



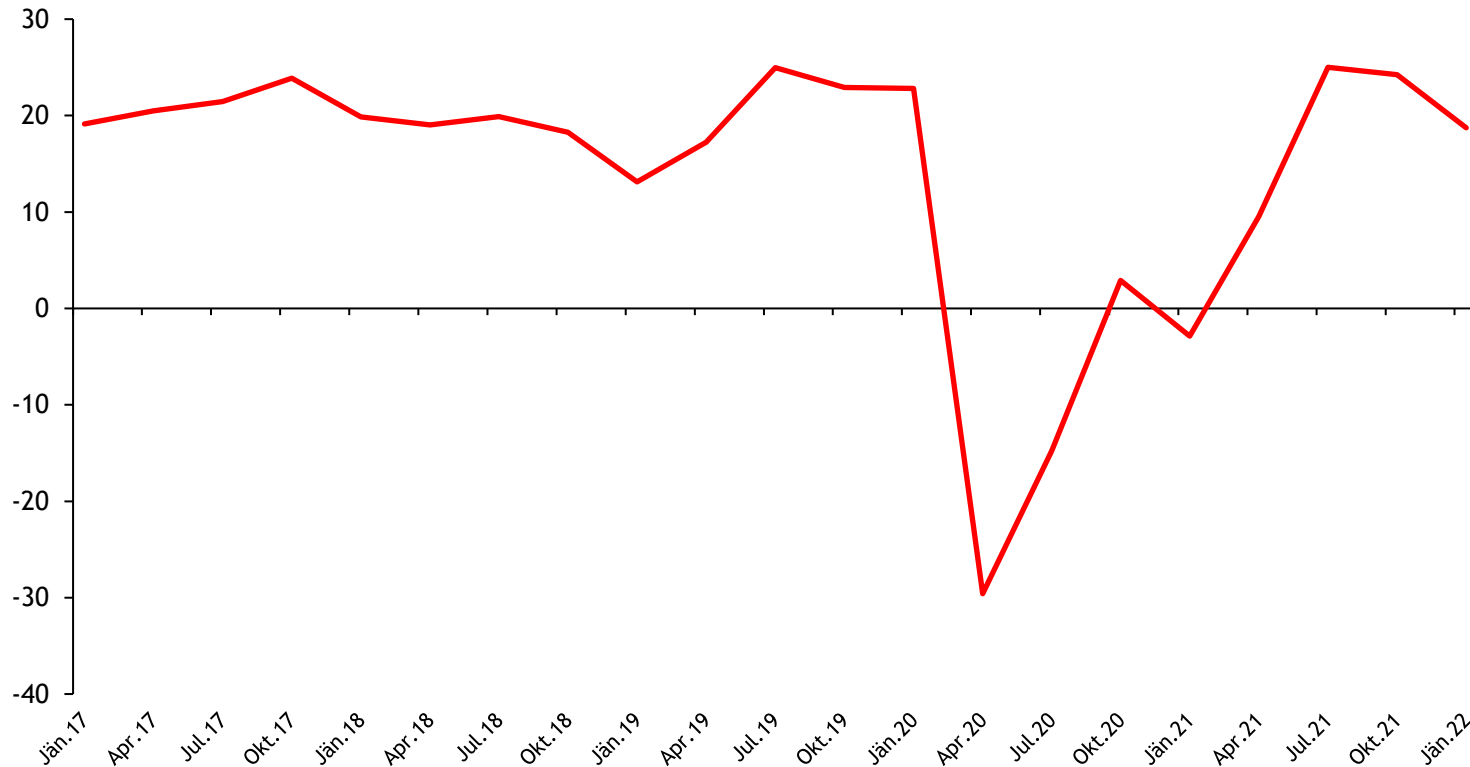
WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Jänner 2022

Werbeklimaindex Jänner 2022: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 4. Quartal 2021
 - Aktuelle Lage im Jänner 2022
 - 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: 74 Unternehmen mit 1.999 Beschäftigten

