



WIFO Werbeklimaindex

Erhebungszeitraum Juli 2022

Werbeklimaindex Juli 2022: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
 - Rückblick 2. Quartal 2022
 - Aktuelle Lage im Juli 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: 86 Unternehmen mit 2.471 Beschäftigten

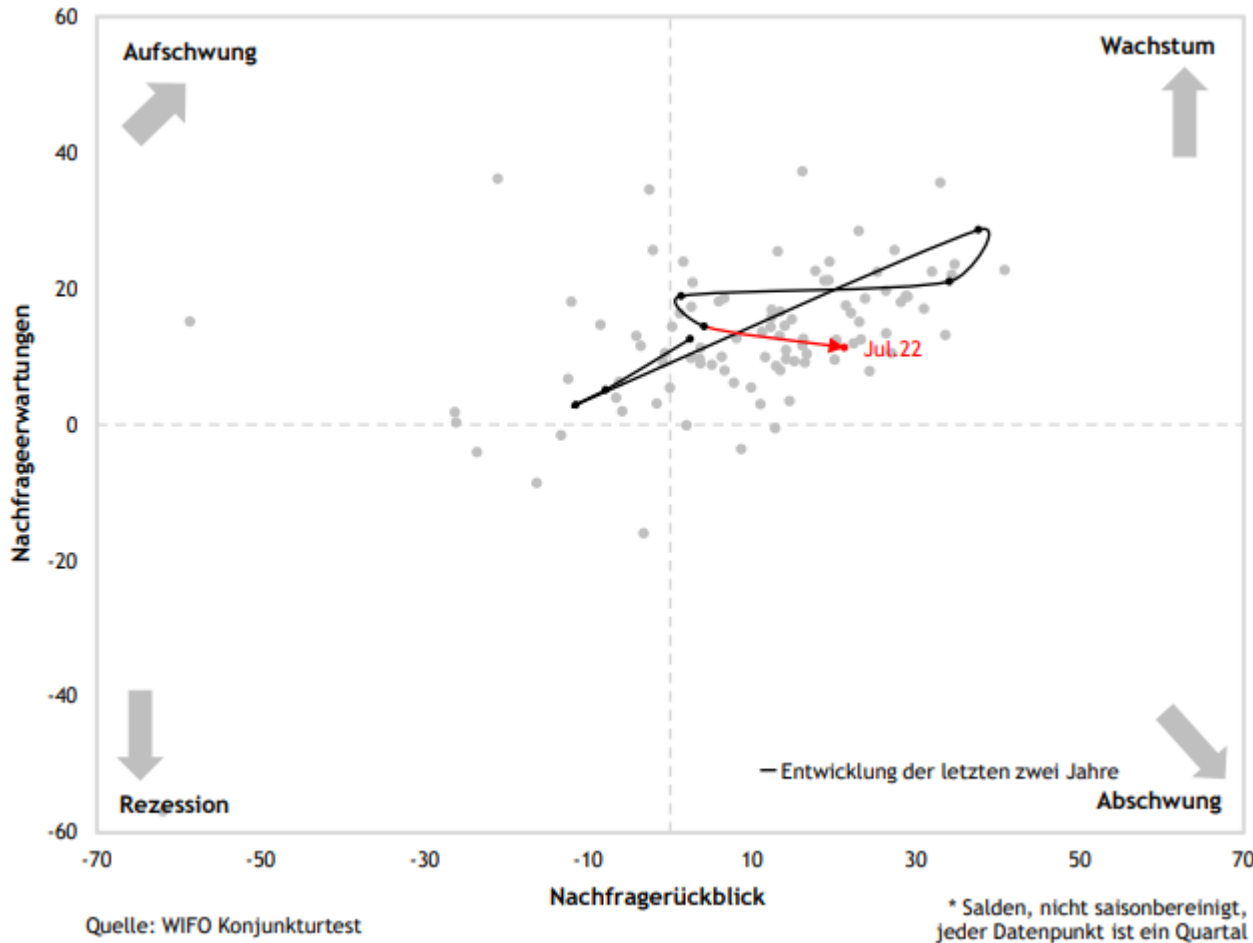
Werbeklimaindex



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

Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2022

Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation

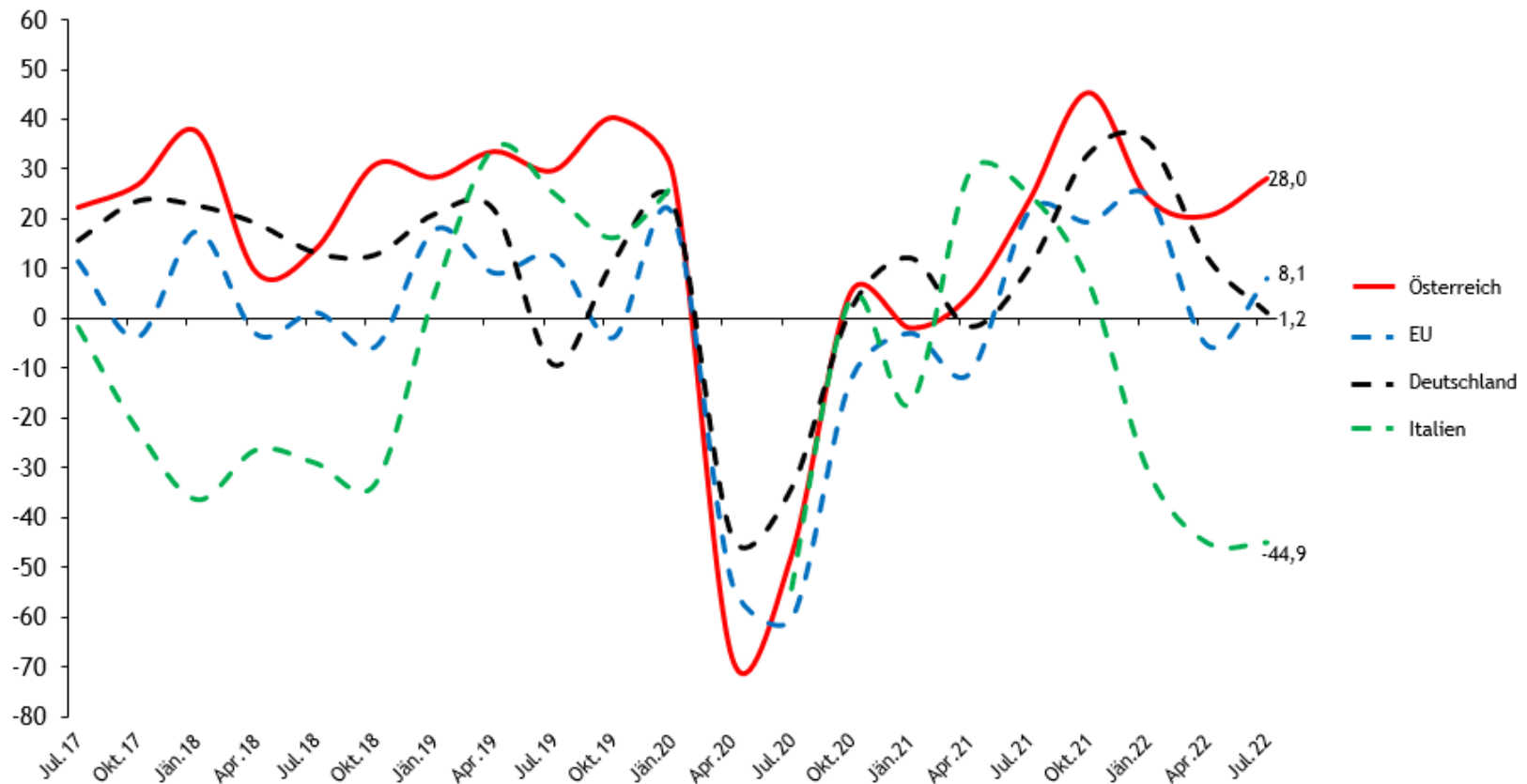


Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“?
Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. **Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen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

