

WKÖ-Fachverband: Werbeklimaindex hat sich leicht verbessert, Stimmung in Branche bleibt skeptisch und abwartend

Obmann Mrazek: Wir erwarten von der neuen Bundesregierung eine Stärkung der Wirtschaft durch entsprechende Maßnahmen

„Der österreichische Werbeklimaindex ist seit dem letzten Quartal um 7 Punkte gestiegen und liegt mit 11 Punkten wieder deutlich im positiven Bereich. Dennoch bleibt die Stimmung in der österreichischen Werbewirtschaft abwartend und skeptisch. Die schlechte Industriekonjunktur und die hohe Unsicherheit schlagen auch auf die Kommunikations- und Medienbranche durch“, analysiert **Michael Mrazek**, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), die Ergebnisse des aktuellen WIFO-Werbeklimaindex (Erhebung vom Jänner 2025).

Mangelnde Nachfrage bleibt nach wie vor das Haupthindernis

Die Beurteilung der aktuellen Geschäftslage hat sich im Vergleich zum Vorquartal zwar verbessert, der Saldo liegt aber mit minus 15 Punkten nach wie vor im negativen Bereich. Dagegen hat sich die Auftragslage im Vergleich zum Vorquartal deutlich verbessert. Rund 36 % der befragten Unternehmen berichten von unzureichenden Auftragsbeständen (im Vorquartal waren es noch 45 %), 64% von zumindest ausreichenden Auftragsbeständen. Als größtes Hemmnis wird aber nach wie vor die unzureichende Nachfrage genannt - dies melden 40 % der Unternehmen. Insgesamt zeigen die Ergebnisse des WIFO-Werbeklimaindex im Jänner 2025 eine vorsichtige Verbesserung der Lageindikatoren, die Erwartungen für die kommenden Monate bleiben jedoch skeptisch.

Der Arbeitskräftemangel wird derzeit nur noch von 2 % der Unternehmen als wichtigstes Hindernis für ihre Geschäftstätigkeit genannt. Obwohl sich die Beschäftigungslage per Saldo zwar verbessert hat, melden nach wie vor mehr Unternehmen einen Personalabbau als einen Personalaufbau (Saldo -5 Punkte). Die Beschäftigungserwartungen hingegen bleiben mit einem Saldo von plus 3 Punkten trotz eines leichten Rückgangs gegenüber dem Vorquartal weiter mehrheitlich leicht positiv.

Unterschiedliche Konjunkturdynamik in den Dienstleistungsbereichen

„Ein Vergleich der Konjunkturdynamik zwischen den Dienstleistungsbereichen zeigt im Jänner einige Unterschiede. Die aktuellen unternehmerischen Einschätzungen lassen in den meisten Bereichen auf eine mäßige Konjunkturdynamik schließen. Insbesondere in den Bereichen Beherbergung und Gastronomie, aber auch im Verkehr zeigte sich in den letzten Monaten eine positive Dynamik. Die Erwartungen hinsichtlich der künftigen Konjunktorentwicklung hat sich in manchen Bereichen hingegen eingetrübt, wie etwa bei den ‘anderen Dienstleistungen‘ und im Verkehr. Ein ähnliches Bild zeichnet sich auch in der Werbebranche ab.“, analysiert **Agnes Kügler**, Konjunktorexpertin des WIFO.

Im europäischen Vergleich des Vertrauensindikators der EU-Kommission liegt die österreichische Werbekonjunktur über dem Durchschnitt. Wachstumstendenzen zeigen sich derzeit vor allem in Bulgarien, Griechenland, Kroatien, Litauen, Rumänien, der Slowakei, Slowenien und Tschechien. Eine schwächere konjunkturelle Dynamik weist die Werbewirtschaften in Deutschland, Frankreich, Italien, aber auch in Finnland und Schweden auf.

„Wettbewerbsfähigkeit, Bürokratieabbau, notwendige Entlastungen, Arbeitskräftemangel - der Kreativstandort Österreich und seine Unternehmen stehen in den nächsten Jahren vor großen Herausforderungen. Was wir jetzt brauchen, ist eine Entlastungsoffensive. Das muss das zentrale Motto auch für Österreich sein. Wir brauchen eine verantwortungsvolle und moderne Medienpolitik und wettbewerbsorientierte Werberegeln. Dafür braucht es die richtigen Rahmenbedingungen“, so **Mrazek** abschließend, der die Rolle der Wirtschaftskammer als maßgebliche Ideengeberin und gestaltendes Gegenüber für die politischen Entscheidungsträger hervorhob.