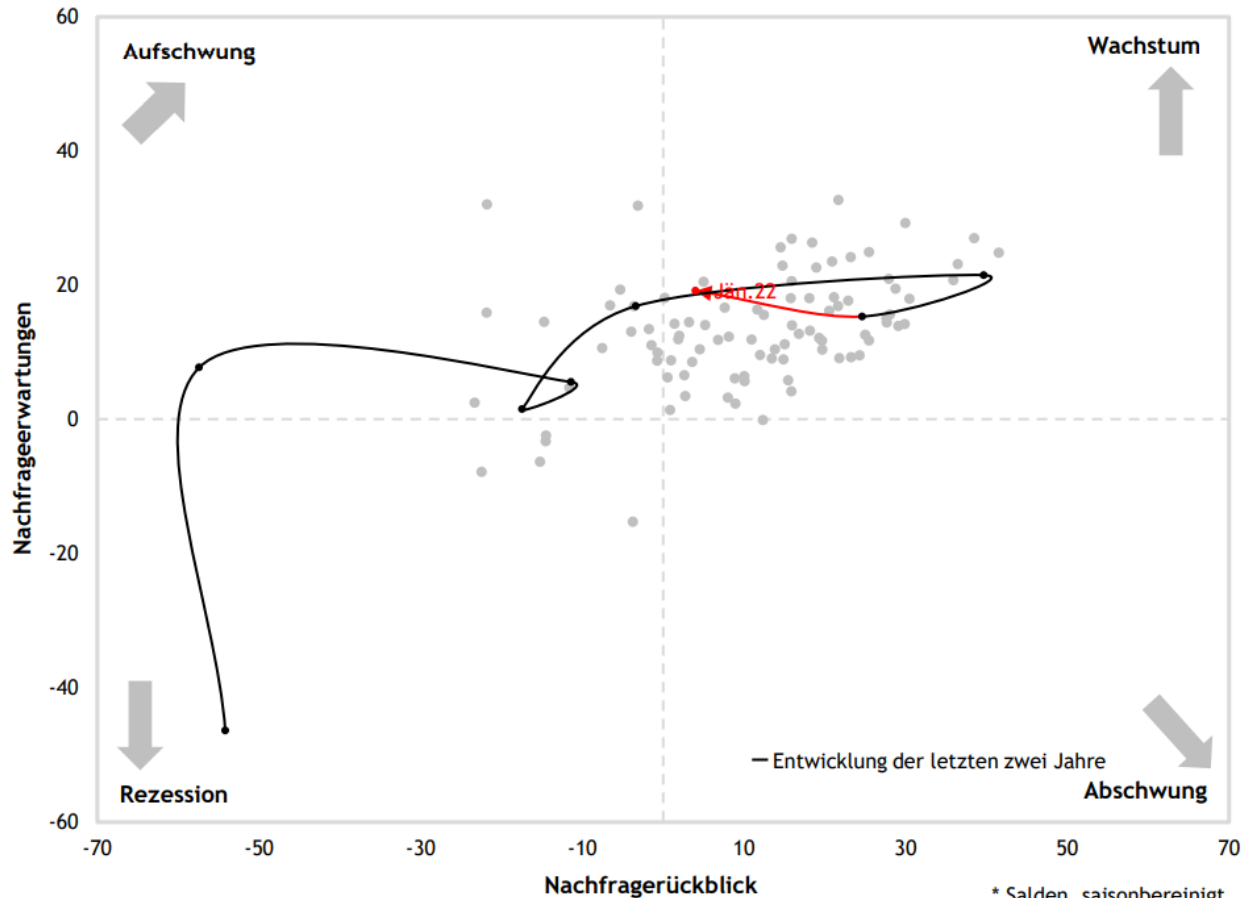
Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2022

Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation



Quelle: WIFO Konjunkturtest

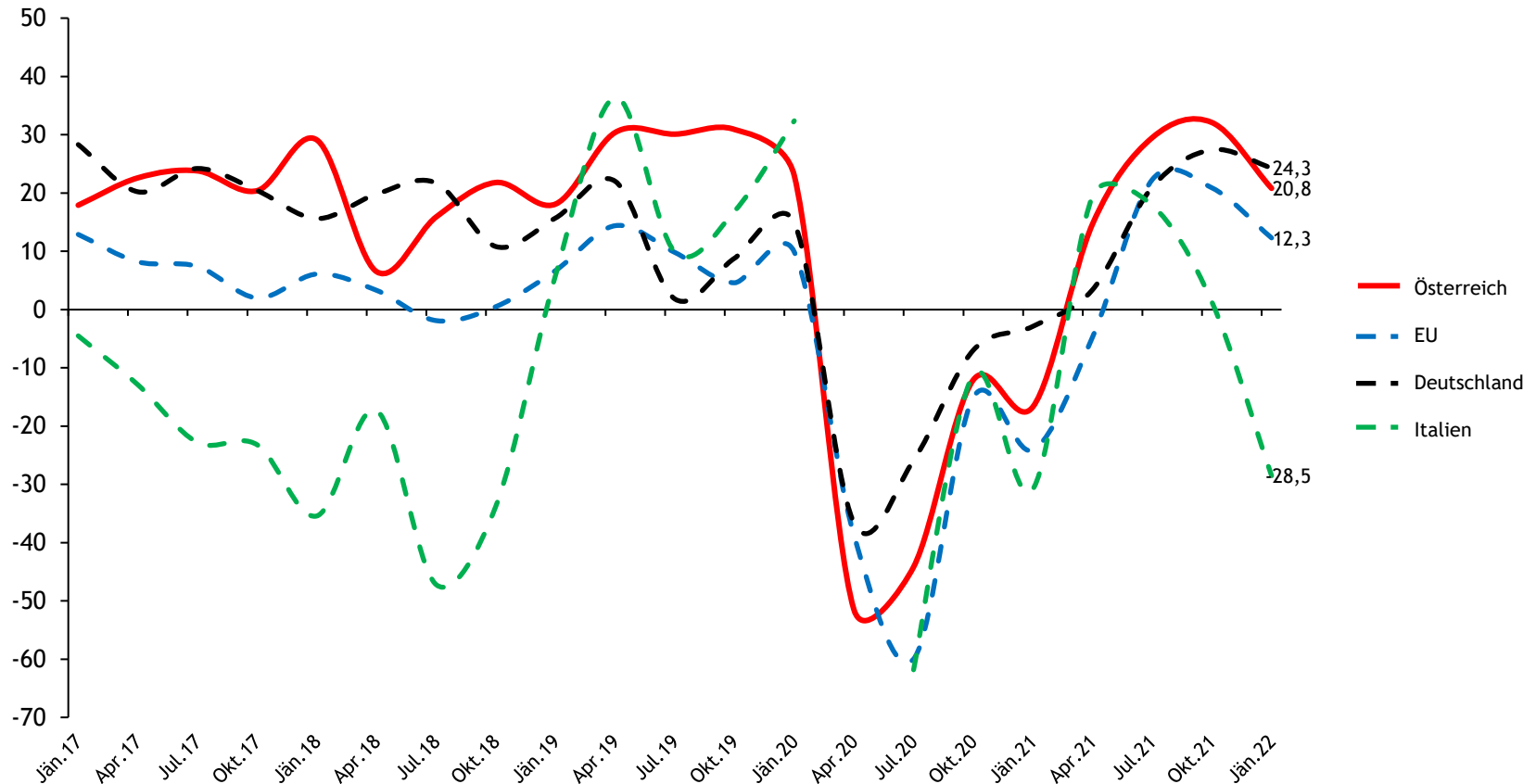
* Salden, saisonbereinigt, jeder Datenpunkt ist ein Quartal

