



# WIFO Werbeklimaindex

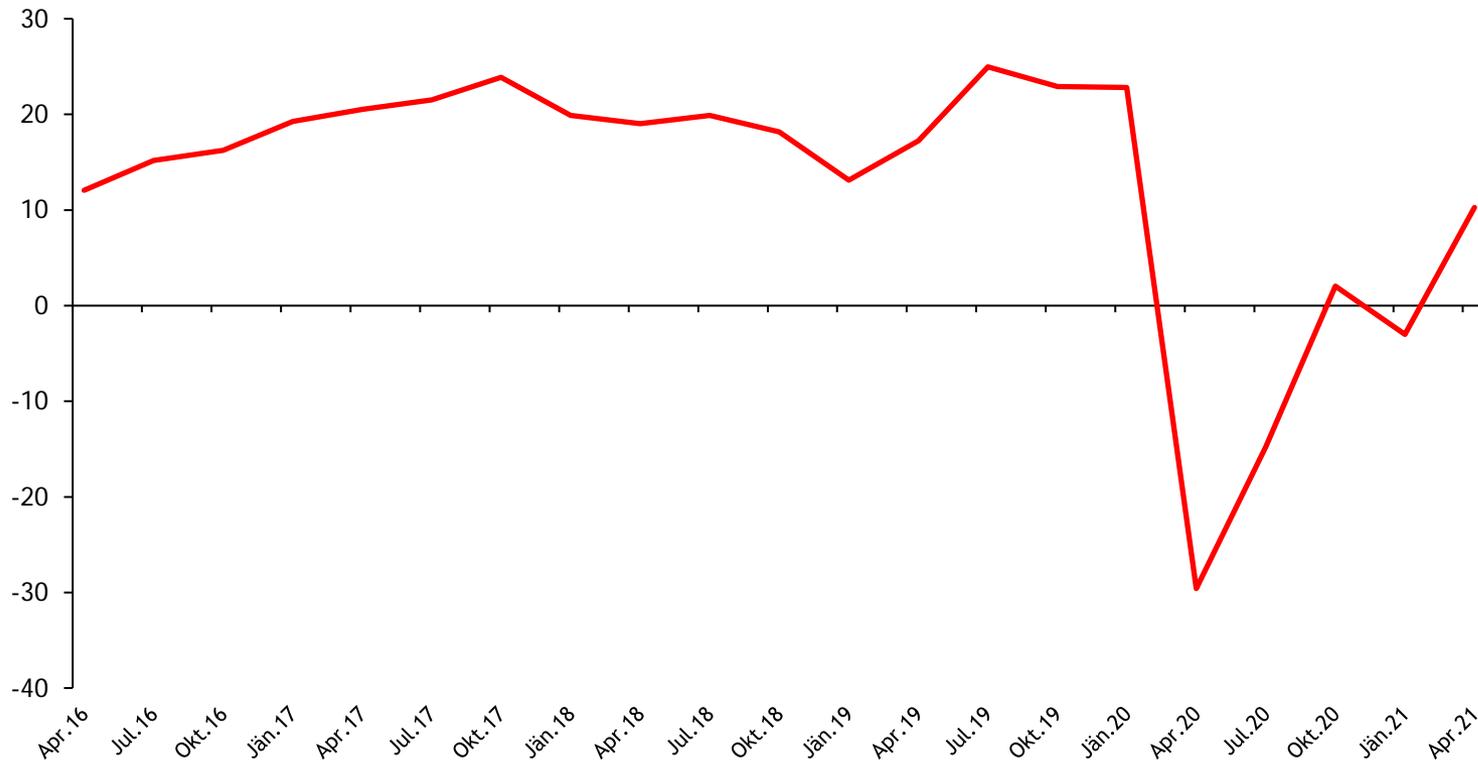
---

Erhebungszeitraum April 2021

# Werbeklimaindex April 2021: Methodik

- Analyse der Werbekonjunktur:
  - Rückblick 1. Quartal 2021
  - Aktuelle Lage im April 2021
  - 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: 109 Unternehmen mit 3.098 Beschäftigten

