

## **WKÖ-Fachverband: Österreichs Medien- und Werbewirtschaft unter Druck**

Runder Tisch vernetzt die maßgeblichen Medien- und Werbewirtschaftsverbände - Klares Bekenntnis zur Stärkung des Kommunikationsstandortes Österreich

Das aktuelle konjunkturelle Umfeld und die Marktdominanz internationaler Onlinekonzerne belasten die Aussichten für die österreichische Werbe- und Medienwirtschaft. Vor diesem Hintergrund vernetzte der Fachverband Werbung und Marktkommunikation die maßgeblichen Medien- und Werbewirtschaftsverbände zum gemeinsamen Austausch an einem „Runden Tisch“ in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ).

### **Runder Tisch: Zweckwidmung der Digitalabgabe**

Die Branchenverbände sprachen sich klar für eine Stärkung des heimischen Kommunikationsstandortes aus. In diesem Sinne sollen die Einnahmen aus der 2020 eingeführten Digitalsteuer zur Gänze für den digitalen Transformationsprozess der österreichischen Medien- und Kommunikationswirtschaft zweckgewidmet werden. Damit soll die Konkurrenzfähigkeit gegenüber internationalen Onlinekonzernen gesichert werden.

Zudem standen bei dem Treffen folgende interessenpolitischen Branchenforderungen an die Bundesregierung im Fokus:

- Schaffung geeigneter Rahmenbedingungen für mehr Wertschöpfung in Österreich
- Stärkung österreichischen Contents und heimischer Programminhalte durch eine moderne Medien- und Kulturförderung

### **Aktueller WIFO-Werbeklimaindex: Branche unter Druck**

„Die österreichische Werbewirtschaft steht unter Druck. Zwar zeigt der aktuelle WIFO-Werbeklimaindex, Erhebung Jänner 2024, mit 10 Punkten wieder leicht nach oben, die Konjunkturaussichten für die kommenden Monate fallen jedoch sehr zurückhaltend aus. Vor allem die künftige Nachfrage nach Werbedienstleistungen wird eher schwach eingeschätzt“, analysiert Michael Mrazek, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), die aktuellen Umfrageergebnisse.

### **Unzureichende Nachfrage: Jedes zweite Unternehmen betroffen**

Die Nachfrage der letzten Monate hat sich gegenüber dem Vorquartal verbessert, der Saldo liegt mit 2 Punkten wieder im positiven Bereich. Dennoch berichtet fast die Hälfte (48 %) der Unternehmen von einer unzureichenden Nachfrage. Die mangelnde Nachfrage wird auch nach wie vor als das wichtigste Hemmnis der Geschäftstätigkeit gemeldet. Die Einschätzungen zur aktuellen Geschäftslage haben sich zwar im Vergleich zum Vorquartal etwas verbessert, liegen aber mit minus 35 Punkten per Saldo nach wie vor deutlich im negativen Bereich. Auch der Saldo der Meldungen zur Beschäftigungslage der letzten drei Monaten fiel negativ aus (-13 Punkte). Die unternehmerischen Erwartungen für das 1. Halbjahr 2024 sind im Bereich Beschäftigungsentwicklung mit per Saldo plus 5 Punkten etwas zuversichtlicher.

### **Schwieriges allgemeines wirtschaftliches Umfeld in Österreich**

„Die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests signalisierten zuletzt eine leichte Dämpfung der konjunkturellen Dynamik im Dienstleistungssektor. Die Erwartungen für die kommenden Monate fielen ebenfalls etwas skeptischer aus als noch zu Jahresende 2023. Der Index der unternehmerischen Erwartungen, der die Konjunkturausblicke der

Unternehmen anzeigt, fiel deutlich unter die Nulllinie, die positive von negativen Erwartungen trennt. Das ist auf die per Saldo weniger zuversichtlichen Einschätzungen zur künftigen Geschäfts- und Beschäftigungslage und der Nachfrageentwicklung zurückzuführen. Ein Vergleich zwischen den Dienstleistungsbranchen zeigt aktuell nur wenig Unterschiede: Die unternehmerischen Erwartungen für die kommenden Monate stabilisierten sich im Bereich EDV, in allen anderen Bereichen verschlechterten sie sich aber“, erklärt **Agnes Kügler**, Konjunkturexpertin des WIFO.

Fachverbandsobmann **Michael Mrazek** abschließend zur aktuellen Konjunkturlage: „Die Unternehmen der Werbewirtschaft blicken in Bezug auf Beschäftigung und Geschäftslage wieder etwas zuversichtlicher in die Zukunft. Das heißt aber nicht, dass die Lage rosig ist, im Gegenteil, die Konjunktur-Uhr der Werbung und Marktkommunikation stand zuletzt auf Abschwung.“

Folgende Verbände nahmen an diesem „Runden Tisch“ teil:

CCA Creativ Club Austria

Designaustria Berufsverband der Grafik-Designer

DMVÖ - Dialog Marketing Verband Österreich

Fachverband Werbung und Marktkommunikation

IAA Austria - International Advertising Association - Austrian Chapter

IAB (interactive advertising bureau austria); Verein zur Förderung der digitalen Wirtschaft

IGMA - Interessensgemeinschaft der Media Agenturen

VÖZ - Verband österreichischer Zeitungen