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).

Zusammenfassung Werbeklima Jänner 2022

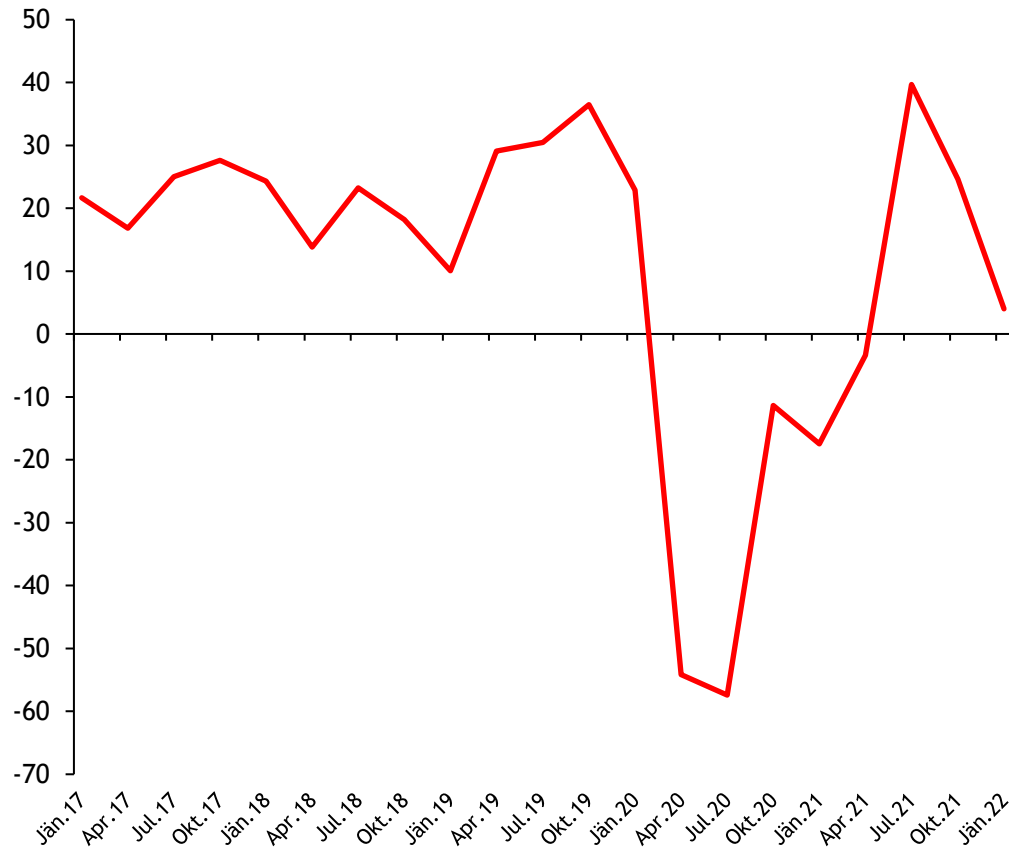
- Die Werbekonjunktur in Österreich verliert im Vergleich zum Vorquartal leicht an Dynamik
- Der Wifo-Werbeklimaindex liegt aktuell bei 19 Punkten
- Ein EU-Vergleich der Nachfrageentwicklung zeigt Österreich knapp hinter Deutschland aber deutlich über dem EU-Schnitt
- Die Meldungen zur Nachfrage und zur Geschäftslage der letzten Monate fielen verhaltener als im Vorquartal aus
- Die aktuelle Geschäftslage wird nach wie vor als schwierig eingestuft; der Index liegt bei -18 Punkten
- Die Auftragsbestände verschlechtern sich im Vergleich zum Vorquartal
- Die Erwartungen bezüglich der Geschäftslage in den nächsten 6 Monaten bleiben optimistisch
- Die Werbebranche erwartet eine positive Beschäftigungsentwicklung für 2022