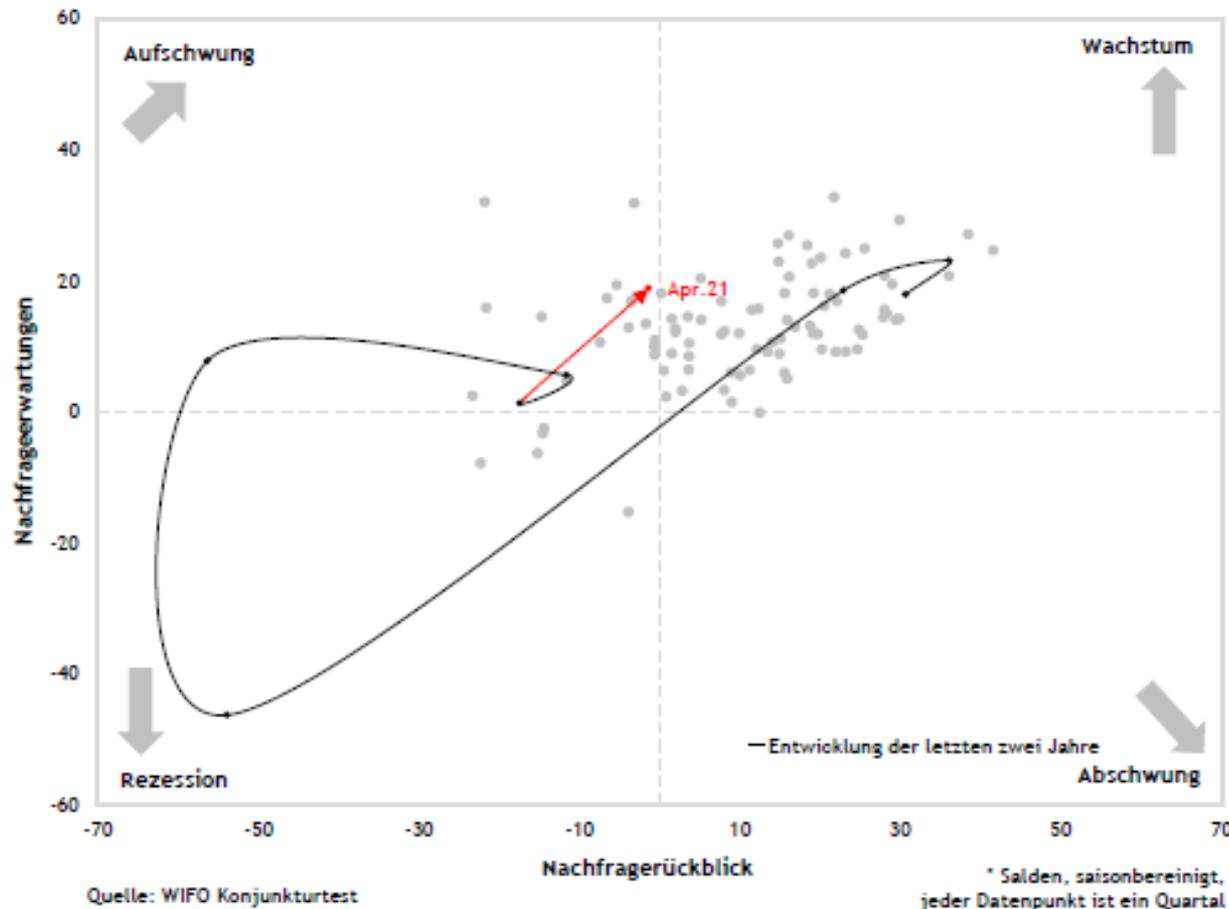
# Werbeklimaindex



Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte

# Konjunktur-Uhr von 1997 bis 2020

## Darstellung der Ergebnisse der Werbung und Marktkommunikation



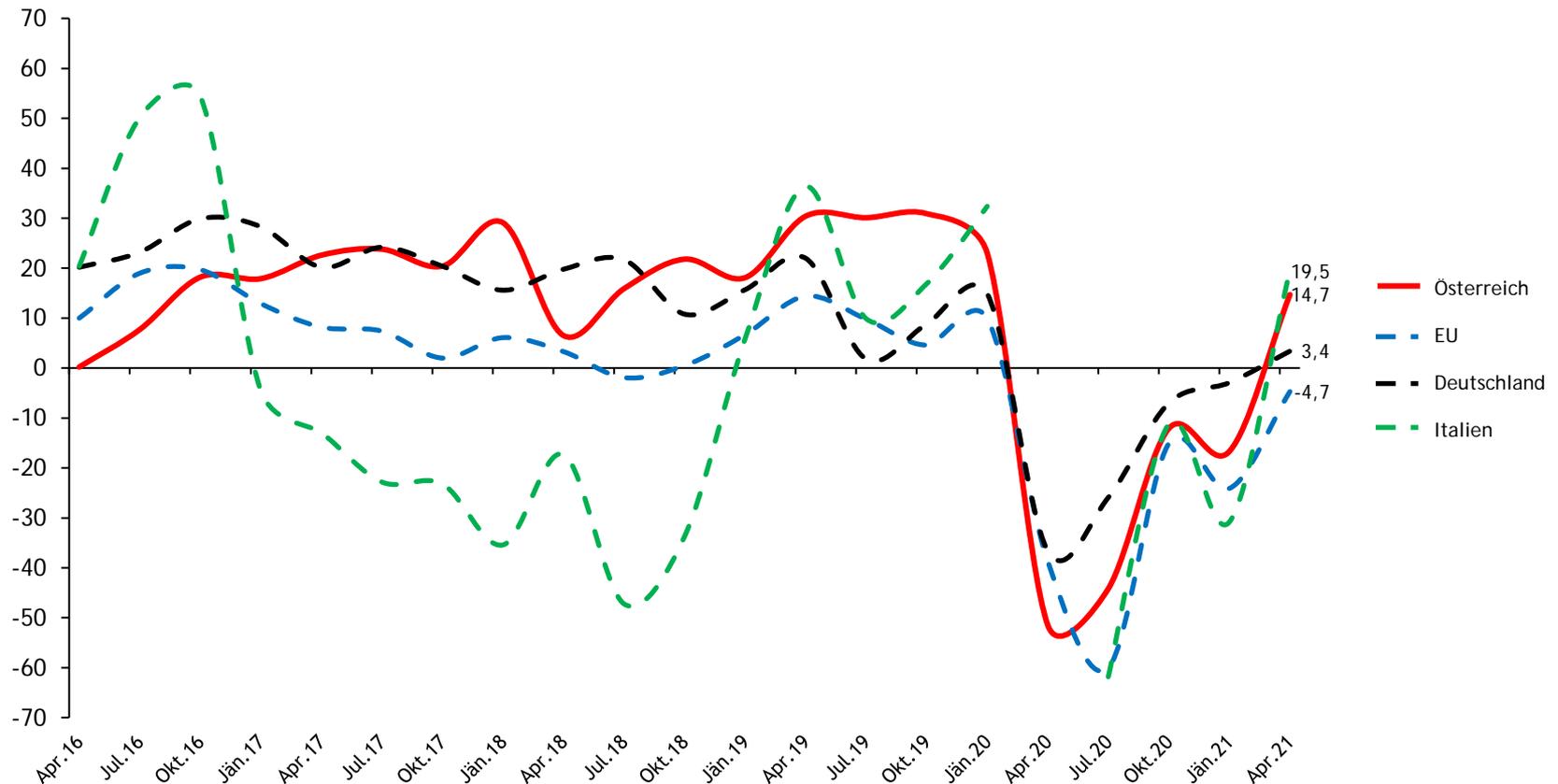
Wie lese ich die „Konjunktur-Uhr“? Die Konjunktur-Uhr ist ein 4-Phasen Diagramm, mit dem sich der Verlauf eines Konjunkturzyklus gut verfolgen und analysieren lässt. Basis dafür ist der WIFO Konjunkturtest. Auf der X-Achse wird der Werbeklimaindex der vergangenen drei Monate, auf der Y-Achse die Erwartungen 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 April 2021