Zusammenfassung Werbeklima Juli 2022

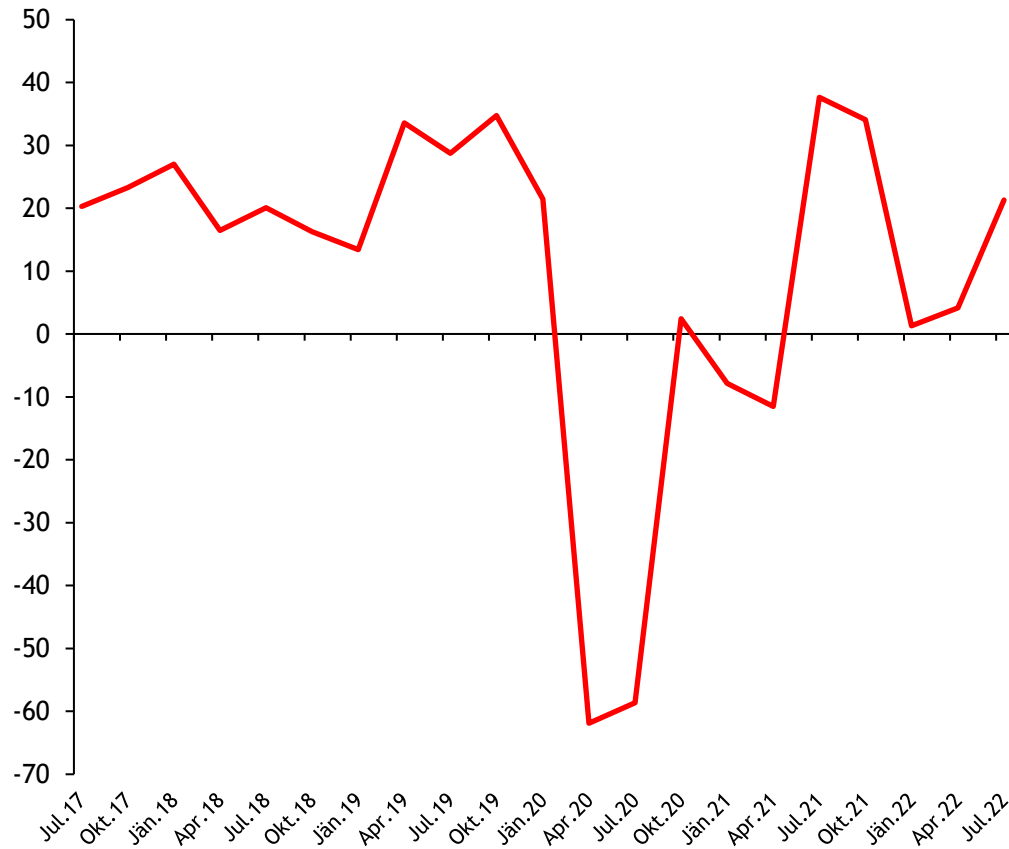
- Die Werbekonjunktur in Österreich war in den letzten Monaten gut, allerdings verloren die Erwartungen an Dynamik
- Der Wifo-Werbeklimaindex liegt aktuell bei 21 Punkten
- Die Unternehmen schätzten die Nachfrage in den letzten Monaten gut ein, auch im europäischen Vergleich
- Die Geschäftslage der letzten drei Monate wurde ebenfalls besser eingeschätzt als im Vorquartal
- Die Auftragsbücher sind wieder gut gefüllt
- 45,7 % der Unternehmen gaben an, zur Zeit keine Behinderungen ihrer Geschäftstätigkeit zu erfahren
- Allerdings verloren die Beschäftigungserwartungen erheblich an Dynamik
- Auch die Nachfrageerwartungen und die Geschäftslageerwartungen gingen leicht zurück

Nachfrage in den letzten drei Monaten



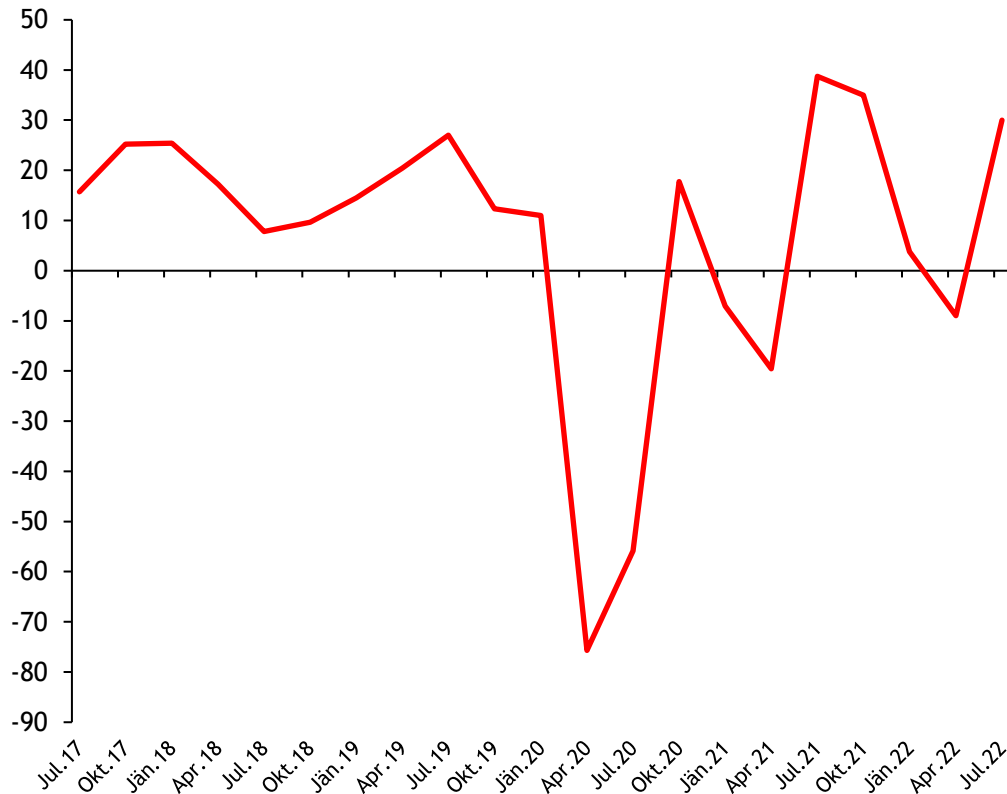
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