Nachfrage in den letzten drei Monaten



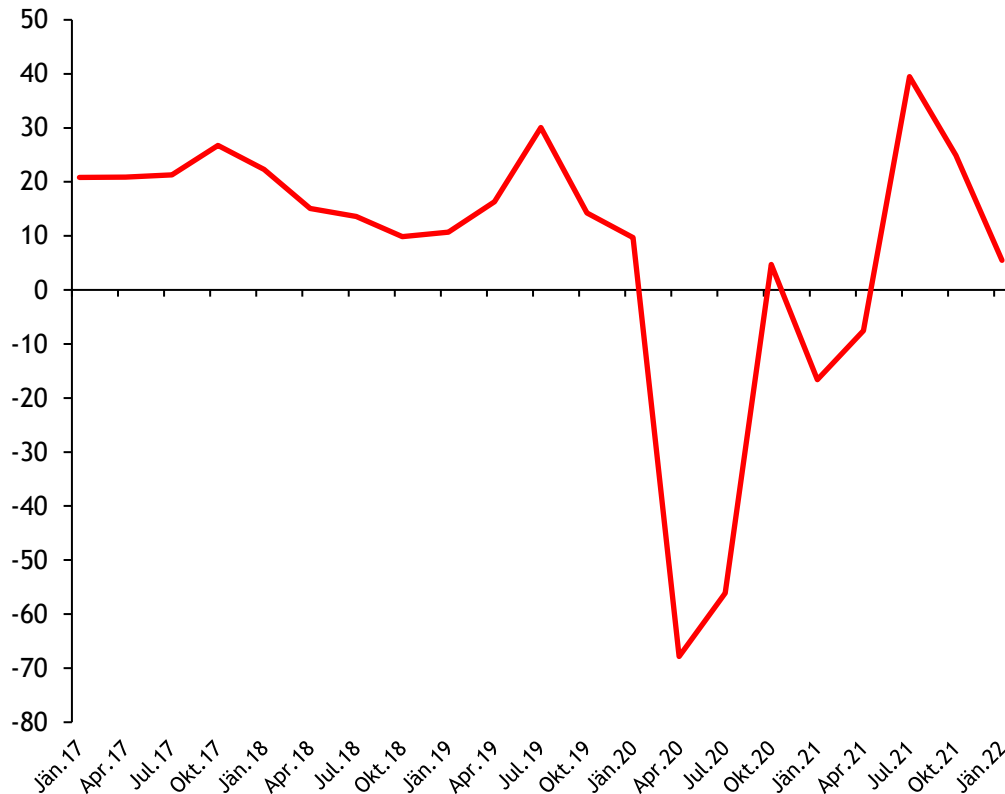
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

Nachfrage in den letzten drei Monaten



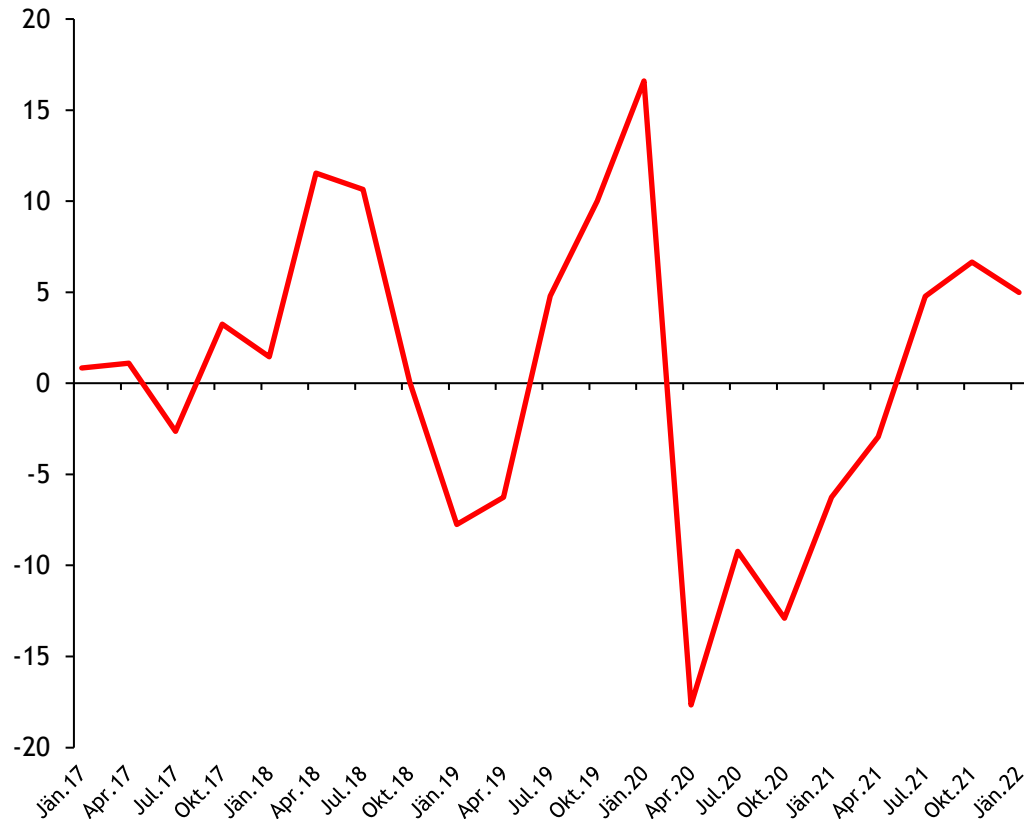
- Die Einschätzungen der Unternehmen zur Nachfrage sind weniger zuversichtlich als im Vorquartal
- 28 % melden eine Verbesserung der Nachfragesituation
- 22 % der Unternehmen berichten von einer Verschlechterung der Nachfrage
- Per Saldo liegen die Nachfrageeinschätzungen damit bei 4 Punkten