---

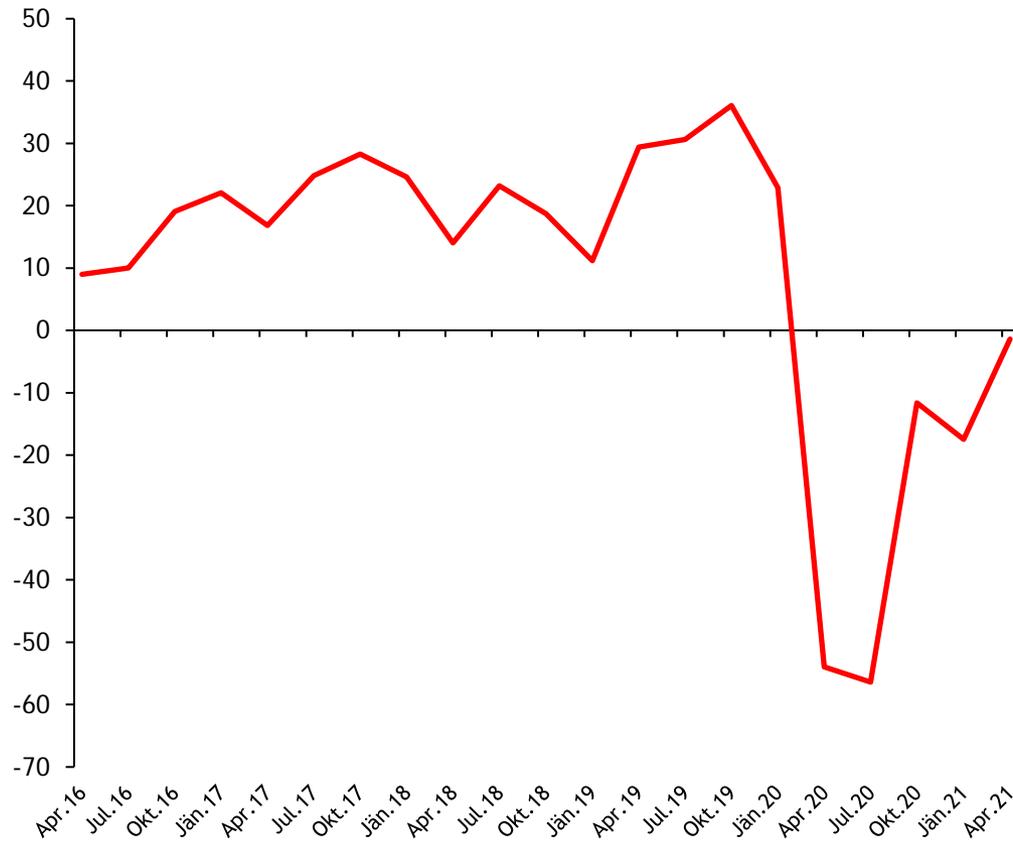
- Die Werbekonjunktur in Österreich erholt sich langsam
- Der Wifo-Werbeklimaindex steigt auf 10 Punkte.
- 46 % der Unternehmer sehen in unzureichender Nachfrage die größte Behinderung ihrer Geschäftstätigkeit
- Der Index für die aktuelle Geschäftslage ist noch im negativen Bereich - die Tendenz geht aber nach oben
- Die Auftragsbücher sind wieder etwas besser gefüllt
- Die Unternehmen erwarten, dass die Nachfrage nach Werbedienstleistungen wieder steigen wird
- Die unternehmerischen Einschätzung zur künftigen Geschäfts- und Beschäftigungsentwicklung spiegeln steigenden Optimismus wider

