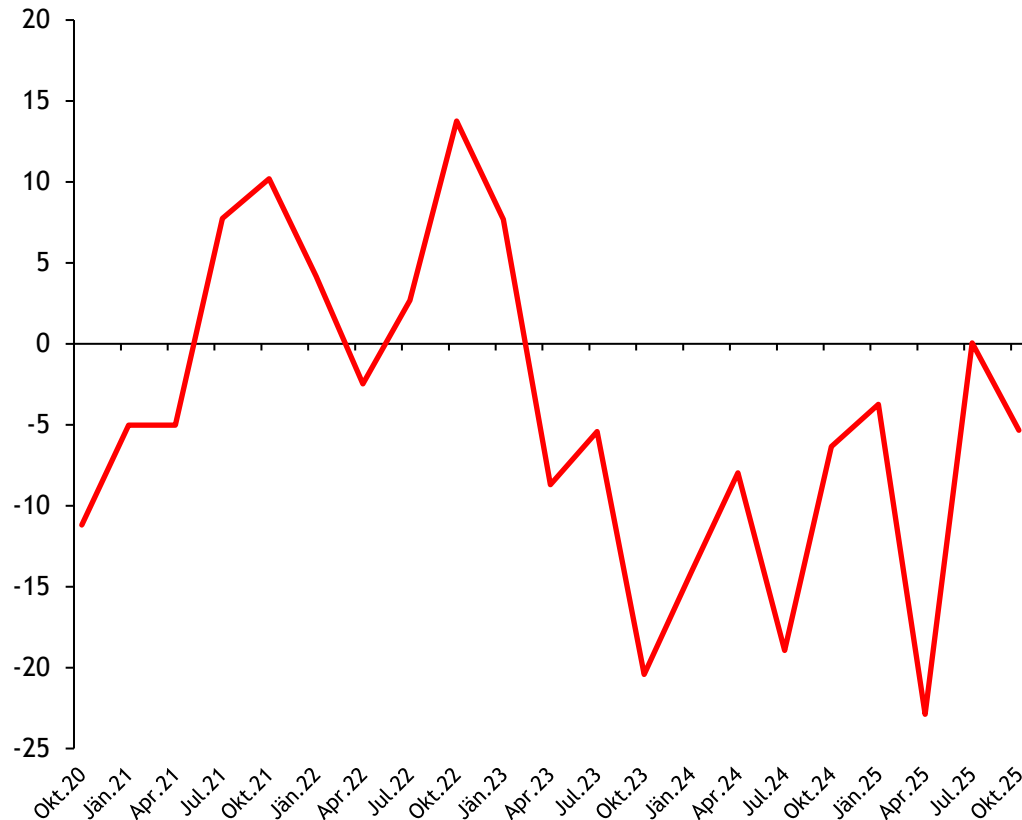


# Nachfrage in den letzten drei Monaten



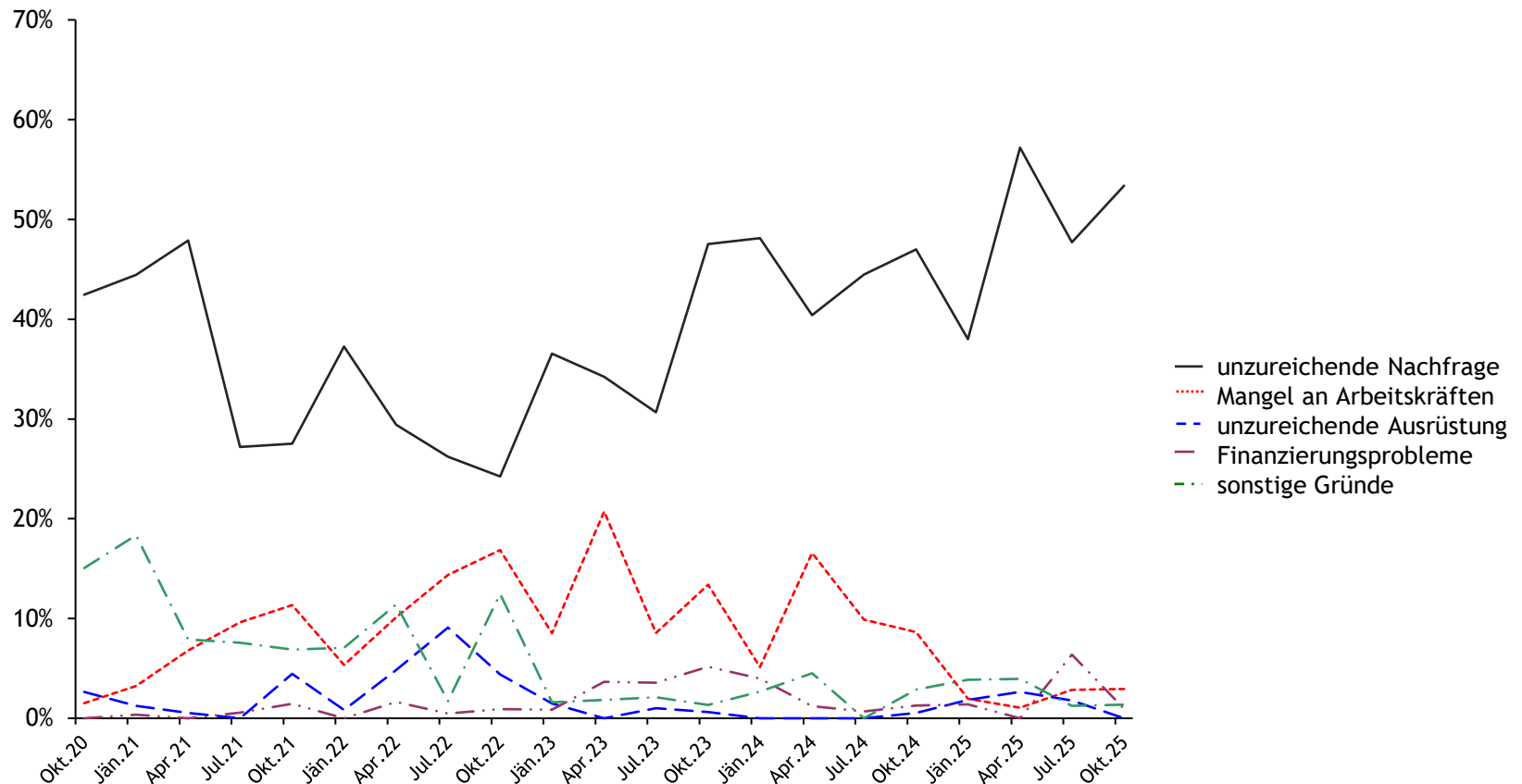
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

# Beschäftigung in den letzten drei Monaten



- 14 % der befragten Unternehmen melden, neue Mitarbeiter:innen aufgenommen zu haben
- 19 % der Unternehmen geben an, in den vergangenen drei Monaten zum Abbau von Mitarbeiter:innen gezwungen gewesen zu sein
- Der Saldo liegt bei minus 5 Punkten