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



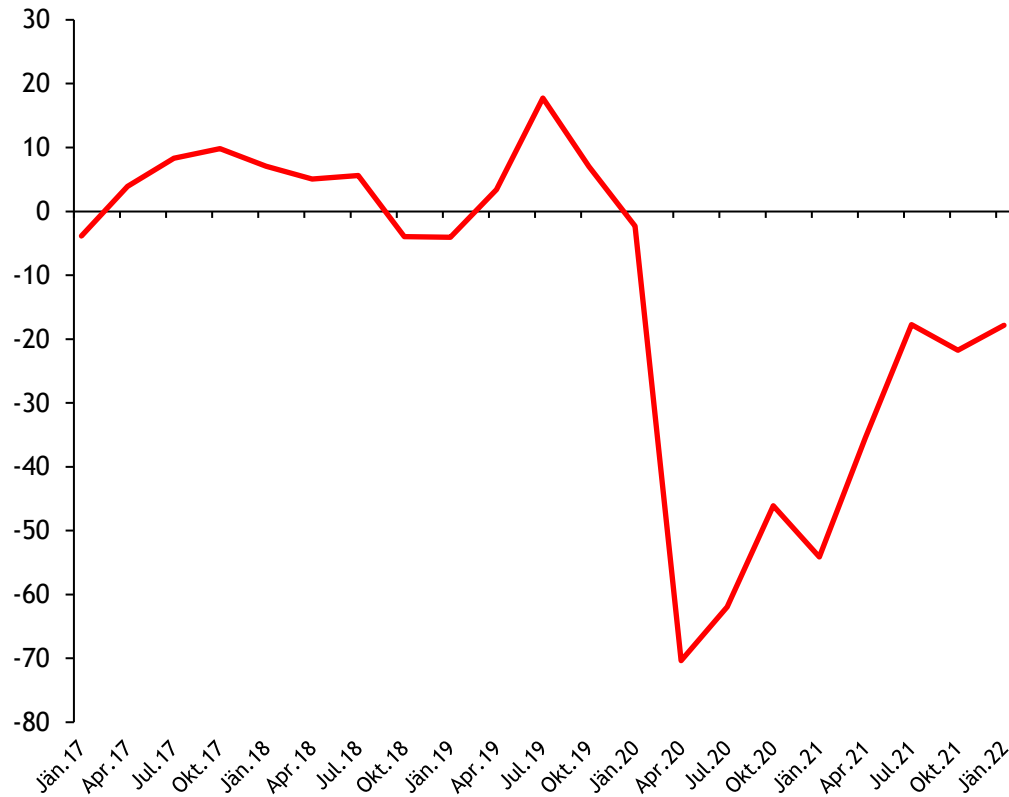
- 23 % der Unternehmen meldeten eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- 17 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Der Saldo liegt bei 5 Punkten

Beschäftigung in den letzten drei Monaten



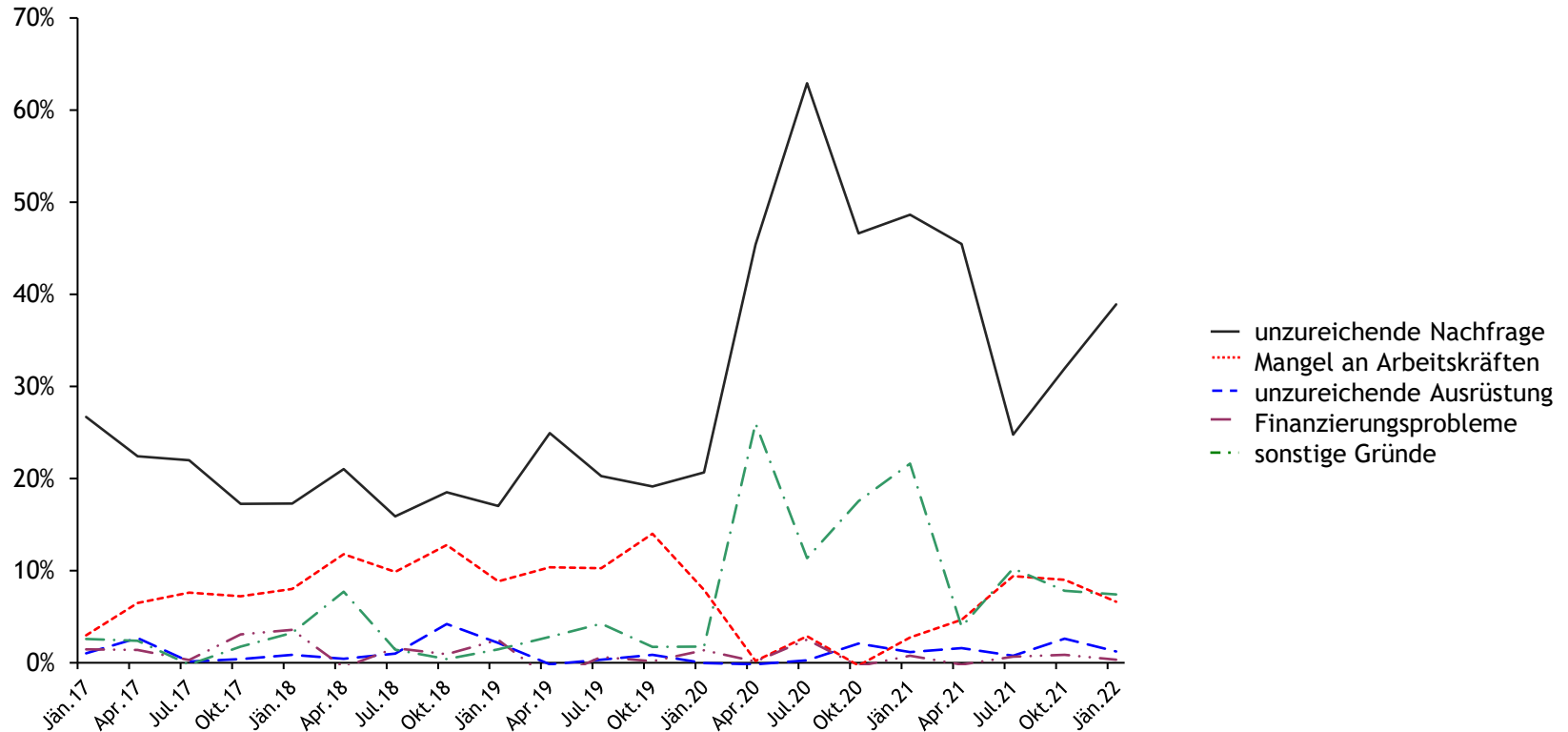
- 18 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufgenommen zu haben
- 13 % der Unternehmer meldeten, in den vergangenen drei Monaten zum Abbau von Mitarbeitern gezwungen worden zu sein
- Der Saldo liegt bei 5 Punkten