# Nachfrage in den letzten drei Monaten



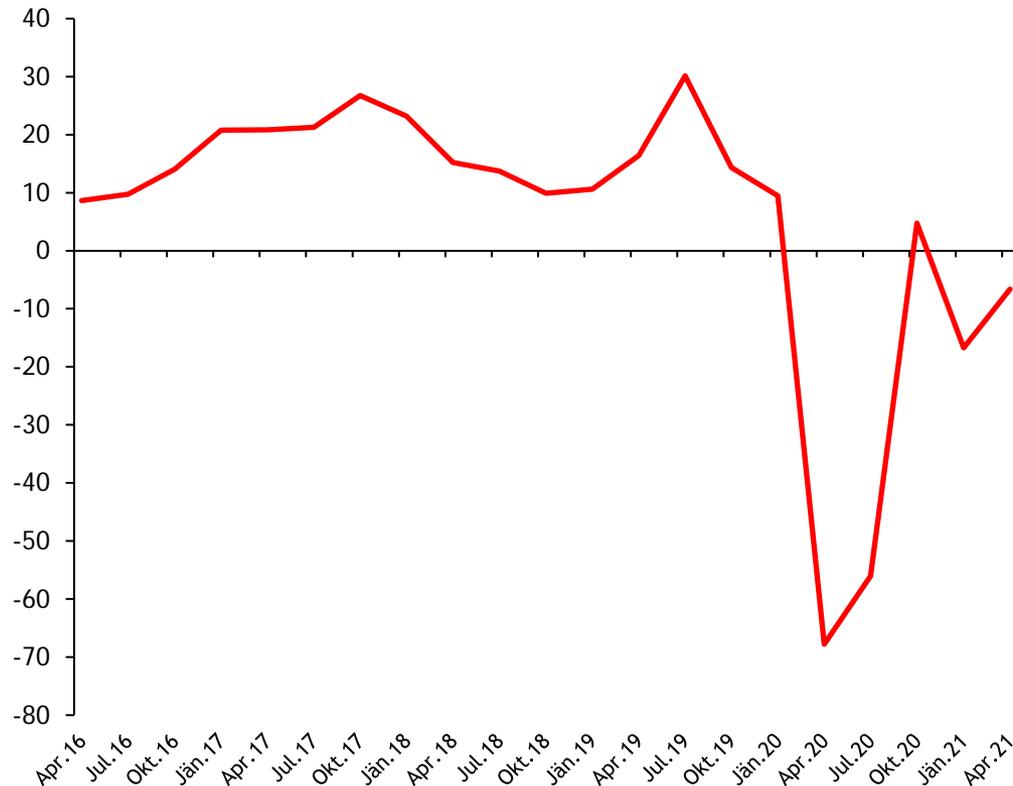
Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung und Marktforschung)

# Nachfrage in den letzten drei Monaten



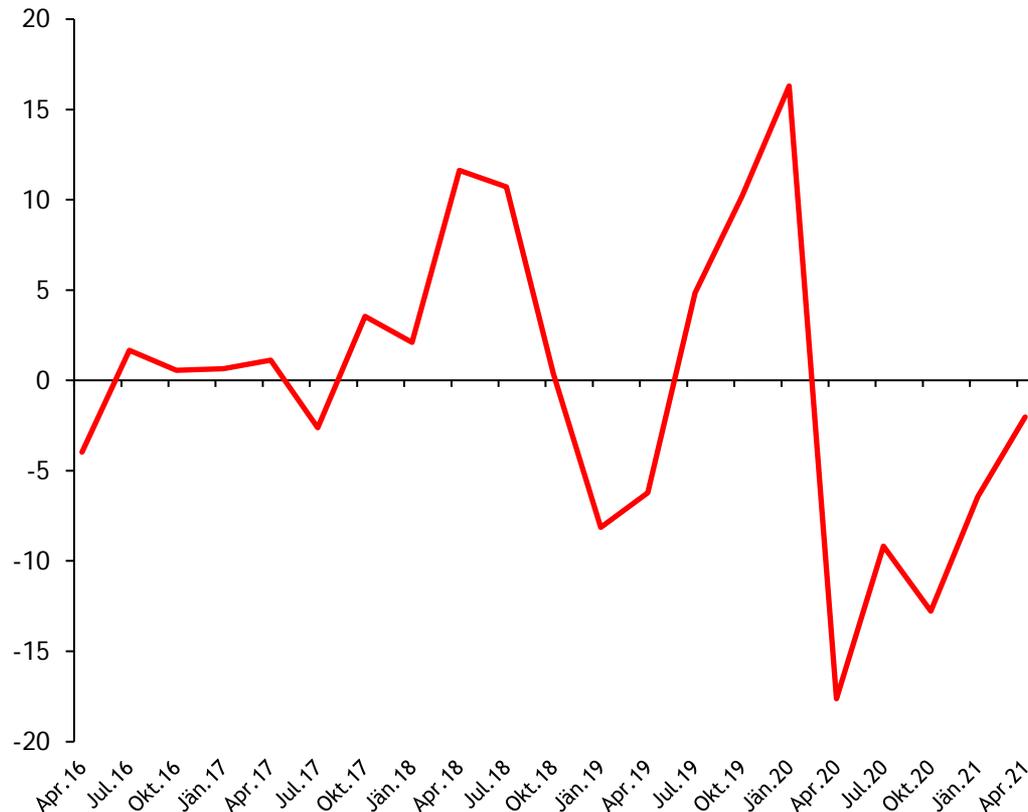
- Die Einschätzungen der Unternehmen zur aktuellen Nachfrage haben sich deutlich verbessert
- 27 % der Unternehmen berichten von einer Verschlechterung der Nachfrage
- Immerhin 26 % melden eine Verbesserung der Nachfragesituation
- Per Saldo liegen die Nachfrageeinschätzungen damit bei -1 Punkt