Nachfrage in den letzten drei Monaten



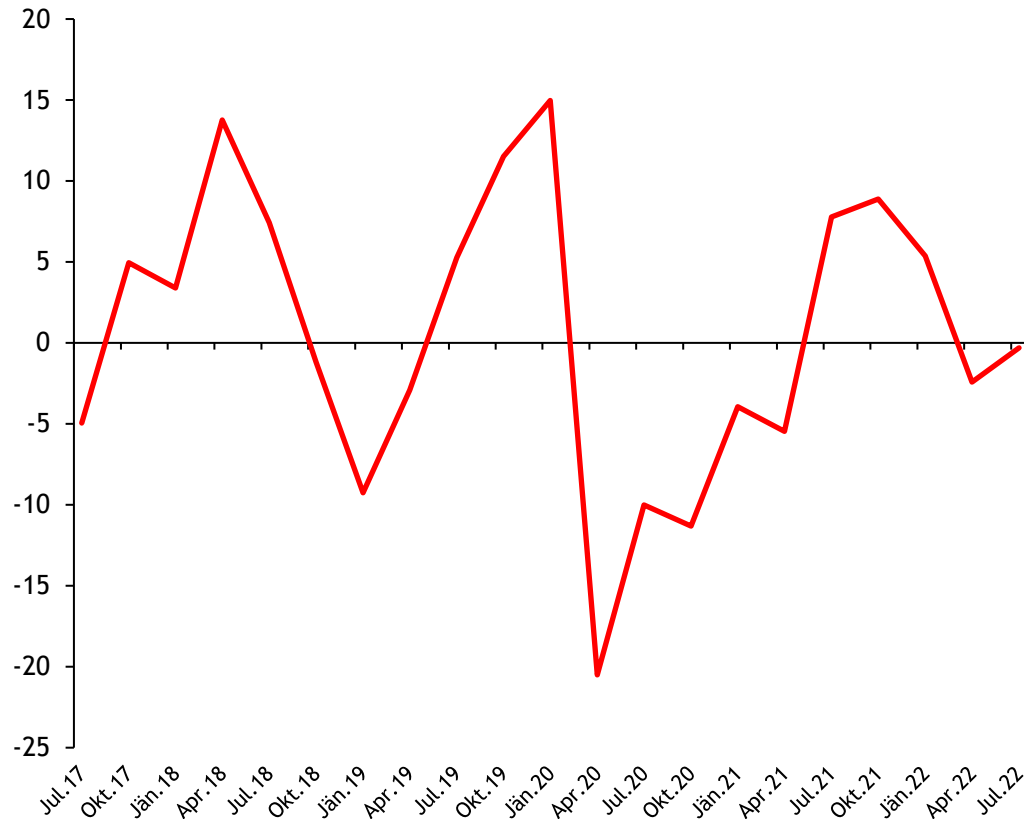
- Die Unternehmen schätzten die Nachfrageentwicklung der letzten Monate gut ein.
- 38 % meldeten eine Verbesserung der Nachfrage
- 17 % der Unternehmen berichteten von einer Verschlechterung der Nachfrage
- Der Saldo liegt damit bei 21 Punkten

Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



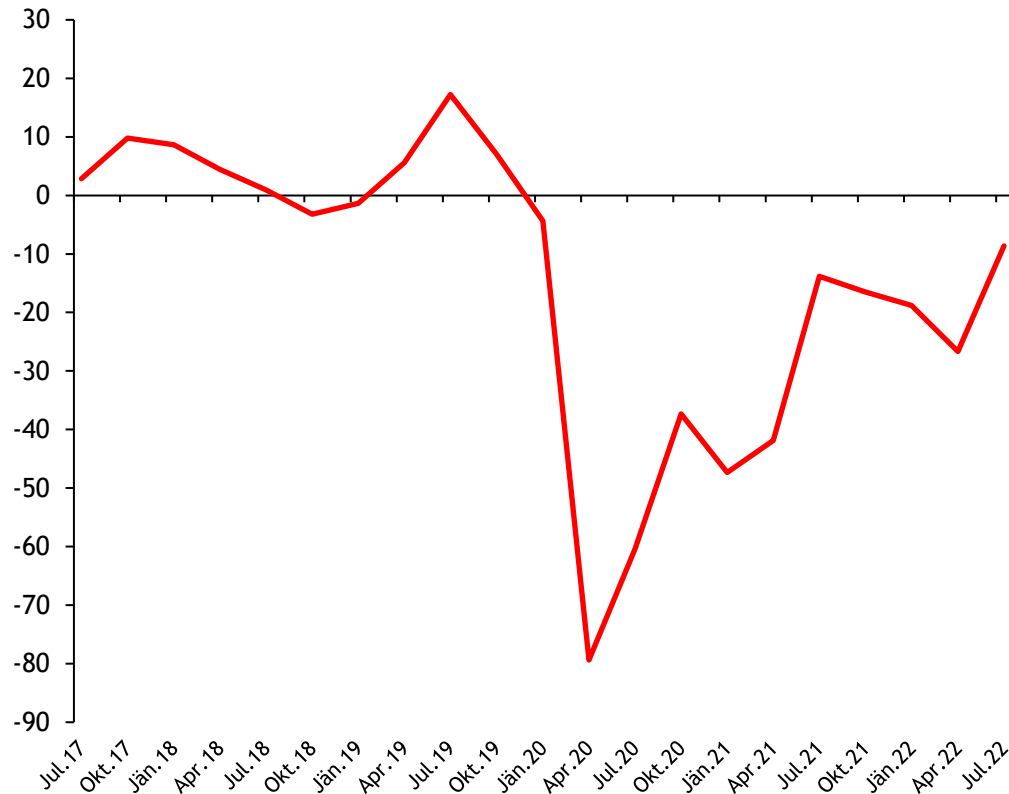
- 41 % der Unternehmen meldeten eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- 11 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Der Saldo liegt bei 30 Punkten

