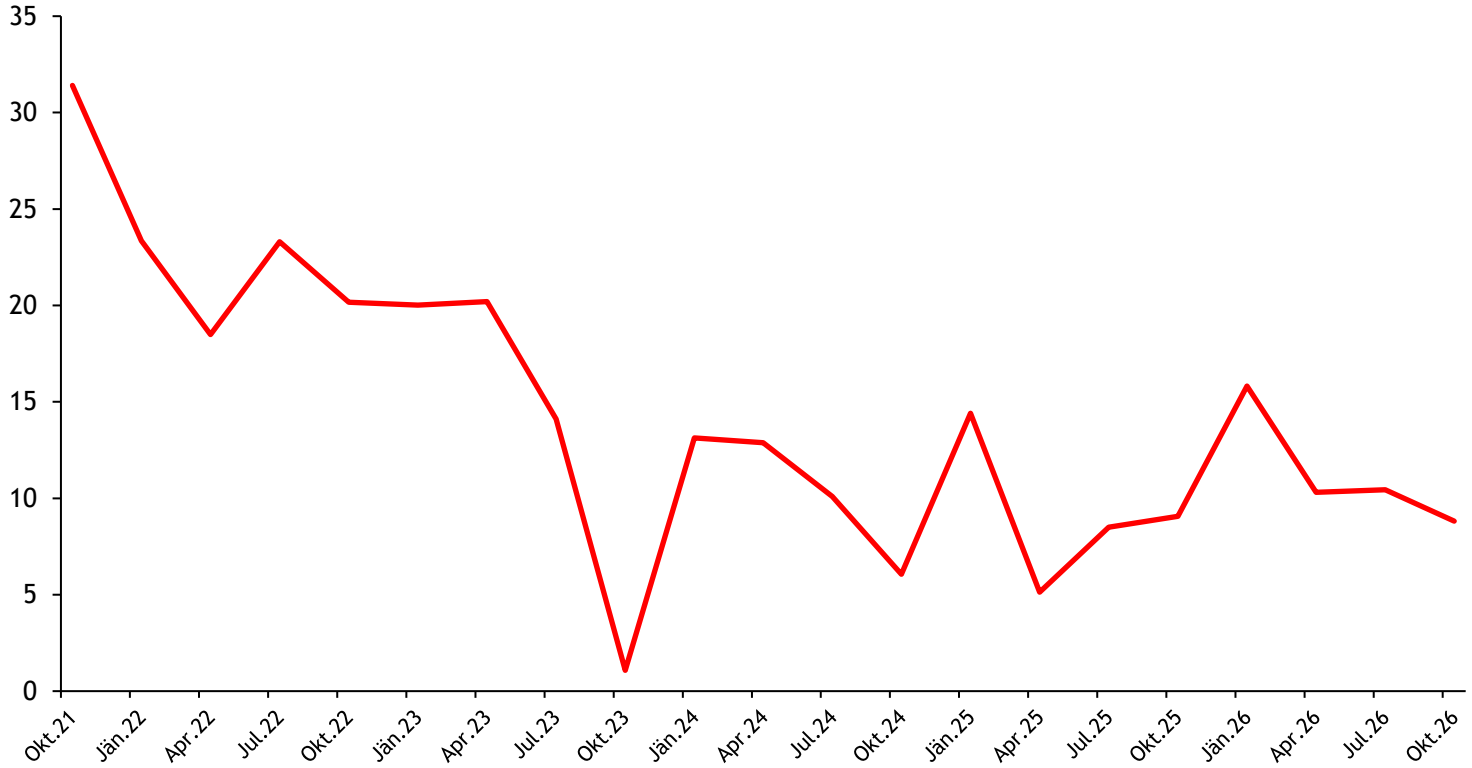
WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Oktober 2026

Werbeklimaindex Oktober 2026: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 3. Quartal 2026
  - Aktuelle Lage im Oktober 2026
  - Ausblick auf die kommenden 6 Monate
- Simples 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 2.150 Beschäftigten