# Entwicklung der Geschäftslage in den letzten drei Monaten



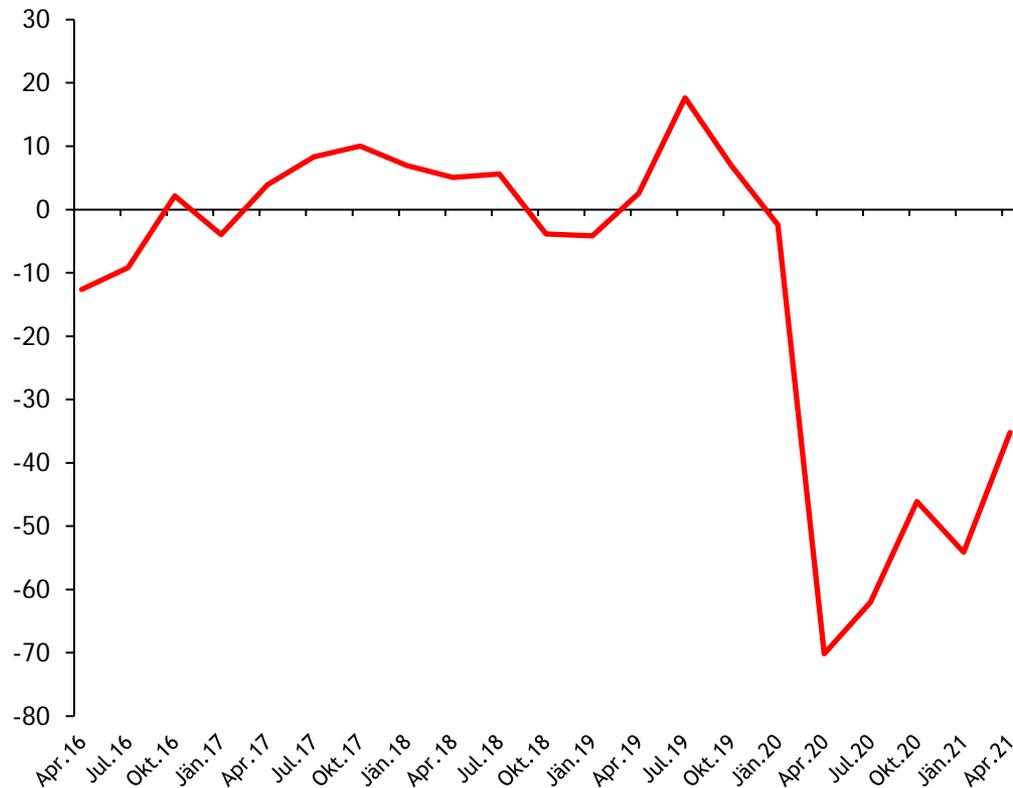
- 17 % der Unternehmen meldeten eine Verbesserung ihrer Geschäftslage
- 24 % sahen sich mit einer Verschlechterung konfrontiert
- Der Saldo liegt mit -7 Punkten weiterhin im negativen Bereich

# Beschäftigung in den letzten drei Monaten



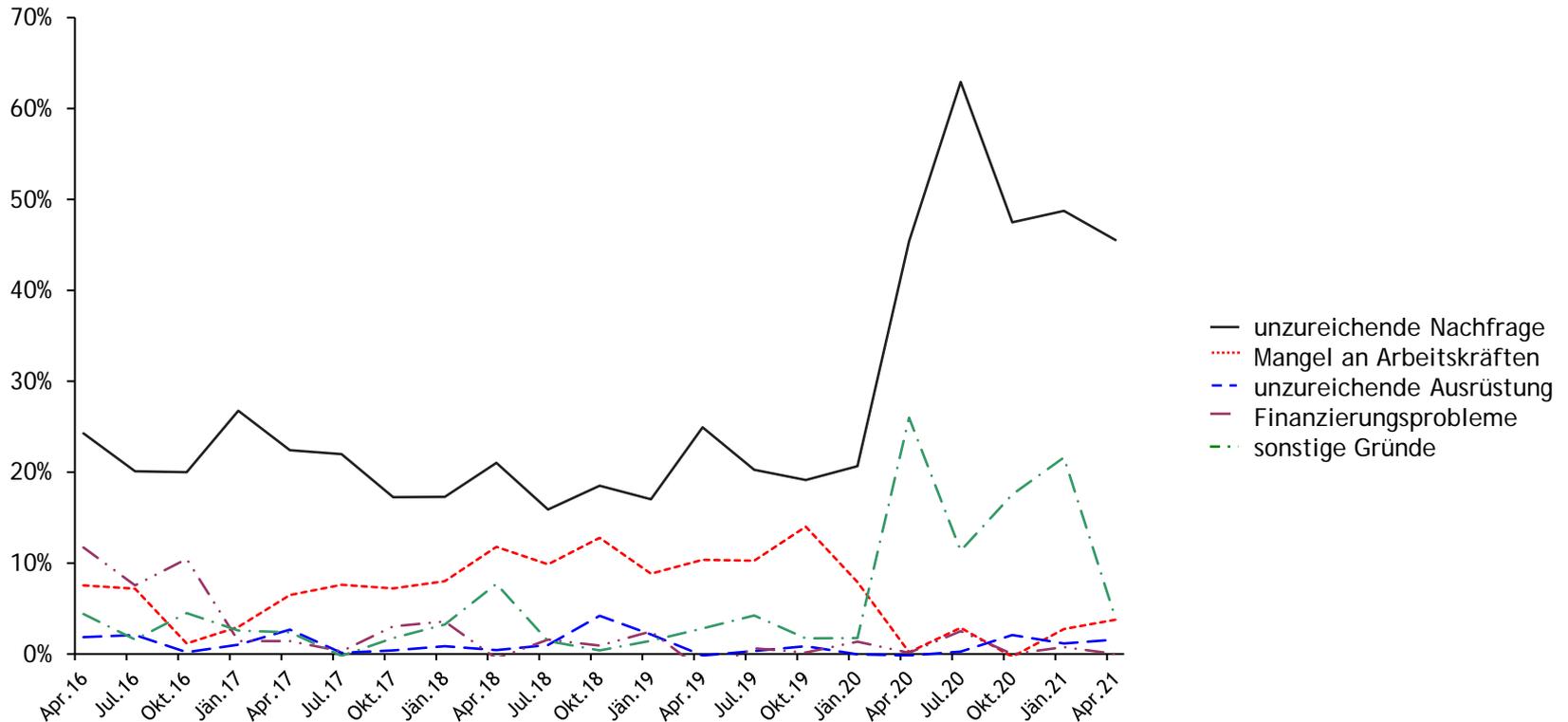
- 12 % der befragten Unternehmen gaben an, neue Mitarbeiter aufgenommen zu haben
- 14 % der Unternehmer meldeten, in den vergangenen drei Monaten zum Abbau von Mitarbeitern gezwungen worden zu sein
- Der Saldo liegt mit -2 Punkten noch im negativen Bereich, hat sich seit Oktober aber kontinuierlich verbessert