Beschäftigung in den letzten drei Monaten



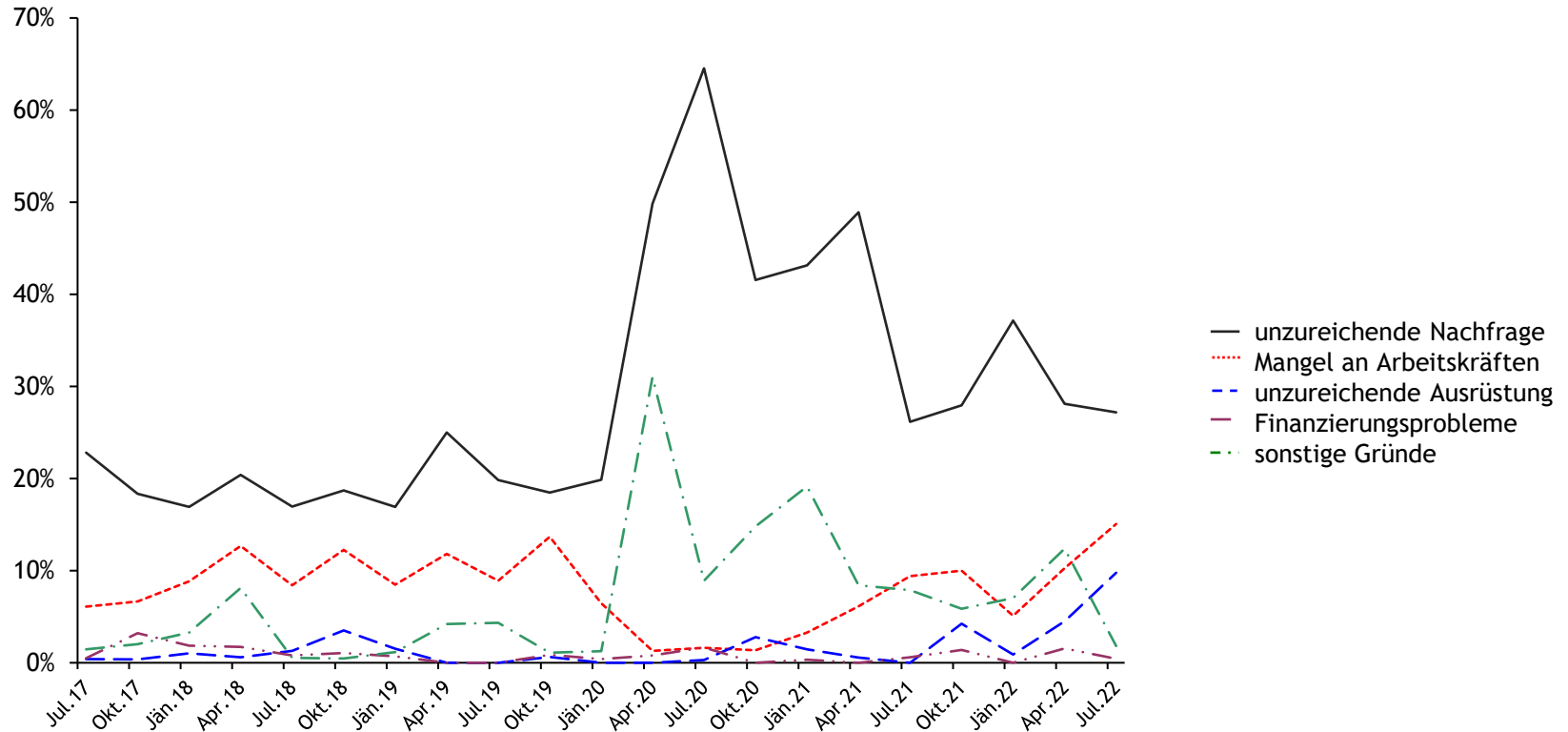
- 14 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufgenommen zu haben
- 15 % der Unternehmer meldeten, in den vergangenen drei Monaten zum Abbau von Mitarbeitern gezwungen worden zu sein
- Der Saldo liegt bei minus einem Punkt

Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- 13 % der Befragten berichten von einer besseren als saisonüblichen Geschäftslage
- 22 % der Unternehmen meldeten eine schlechtere als saisonübliche Geschäftslage
- Per Saldo liegt der Indikator bei -9 Punkten