Werbeklimaindex

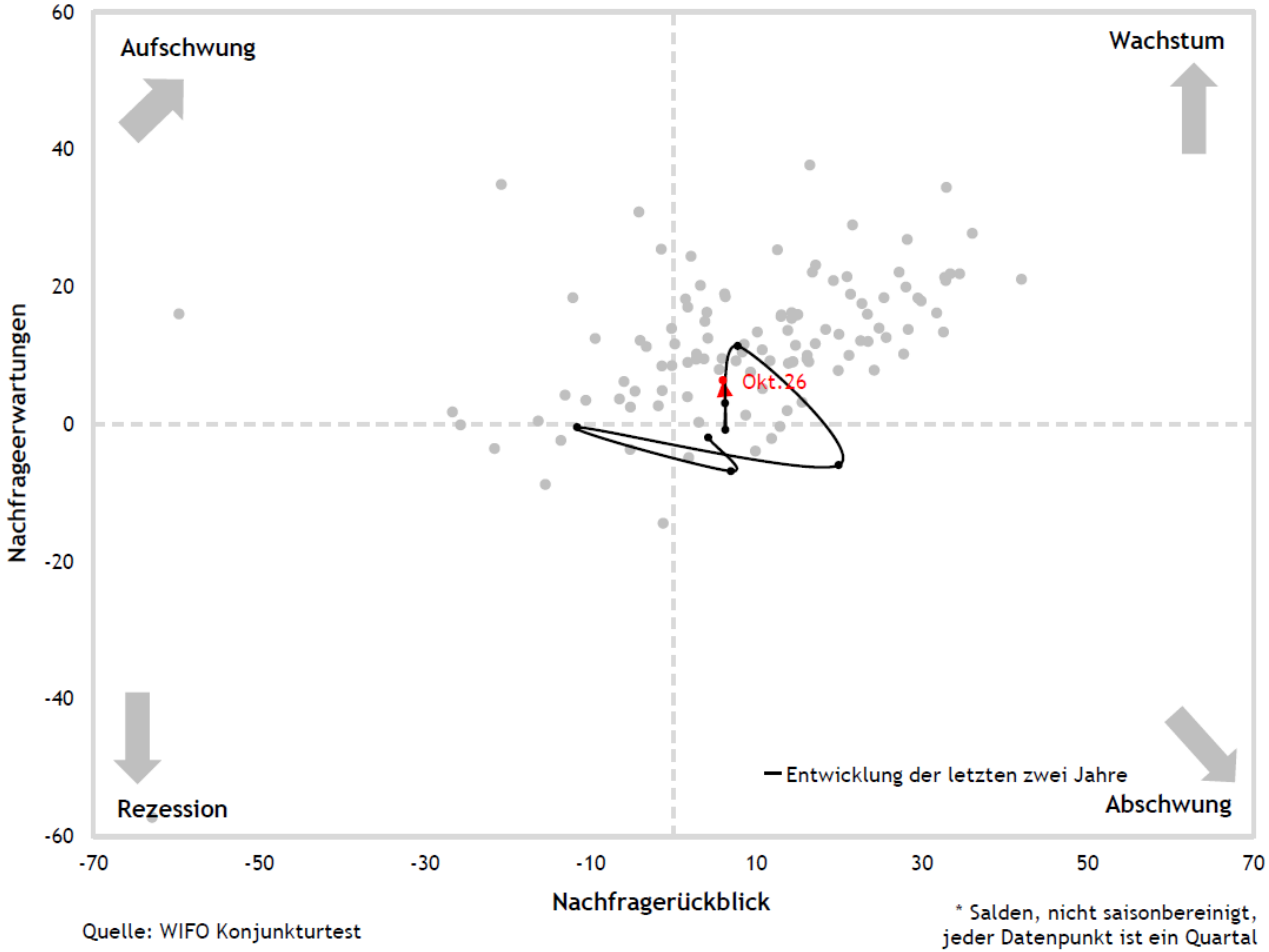


Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte
(nicht saisonbereinigte Werte)

Zusammenfassung Werbeklima Oktober 2026

- Der WIFO-Werbeklimaindex sinkt von 10 auf 9 Punkte, bleibt aber im positiven Bereich.
- Die aktuelle Geschäftslage wird trotz Verbesserung weiter als schlechter als saisonüblich eingeschätzt (Saldenwert minus 18 Punkte) negativ, verbessert sich aber leicht gegenüber dem Vorquartal.
- Die Auftragsbestände bleiben gegenüber dem Vorquartal unverändert. 45 % der Unternehmen melden unzureichende Auftragsbestände.
- Die Beschäftigungserwartungen verbessern sich auf minus 6 Punkte. 6 % erwarten Beschäftigungszuwächse, 12 % rechnen mit einem Abbau.
- Unzureichende Nachfrage bleibt für 45 % der Unternehmen das Haupthindernis der Geschäftstätigkeit. 39 % melden keine Behinderungen.
- Der Ausblick bleibt gemischt: Die Geschäftslageerwartungen fallen per Saldo auf minus 4 Punkte. Die Nachfrageerwartungen steigen auf plus 6 Punkte.
- Beim EU-Vertrauensindikator zählt Österreich zu den Mitgliedsstaaten mit den besten Ergebnissen. EU-weit bleibt die Wirtschaftsdynamik schwach.

Konjunktur-Uhr von 1997 bis heute
Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation

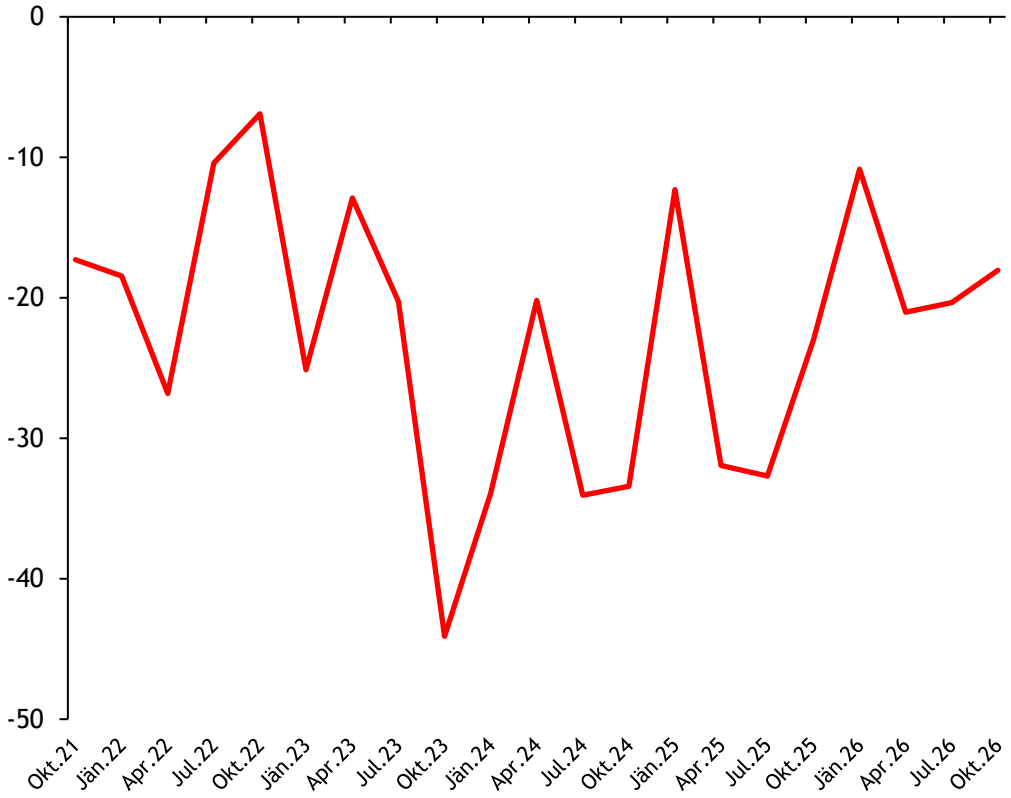


Quelle: WIFO Konjunkturtest

* Salden, nicht saisonbereinigt, jeder Datenpunkt ist ein Quartal

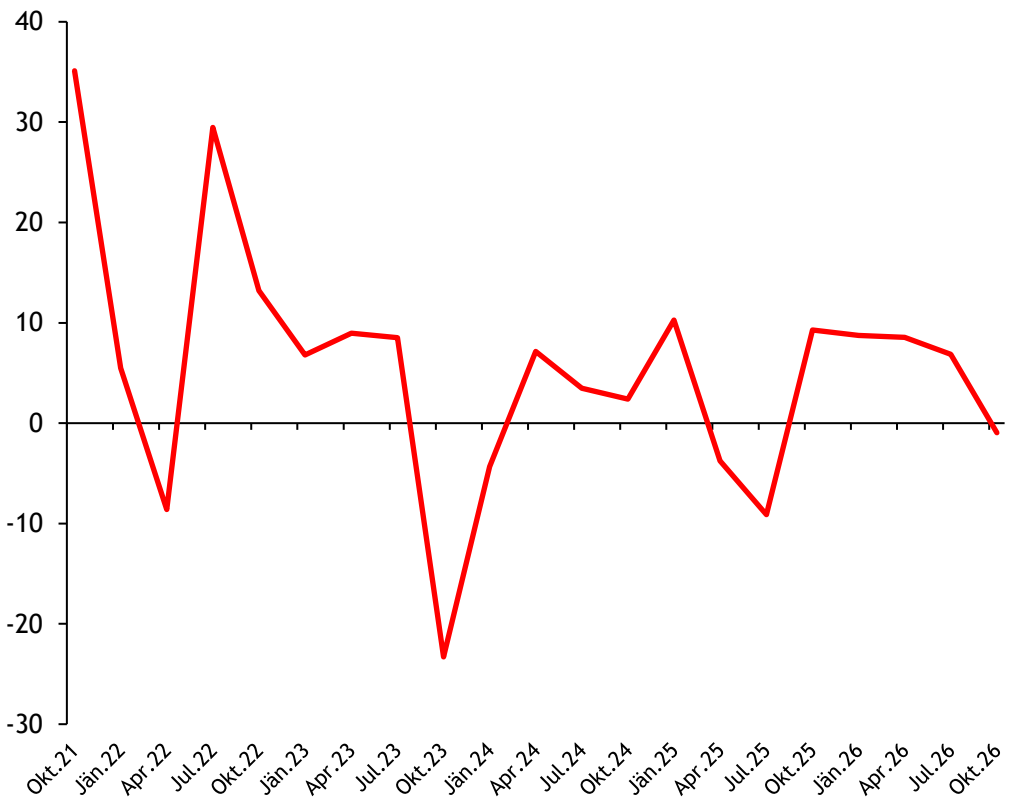
Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr"? Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. **Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen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