# Beurteilung der aktuellen Geschäftslage



- 7 % der Befragten berichten von einer Verbesserung der aktuellen Geschäftslage
- 42 % der Unternehmen meldeten eine schlechter werdende Geschäftslage
- Per Saldo liegt der Indikator bei -35 Punkten

# Behinderungen der Geschäftstätigkeit



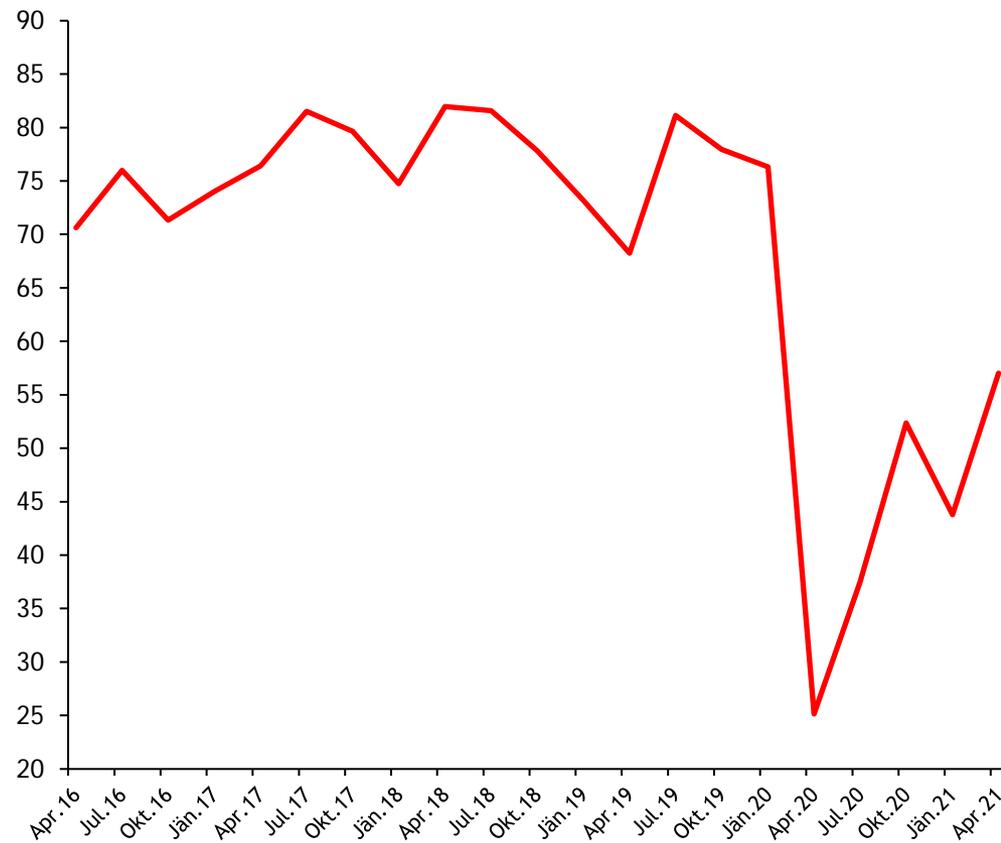
# Primäre Behinderungen der Geschäftstätigkeit

---

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

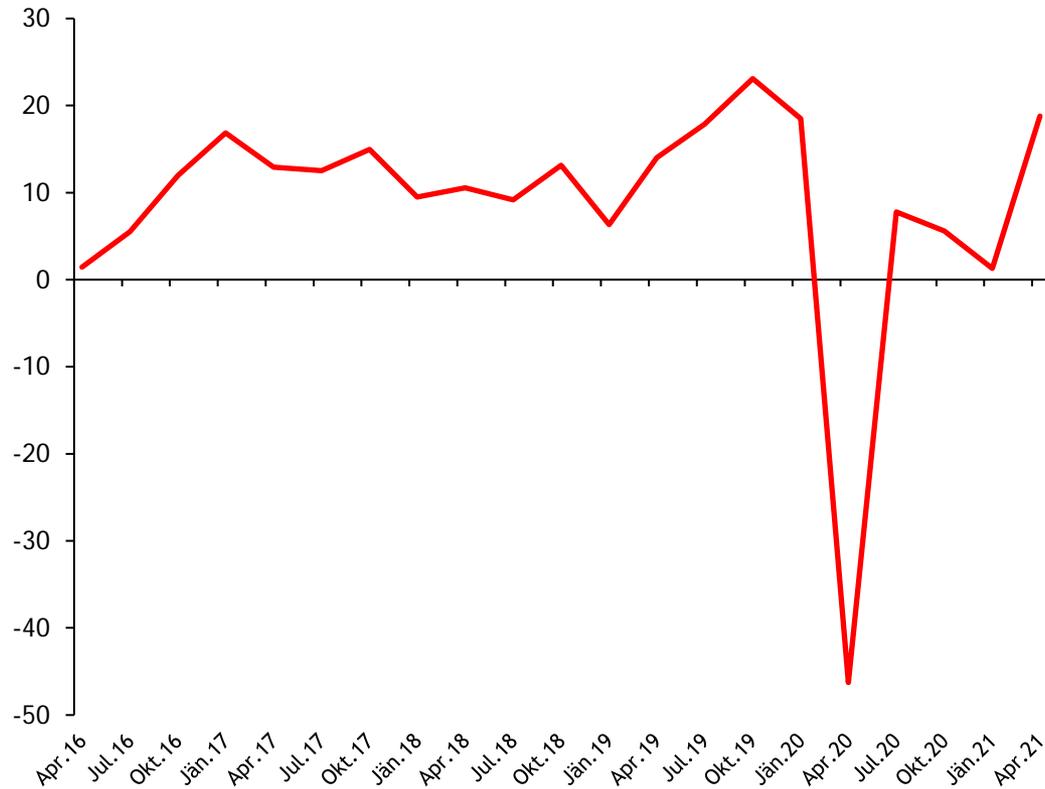
- 46 % melden unzureichende Nachfrage
- 3,9 % „sonstigen Gründen“
- 3,8 % geben einen Mangel an Arbeitskräften an
- 1,6 % geben unzureichende Ausrüstung als Grund an