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- 12 % der Befragten berichten von einer besseren als saisonüblichen Geschäftslage
- 30 % der Unternehmen meldeten eine schlechtere als saisonübliche Geschäftslage
- Per Saldo liegt der Indikator bei -18 Punkten

Behinderungen der Geschäftstätigkeit

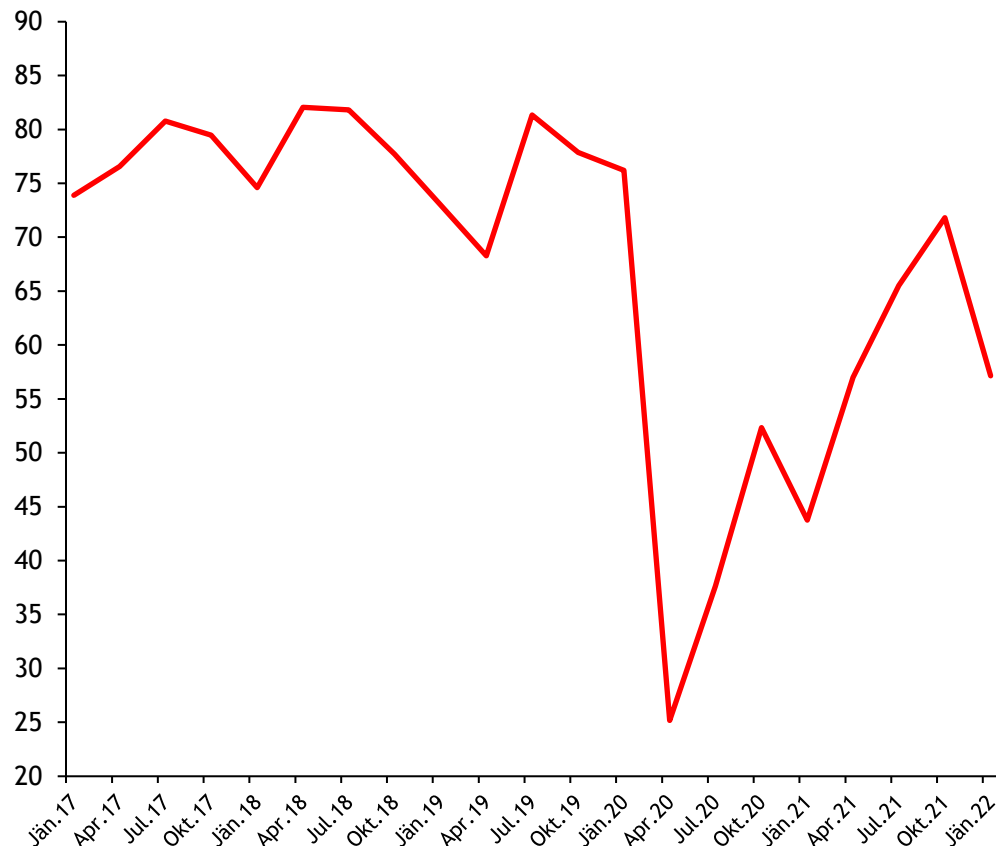


Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

Fast die Hälfte der Unternehmen (46 %) gibt an, zur Zeit keine Behinderungen ihrer Geschäftstätigkeit zu erfahren:

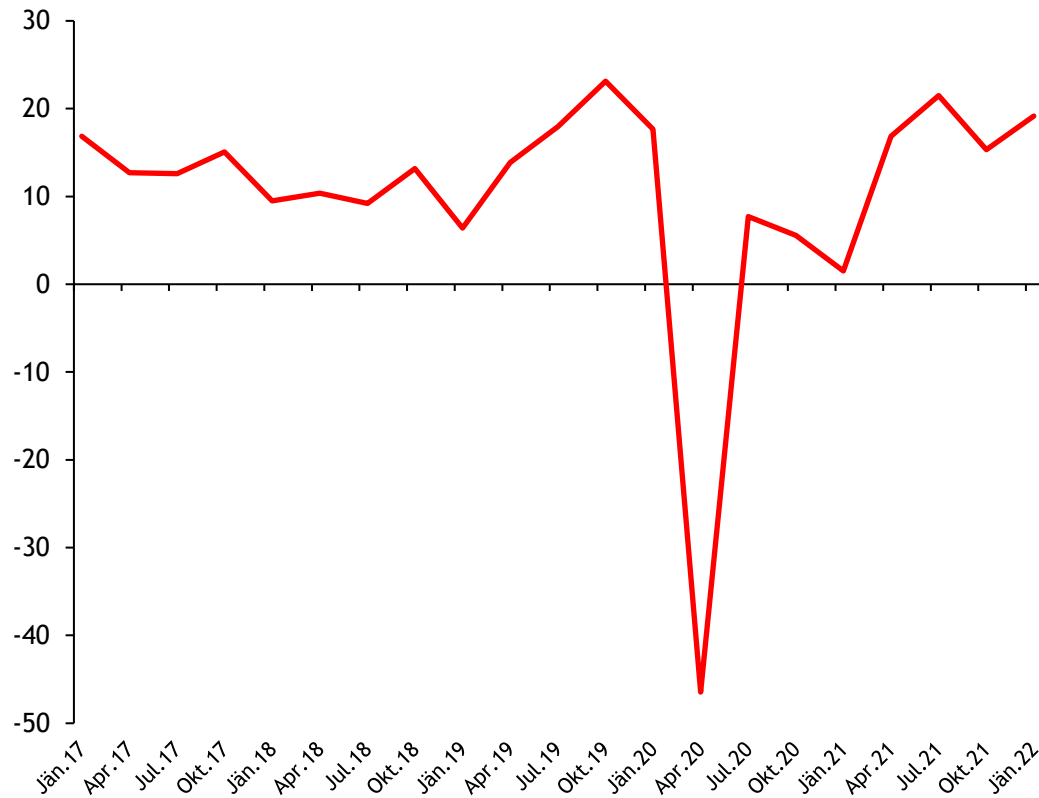
- 39 % melden unzureichende Nachfrage
- 7 % geben einen Mangel an Arbeitskräften an
- 7 % nennen „sonstige Gründe“
- 1 % geben unzureichende Ausrüstung als Grund an
- 0,3 % geben Finanzierungsprobleme als Grund an

Auftragsbestände



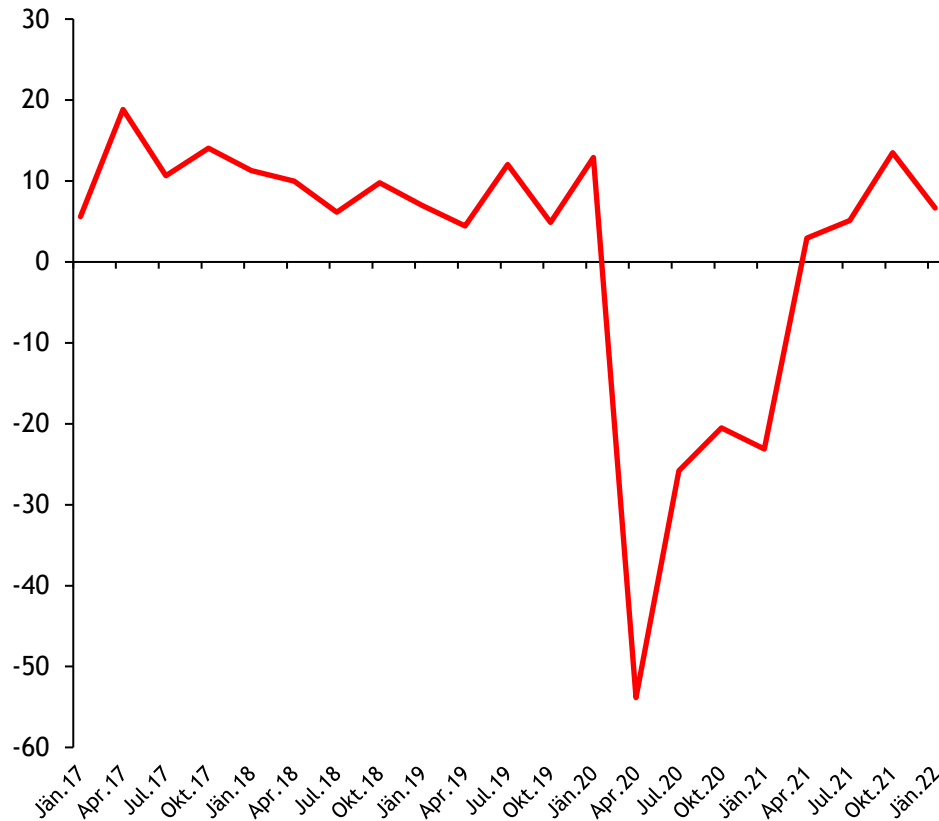
- 58 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 42 % der Unternehmen sind mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Damit sinkt dieser Saldo im Vergleich zum Vorquartal und erreicht sein Niveau ähnlich der April-Erhebung letzten Jahres