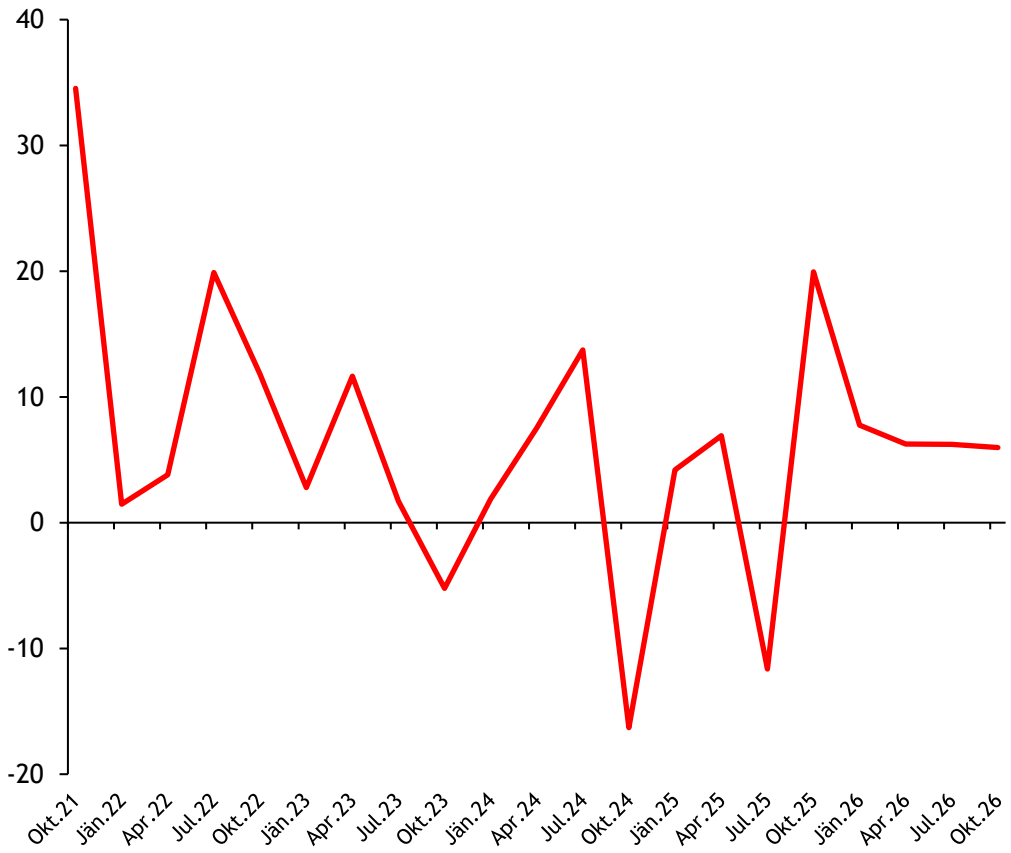
- 14 % der Befragten geben an, dass ihre aktuelle Geschäftslage besser als saisonüblich ist
- 32 % der Unternehmen melden aktuell eine schlechter als saisonübliche Geschäftslage
- Per Saldo liegt der Indikator mit minus 18 Punkten geringfügig besser als im Vorquartal

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



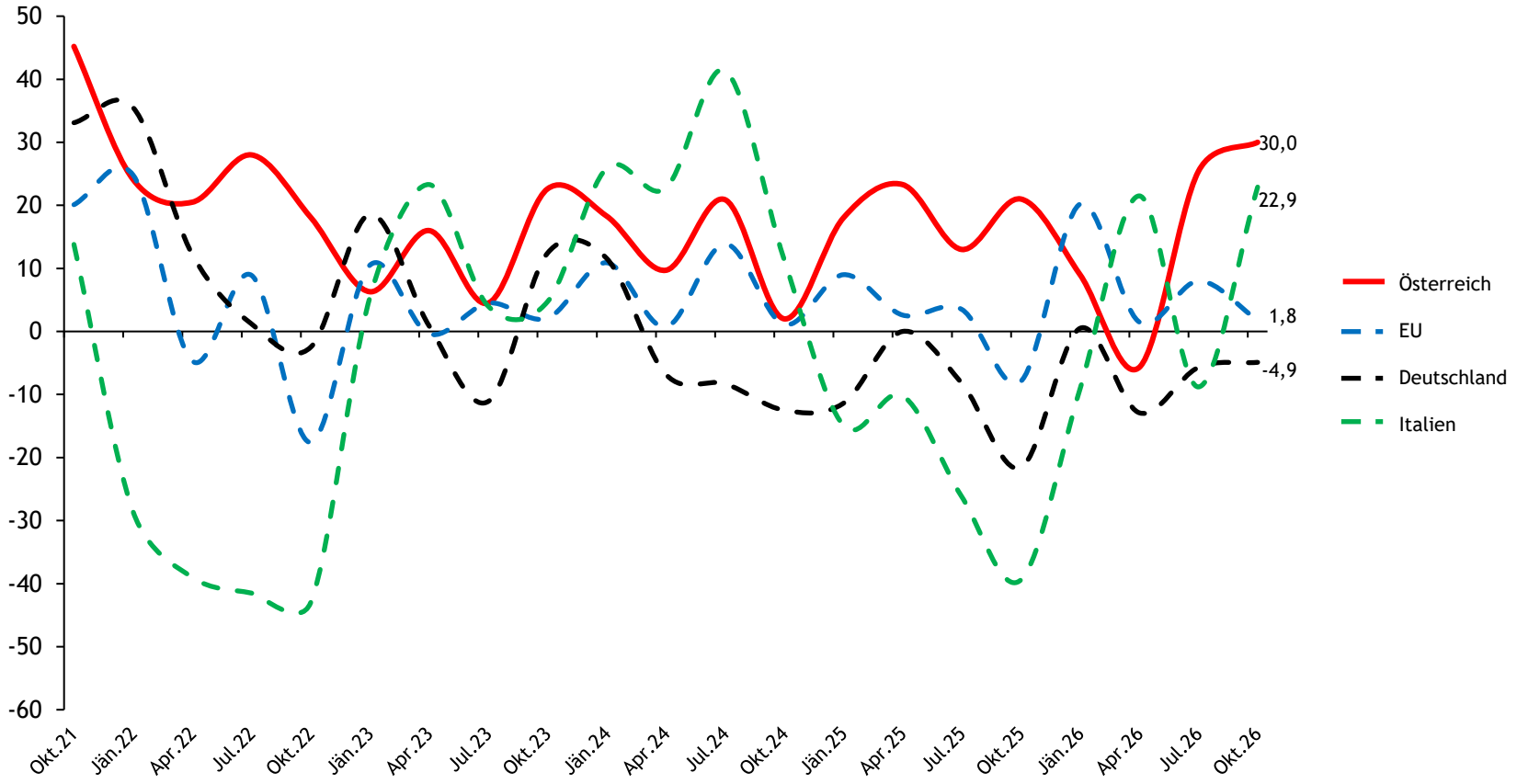
- 18 % der Unternehmen melden eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- Bei 19 % hat sich die Lage verschlechtert
- Der Saldo ist damit mit einem Punkt ins Negative gerutscht