Behinderungen der Geschäftstätigkeit

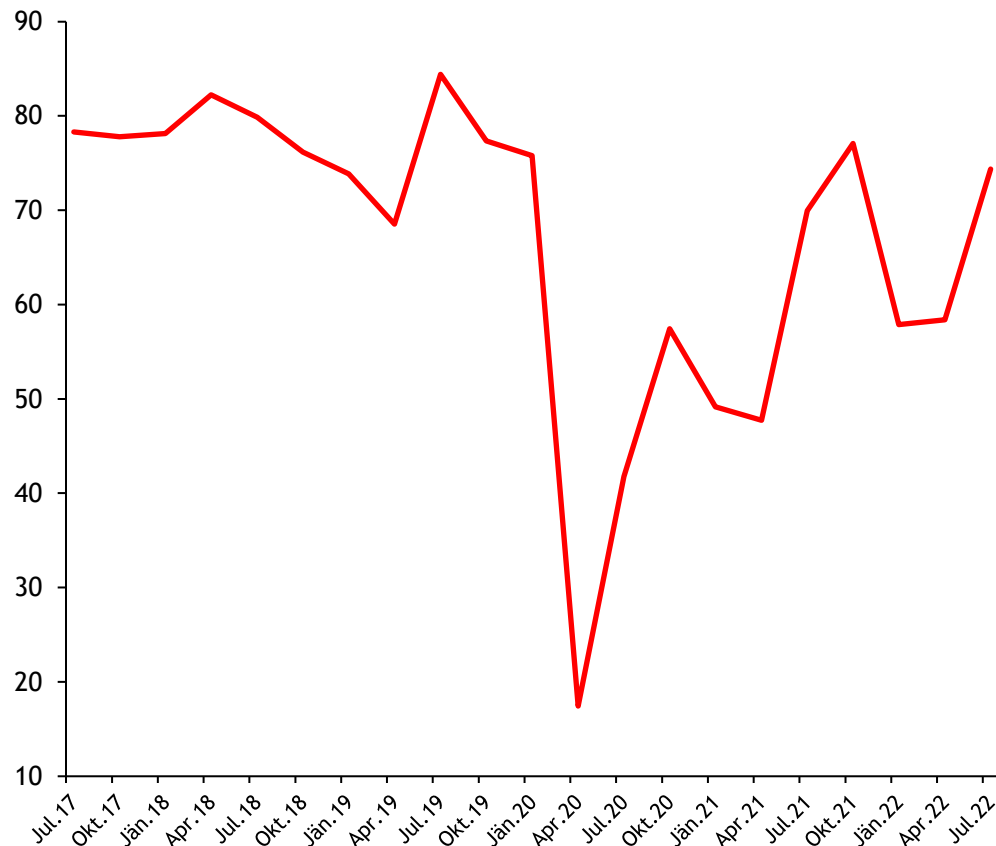


Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

45,7 % der Unternehmen gaben an, zur Zeit keine Behinderungen ihrer Geschäftstätigkeit zu erfahren

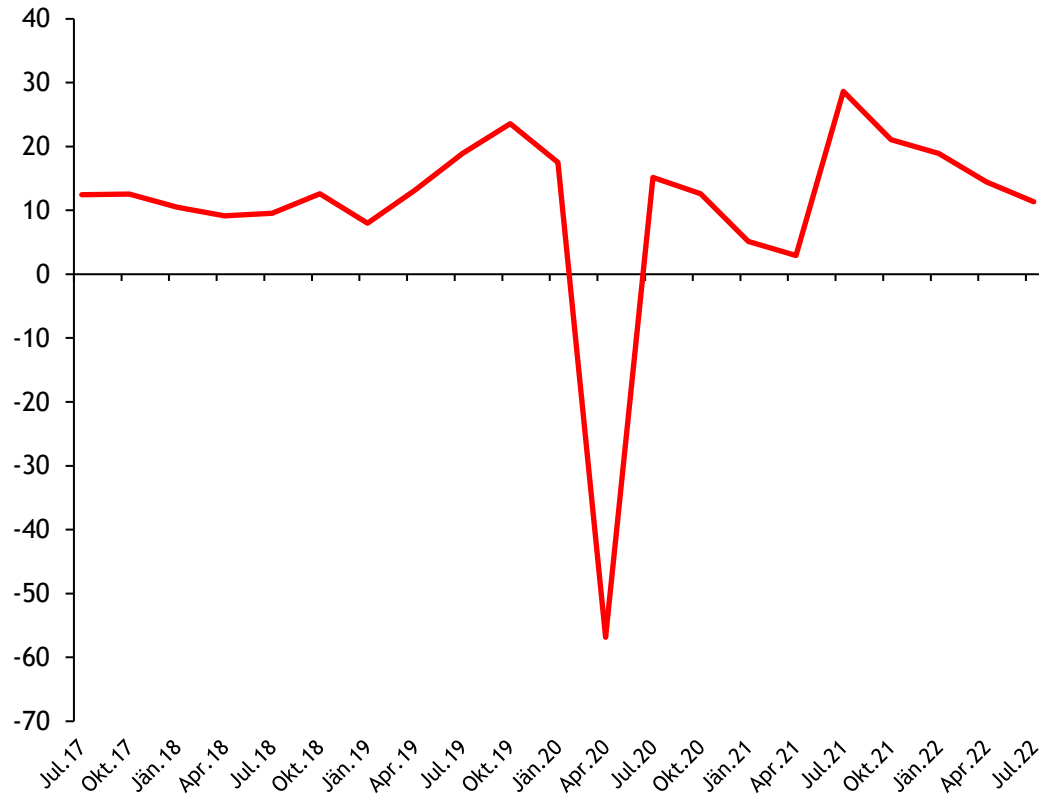
- 27,2 % melden unzureichende Nachfrage
- 15,1 % geben einen Mangel an Arbeitskräften an
- 9,8 % geben unzureichende Ausrüstung/fehlendes Material als Grund an
- 1,8 % nennen „sonstige Gründe“
- 0,4 % geben Finanzierungsprobleme als Grund an