Nachfrageerwartung



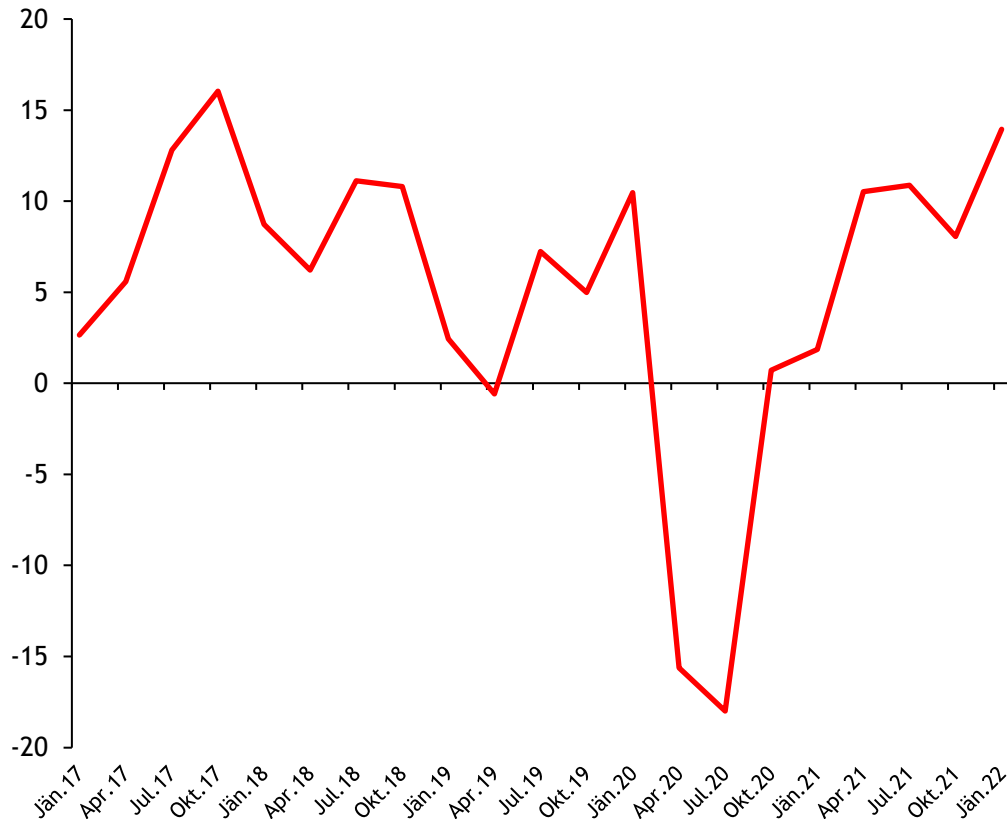
- 30 % gehen von einem Steigen der Nachfrage aus
- 11 % erwarten ein Sinken der Nachfrage
- Der Saldo liegt mit 19 Punkten deutlich im positiven Bereich

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- Der Saldo in Bezug auf die Einschätzung zur künftigen Geschäftslage liegt mit 7 Punkten im positiven Bereich
- 23 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage
- Demgegenüber stehen 16 %, die von einer Verschlechterung der Geschäftslage in den kommenden Monaten ausgehen

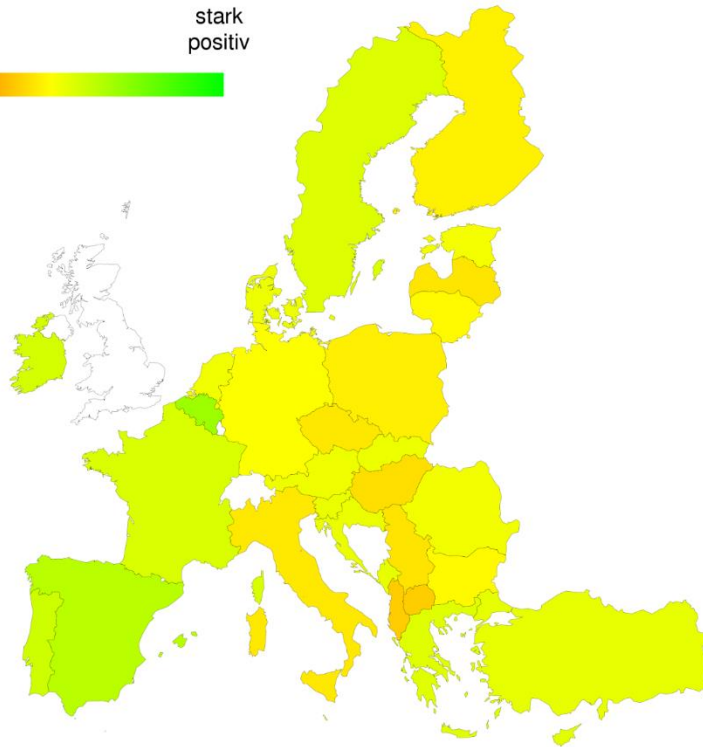
Beschäftigungserwartung



- Der Index der Beschäftigungserwartungen liegt mit 14 Punkten deutlich über der Null-Linie
- 19 % der Unternehmen gaben an, in den nächsten Monate neue Jobs zu schaffen
- 4 % gehen von einem Mitarbeiterabbau aus

EU Vertrauensindikator Werbung Jänner 2022

stark negativ stark positiv



3 Monate zuvor



6 Monate zuvor



9 Monate zuvor



12 Monate zuvor



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

- Die Erholung hat in fast allen EU Werbemärkten an Schwung verloren
- Schweden, Frankreich und Portugal bleiben optimistisch
- Sehr positiv bleiben Spanien und Belgien
- Deutschland, Österreich, Slowenien und Kroatien liegen im „neutralen“ Bereich
- Italien, Tschechien, Ungarn, Serbien, Mazedonien und Albanien aber auch Polen und Finnland reagieren eher verhalten

Rückfragen

Mag. Markus Deutsch
Rosemarie Miklau, MLS

Wiedner Hauptstraße 57/III/6

1040 Wien

T +43 (0)5 90 900 3539

E werbung@wko.at

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