# Behinderungen der Geschäftstätigkeit



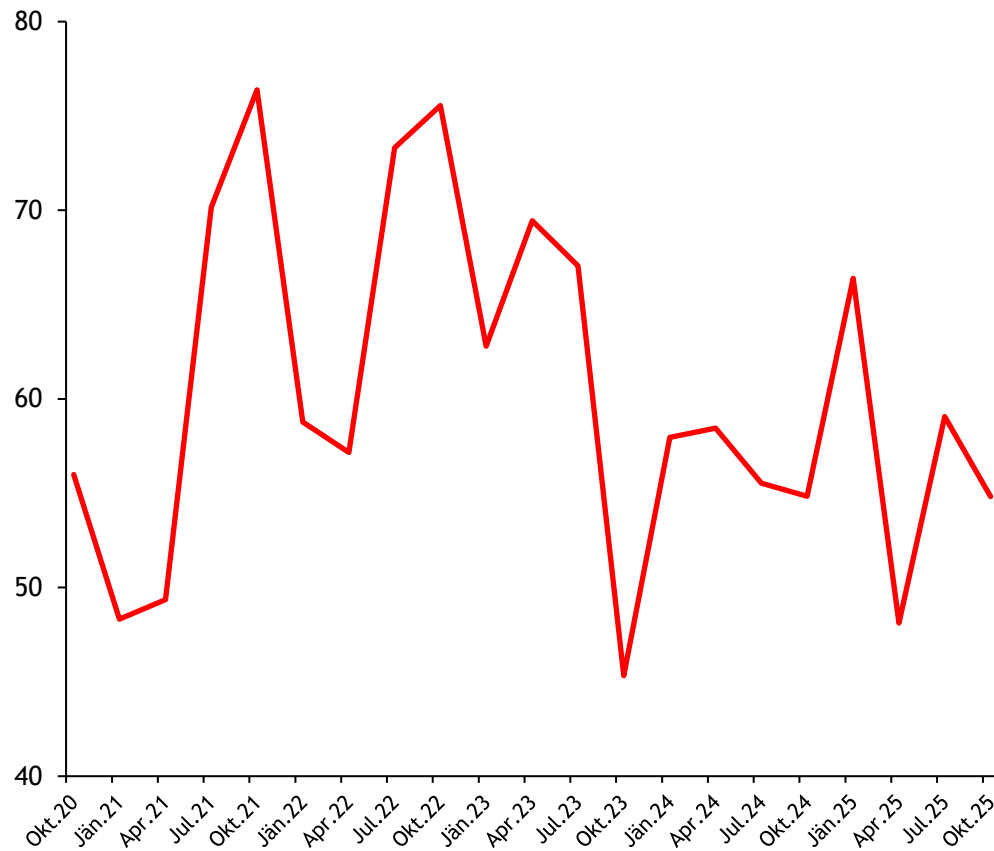
# Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

---

**41 % der Unternehmen geben an, zur Zeit keine Behinderungen ihrer Geschäftstätigkeit zu erfahren**

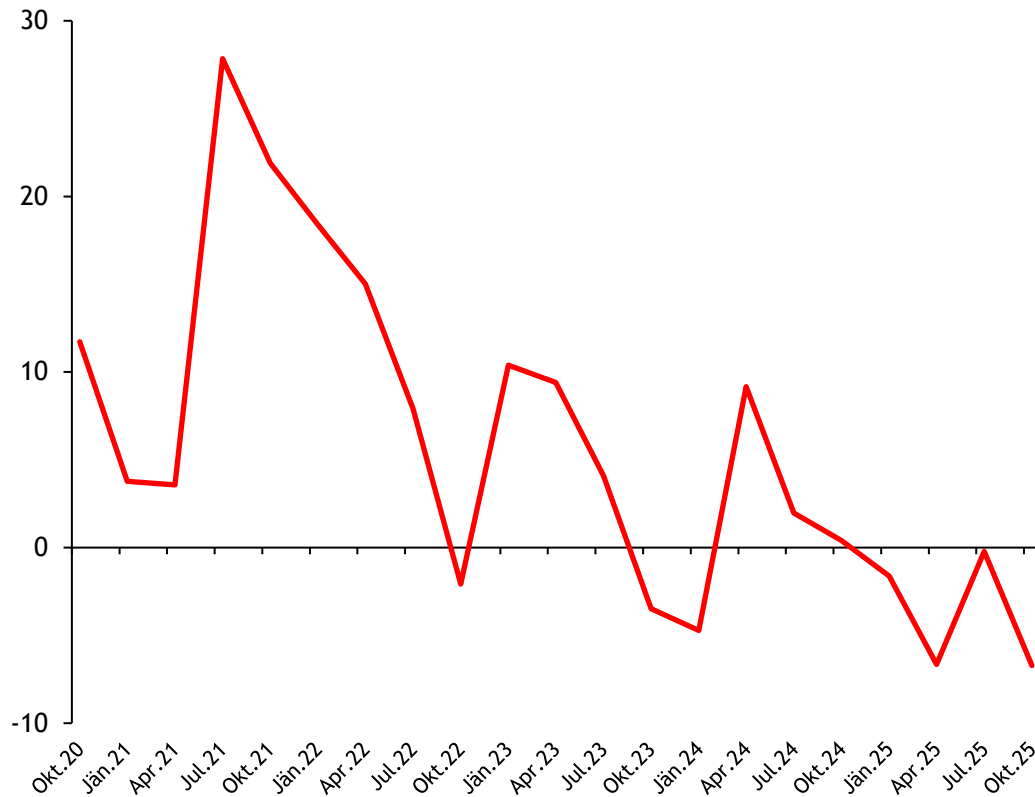
- für 53 % ist unzureichende Nachfrage das Haupthindernis
- 3 % geben einen Mangel an Arbeitskräften an
- 2 % erwähnen sonstige Gründe
- 1 % melden Finanzierungsprobleme als primäre Behinderung