Nachfrage in den letzten drei Monaten



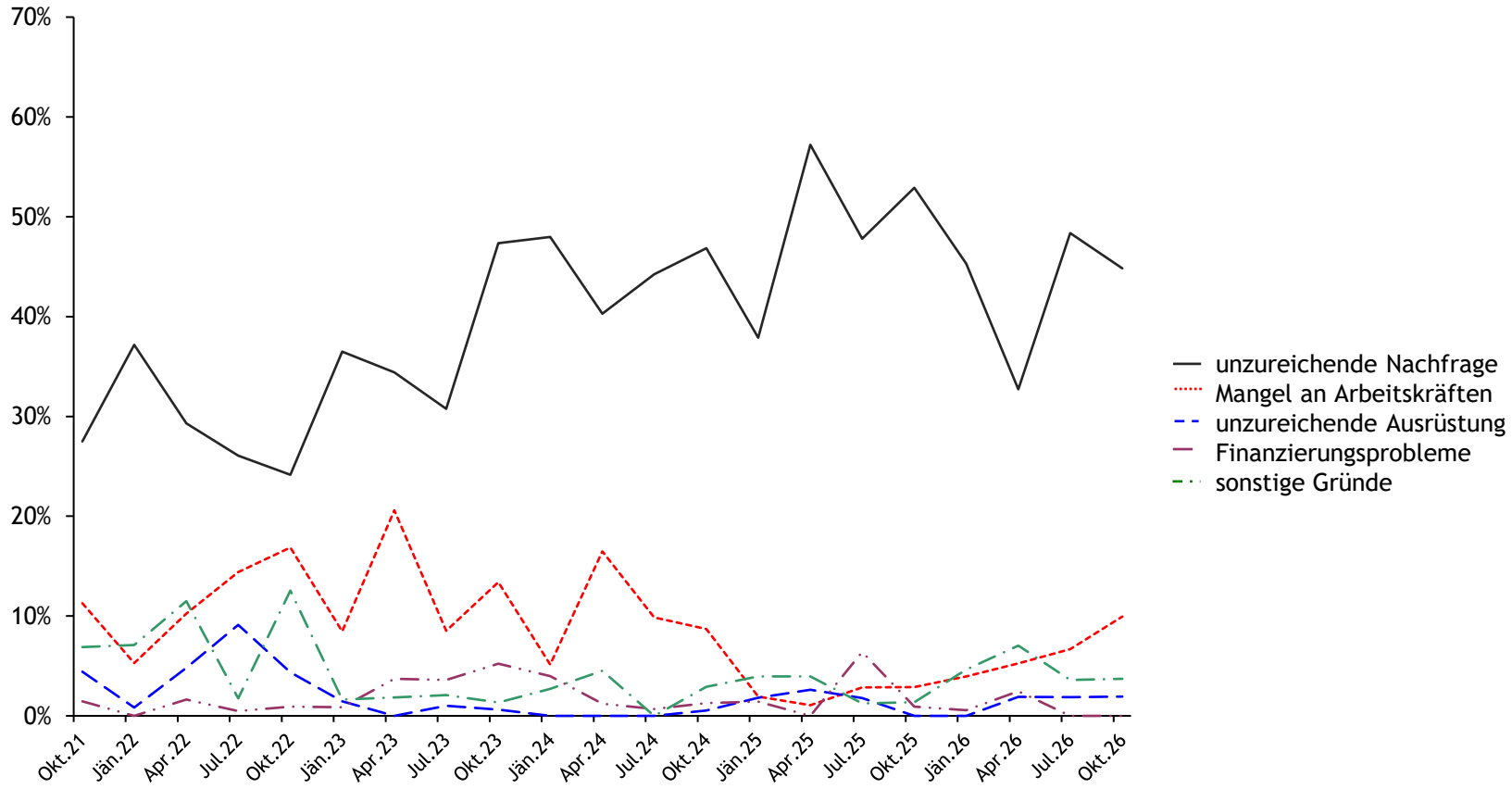
- 30 % berichten von einer verbesserten Nachfrage
- 24 % der Unternehmen berichten von sinkender Nachfrage
- Der Saldo liegt bei plus 6 Punkten und ist gegenüber dem Vorquartal gleich geblieben