# Auftragsbestände



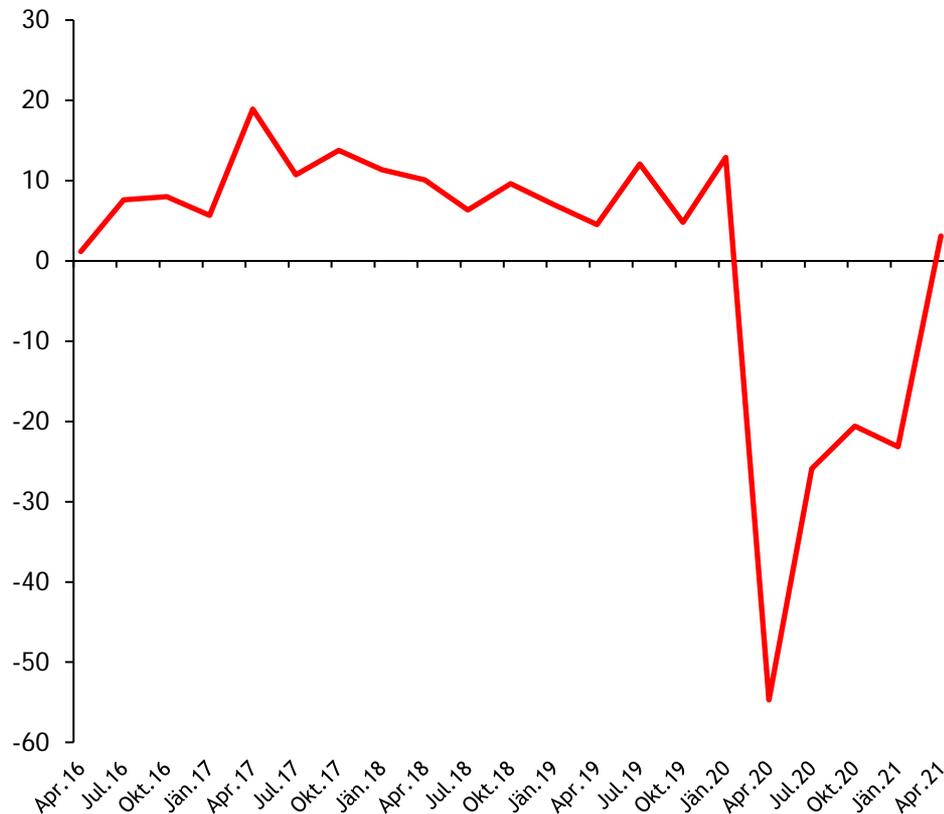
- 57 % der Unternehmen melden ausreichende oder mehr als ausreichende Auftragsbestände
- 43 % der Unternehmen sind mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert
- Damit steigt dieser Saldo im Vergleich zum Vorquartal wieder an, liegt aber nach wie vor weit unter dem Niveau vor Covid19