# Auftragsbestände



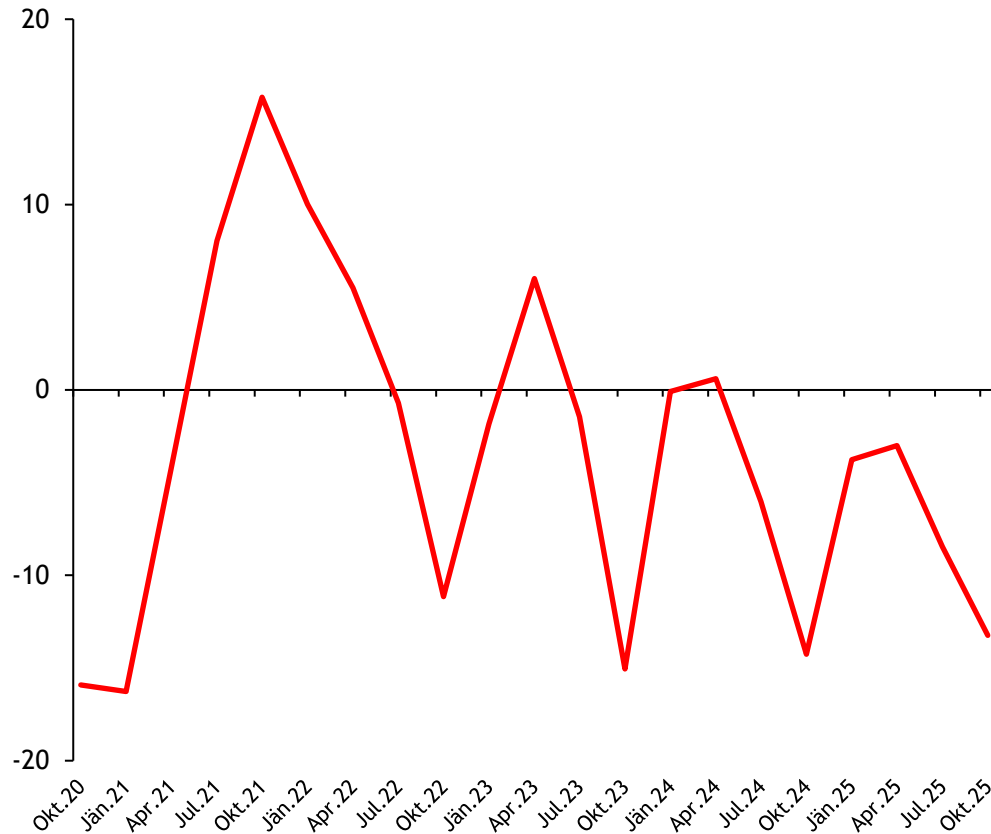
- 55 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 45 % der Unternehmen sehen sich mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Der Saldo der Auftragsbestände ist gegenüber dem letzten Quartal um 4 Punkte gesunken