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

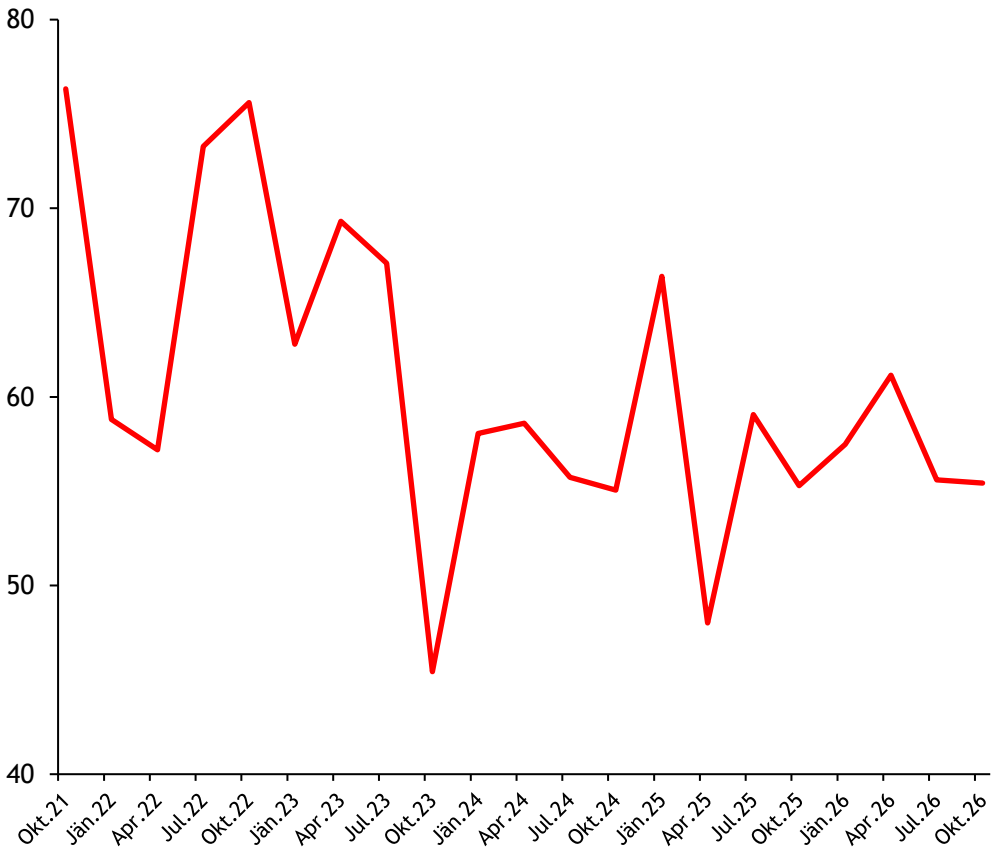


Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

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

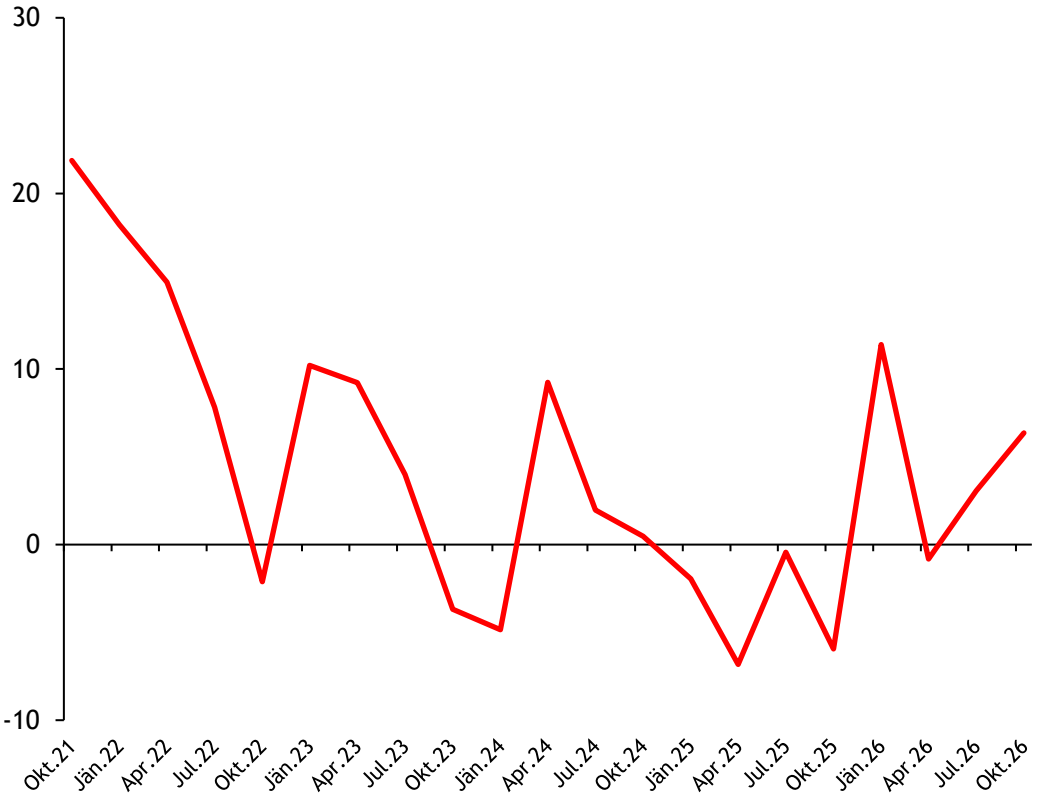
- für 45 % ist unzureichende Nachfrage das Haupthindernis
- 10 % geben einen Mangel an Arbeitskräften an
- 4 % melden sonstige Gründe
- 2 % erwähnen unzureichende Ausrüstung

