

Werbung und Marktkommunikation - Salzburg

WKÖ-Mrazek: Aktuell gute Werbekonjunktur mit skeptischem Blick auf die nächsten Monate

WIFO-Konjunkturtest zeigt: Volatile Zeiten – Konjunkturlage verbessert sich, Erwartungen verlieren aber an Dynamik

"Aktuell gibt der Werbeklimaindex mit 21 Punkten ein positives Signal in einer volatilen Wirtschaftssituation. Aber die hohen Inflationsraten und Energiepreise lassen die Unternehmen nur vorsichtig in die Zukunft blicken", analysiert **Michael Mrazek**, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), die aktuellen Ergebnisse der Erhebung vom Juli 2022.

Beurteilung der Geschäftslage verbessert sich

Per Saldo beurteilt die Mehrheit der Unternehmen die Geschäftslage als besser als saisonüblich (Saldo: + 30 Punkte) – im Vorquartal wurde die Geschäftslage noch negativ beurteilt (Saldo: + 9 Punkte). Die Auftragsbücher sind gut gefüllt: Im Juli meldeten 74 % der Unternehmen ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände. Im Vorquartal lag dieser Wert bei 58 %. Knapp 46 % der Unternehmen gaben an, zurzeit keine Behinderungen ihrer Geschäftstätigkeit zu erfahren.

Auch die Einschätzungen der Unternehmen zur Entwicklung der Nachfrage ist in den letzten 3 Monate angestiegen. Konkret stieg der Saldo von 4,2 Punkten im April auf 21,3 Punkte im Juli.



© ALICE GUTLEDERER

Im Ländervergleich zeigt sich: Die österreichischen Werbeunternehmen schätzen die Nachfrage deutlich dynamischer ein als Werbeunternehmen in anderen europäischen Ländern.

Gesamtwirtschaftlich gute Konjunkturlage trotz hoher Energiepreisanstiege

"Der Krieg in der Ukraine hat den aufgrund des Konjunkturaufschwungs und der Lieferengpässe bereits kräftigen Preisauftrieb weiter befeuert. Getragen wird dieser vor allem von stark steigenden Energiepreisen, die sich in allen Wertschöpfungsbereichen durchschlagen, so auch im Bereich der Transportkosten", gibt **Agnes Kügler**, Konjunktarexpertin des Österreichischen Wirtschaftsforschungsinstituts (WIFO) einen Überblick über die Preisdynamik in der Gesamtwirtschaft. In der Werbebranche haben sich die Preiserwartungen ebenfalls auf überdurchschnittlichem Niveau stabilisiert (+28,5 Punkte). Dieser Wert liegt weit über dem Durchschnitt der vergangenen 5 Jahre (+11 Punkte).

Arbeitskräftemangel bestimmt auch Beschäftigungsentwicklung

Die Rückmeldung der Unternehmen zur Beschäftigungsentwicklung der letzten drei Monate war positiver als im Frühling. Auch beim Blick in Richtung Herbst bleiben die Unternehmen optimistisch, dass die Beschäftigung in der Werbebranche steigen wird, sind aber verhaltener als im Vorquartal.

"Es bleibt weiter schwierig, Arbeitskräfte zu finden. Bereits jeder 6. Betrieb gab an, vom Arbeitskräftemangel betroffen zu sein. Allerdings bleibt der wichtigste Grund für die Behinderung der Geschäftstätigkeit die unzureichende Nachfrage, die von knapp einem Drittel der Unternehmen zurückgemeldet wurde," zieht **Mrazek** abschließend Bilanz.

Stand: 10.08.2022