# Nachfrageerwartung



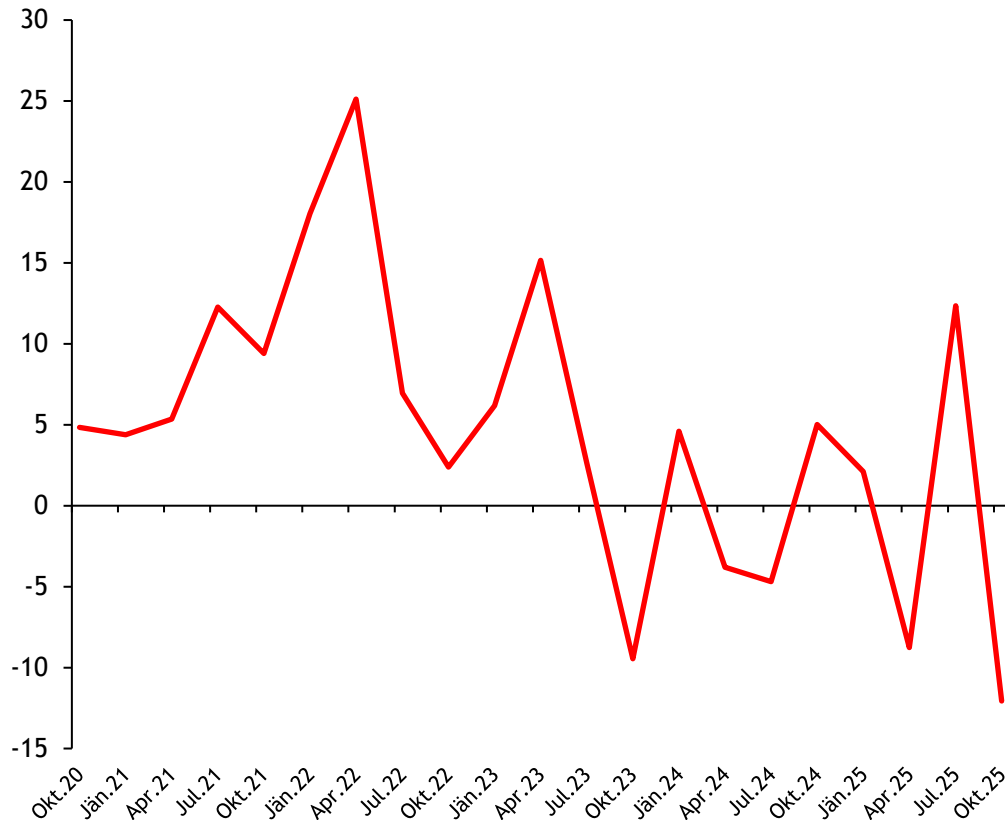
- 16 % gehen von einer positiven Entwicklung der Nachfrage in den kommenden 3 Monaten aus
- 23 % erwarten eine rückläufige Nachfrage
- Der Saldo ist mit minus 7 Punkten wieder deutlich ins Negative gerutscht

# Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 9 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage in den kommenden Monaten
- 22 % gehen von einer Verschlechterung der Geschäftslage aus
- Der Saldo liegt bei minus 13 Punkten und ist damit um 10 Punkte schlechter als im Vorquartal