Auftragsbestände



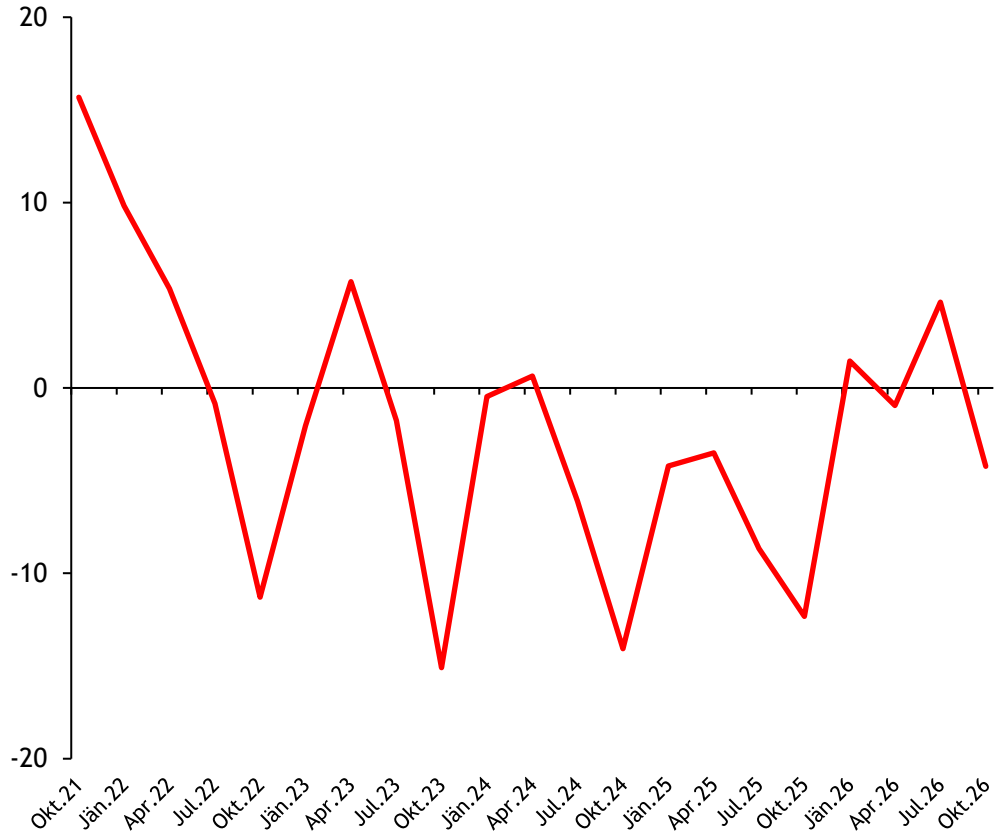
- 55 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 45 % der Unternehmen sehen sich mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Die Auftragsbestände haben sich gegenüber dem letzten Quartal nicht verändert

Nachfrageerwartung



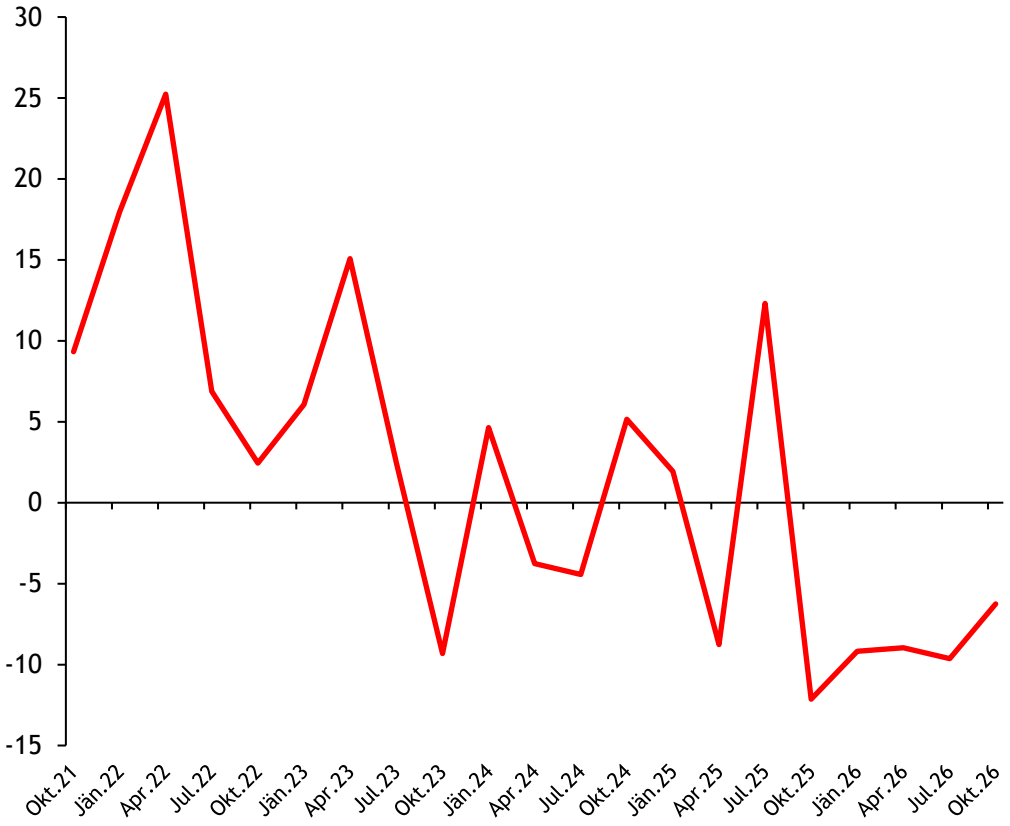
- 14 % gehen von einer positiven Entwicklung der Nachfrage in den kommenden 3 Monaten aus
- 8 % erwarten ein Sinken der Nachfrage
- Der Saldo ist mit 6 Punkten positiv und leicht gestiegen