# Nachfrageerwartung



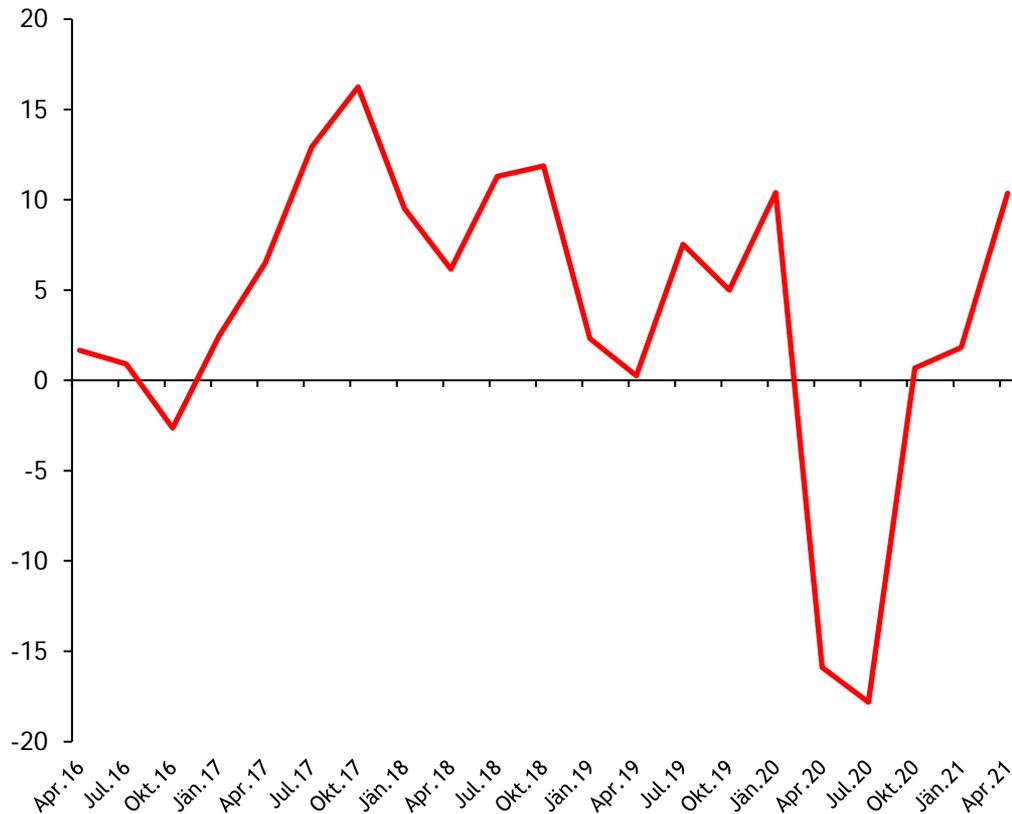
- Die Einschätzungen zur künftigen Nachfrageentwicklung zeigen steigenden Optimismus
- 24 % gehen von einem Steigen der Nachfrage aus
- 5 % erwarten ein Sinken der Nachfrage
- Der Saldo liegt mit 19 Punkten deutlich im positiven Bereich

# Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten



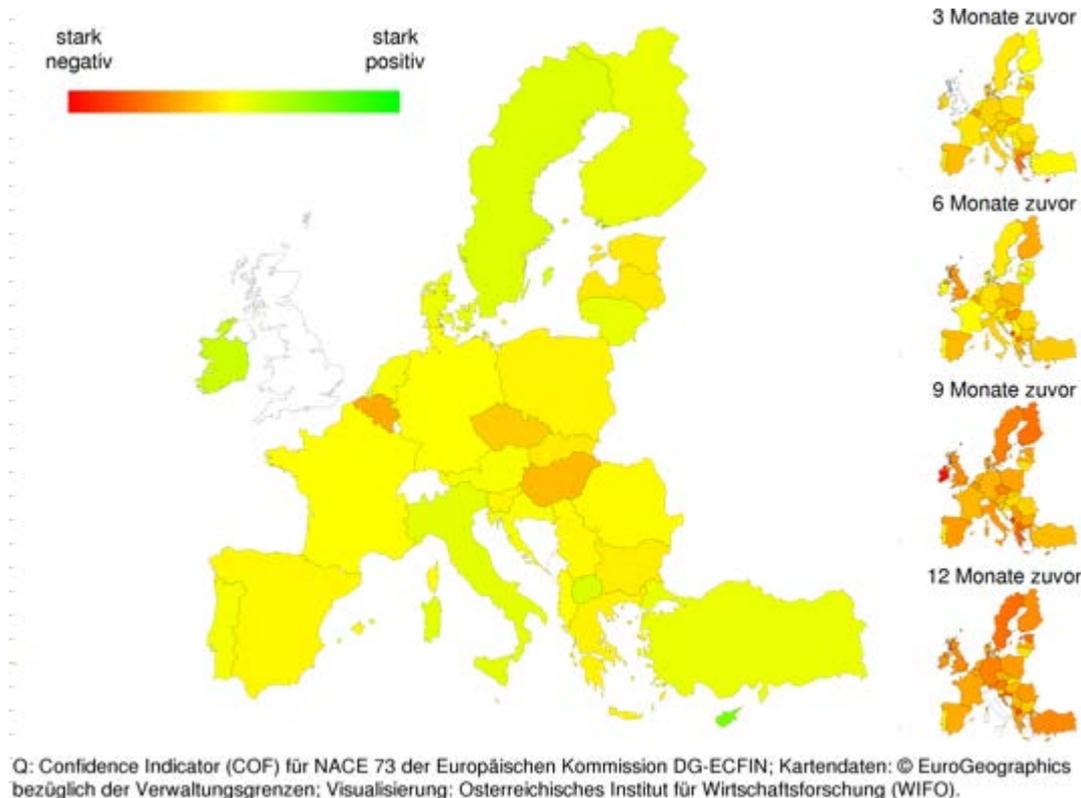
- Der Saldo in Bezug auf die Einschätzung zur künftigen Geschäftslage liegt mit 4 Punkten wieder im positiven Bereich
- 20 % rechnen mit einer Verbesserung der Geschäftslage
- Demgegenüber stehen 16 %, die weiterhin von einer Verschlechterung der Geschäftslage ausgehen

# Beschäftigungserwartung



- Der Index der Beschäftigungserwartungen steigt deutlich über die Nulllinie (11 Punkte)
- 17 % der Unternehmen gaben an, in den nächsten Monate neue Jobs zu schaffen

# EU Vertrauensindikator Werbung April 2021



- Die Auswirkungen der Covid19-Pandemie beeinträchtigt weiterhin fast alle EU Werbemärkte
- Italien, Dänemark, Slowakei, Mazedonien und Portugal sind aber bereits optimistisch
- Die Lage in Belgien, Tschechien und Ungarn bleibt angespannt

# 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](mailto:werbung@wko.at)

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