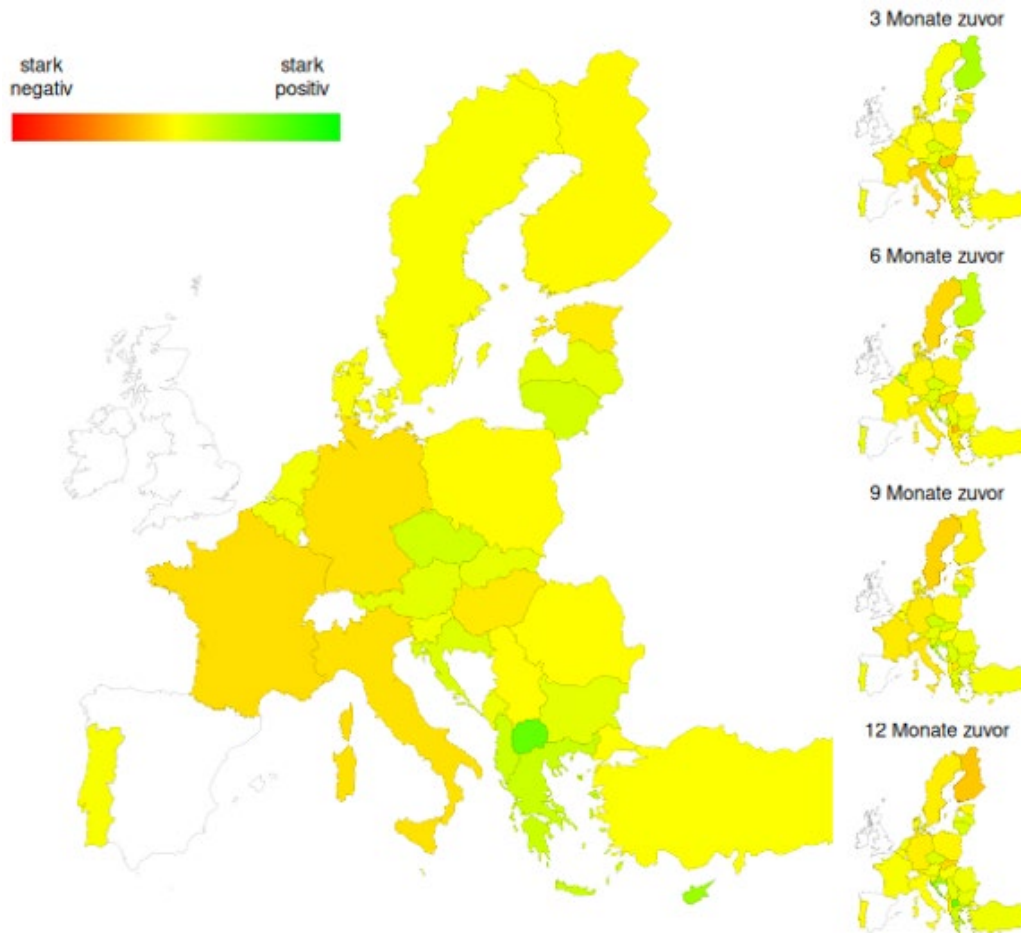
# Beschäftigungserwartung



- 7 % der Unternehmen geben an, in den nächsten Monaten neue Arbeitsplätze zu schaffen
- 19 % erwarten, künftig Mitarbeiter:innen abbauen zu müssen
- Der Index liegt damit bei minus 12 Punkten und damit auf einem Rekordtief



# EU Vertrauensindikator Werbung Oktober 2025



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

- EU-weit ist die schwache Wirtschaftsdynamik spürbar
- Leichtes Wachstum zeigt sich in Griechenland, Kroatien, Litauen, Tschechien und Zypern
- Österreich liegt im EU-Vergleich nach wie vor im besseren Mittelfeld
- In Deutschland, Frankreich, Italien und Ungarn sind die Werbeunternehmen besonders skeptisch

# 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>