Auftragsbestände



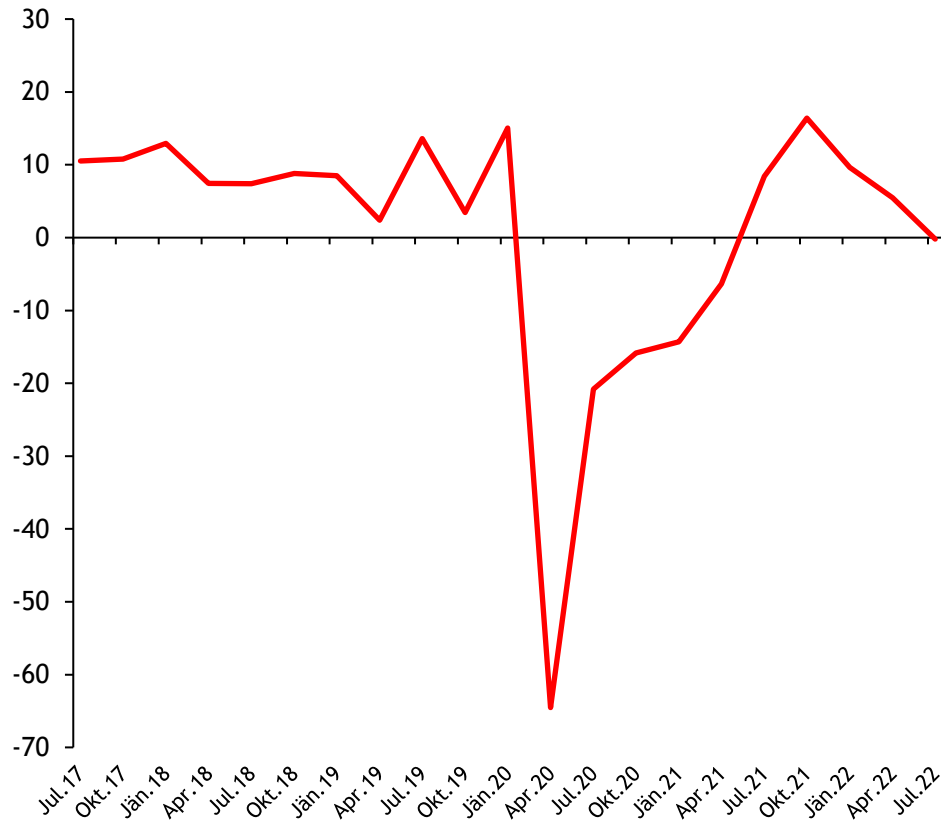
- 74 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 26 % der Unternehmen sind mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Damit steigt dieser Saldo im Vergleich zum Vorquartal