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



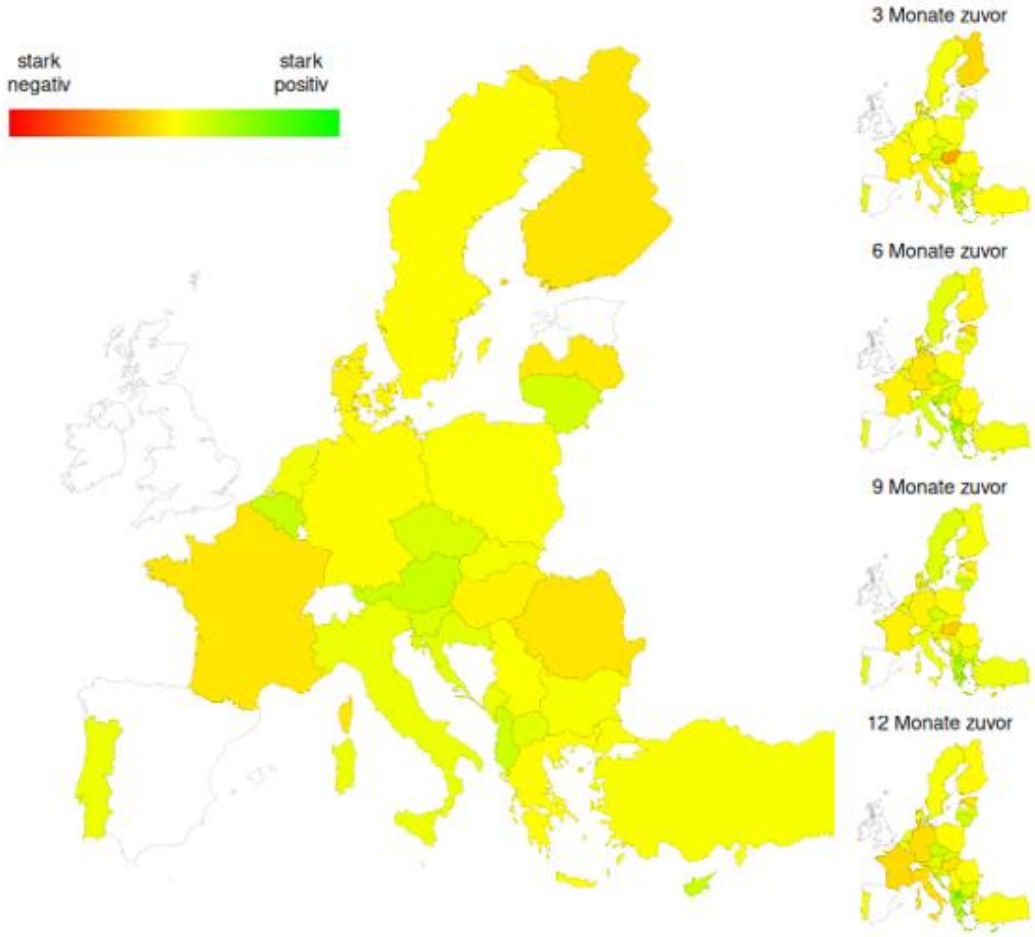
- 13 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage in den kommenden Monaten
- 17 % gehen von einer Verschlechterung der Geschäftslage aus
- Der Saldo liegt bei minus 4 Punkten und ist damit wieder im negativen Bereich

Beschäftigungserwartung



- 6 % der Unternehmen rechnen mit steigender Beschäftigung
- 12 % erwarten, künftig Mitarbeiter:innen abbauen zu müssen
- Der Index liegt damit bei minus 6 Punkten etwas besser als im Vorquartal

EU Vertrauensindikator Werbung Oktober 2026



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

- Im EU-Vergleich gehört Österreich neben Belgien, Litauen, Tschechien und Zypern zu den Mitgliedsstaaten mit den besten Ergebnissen
- Ungarn konnte sich verbessern, EU-weit ist jedoch eine schwache Wirtschaftsdynamik spürbar
- Finnland, Frankreich, Lettland, Malta und Rumänien bilden momentan die Schlusslichter der EU

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