Nachfrageerwartung



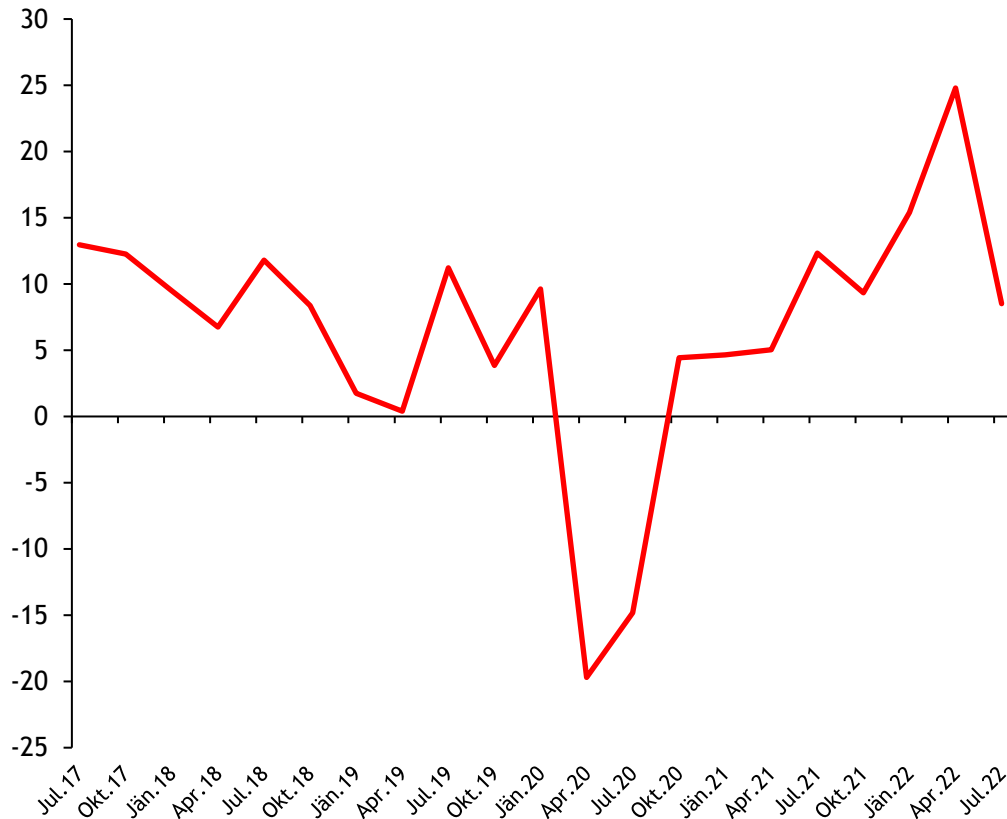
- 23 % gehen von einem Steigen der Nachfrage aus
- 12 % erwarten ein Sinken der Nachfrage
- Der Saldo liegt mit 11 Punkten weiter im positiven Bereich

Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



- 16 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage
- Demgegenüber stehen ebenfalls 16 %, die von einer Verschlechterung der Geschäftslage in den kommenden Monaten ausgehen

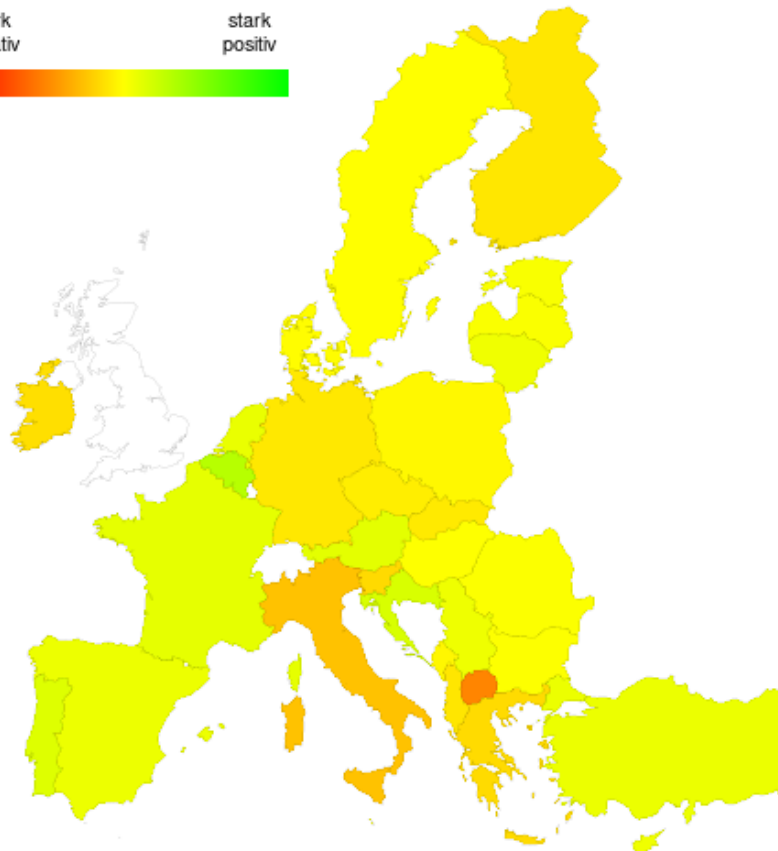
Beschäftigungserwartung



- Der Index der Beschäftigungserwartungen sank auf 9 Punkte
- 17 % der Unternehmen geben an, in den nächsten Monaten neue Jobs zu schaffen
- 8 % gehen von einem Mitarbeiterabbau aus

EU Vertrauensindikator Werbung Juli 2022

stark negativ █ █ █ █ stark positiv



3 Monate zuvor



6 Monate zuvor



9 Monate zuvor



12 Monate zuvor



- Viele EU Werbemärkte haben an Schwung verloren
- Österreich, Frankreich, Belgien, Finnland, die Slowakei, Kroatien und Griechenland sind positiv
- Montenegro bricht drastisch ein
- In Italien, Nordmazedonien und Ungarn hat sich die Situation nicht verbessert
- Spanien und Schweden verlieren an Dynamik
- Deutschland, Rumänien, Serbien, Slowenien und Kroatien liegen im „neutralen“ Bereich

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

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>