

WKÖ-Fachverband: Indizien für einen Abschwung in der österreichischen Werbekonjunktur verdichten sich

Obmann Mrazek: Der WIFO-Werbeklimaindex belegt die aktuell schwierige Geschäftslage der Branche

„Die österreichische Werbekonjunktur schwächt sich im Vergleich der letzten Erhebung ab. Der Werbeklimaindex liegt zwar noch im positiven Bereich, ist aber im Vergleich zum April 2024 um 4 Punkte gesunken. Der Wert, der die aktuelle Geschäftslage abbildet, ist gegenüber dem Vorquartal um 15 Punkte gefallen und liegt mit minus 36 Punkten deutlich im negativen Bereich“, analysiert **Michael Mrazek**, Obmann des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation in der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) die Ergebnisse des aktuellen WIFO-Werbeklimaindex, Erhebung vom Juli 2024.

46 % der Unternehmen berichten von schlechter Auftragslage

Die Auftragslage hat sich im Vergleich zum Vorquartal verschlechtert. Mit 46 % gibt beinahe jedes zweite befragte Unternehmen an, mit unzureichenden Auftragsbeständen konfrontiert zu sein, 47 % der Unternehmen nennen unzureichende Nachfrage als Hauptthema für ihre Geschäftstätigkeit. Die Werbe- und Kommunikationsbranche blickt auch wenig optimistisch in die Zukunft. Der Indikatorwert betreffend die Geschäftslage in 6 Monaten liegt per Saldo mit minus 7 Punkten im negativen Bereich.

Der Arbeitskräftemangel wird derzeit nur von 9 % der Unternehmen als wichtigstes Hindernis ihrer Geschäftstätigkeit angegeben. Die Beschäftigungseinschätzungen haben sich in Folge der schwachen Konjunktur auch in der Kreativbranche eingetrübt: Im 2. Quartal geben deutlich mehr Unternehmen an, Mitarbeiter:innen abgebaut als neu eingestellt zu haben. Der Beschäftigungssaldo hat sich um 10 Punkte auf einen Wert von minus 18 Punkten verschlechtert. Auch im 2. Halbjahr 2024 wird die Beschäftigungsdynamik nicht anspringen. Der Saldo für die erwartete Beschäftigungsentwicklung in den kommenden Monaten liegt mit minus 4 Punkten im negativen Bereich.

Konjunkturdynamik im Dienstleistungssektor langsamer

„Die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests vom Juli 2024 deuten auf eine Verlangsamung der Konjunkturdynamik im Dienstleistungssektor hin. Auch der Ausblick auf die kommenden Monate ist von einer gewissen Skepsis geprägt. Die unternehmerischen Einschätzungen zur aktuellen Geschäfts- und Beschäftigungslage sowie der Nachfrage fallen per Saldo pessimistischer aus als im Vormonat. 58 % der Dienstleistungsunternehmen meldeten Hemmnisse bei der Geschäftstätigkeit. Als Hauptgrund wurde dabei der Nachfragemangel genannt“, analysiert **Agnes Kügler**, Konjunktexperte des WIFO.

Im europäischen Vergleich liegt Österreichs Werbekonjunktur im Mittelfeld, gleichauf mit Deutschland. Die EU-weit besten Wachstumstendenzen weisen Spanien und Italien auf. Das derzeitige EU-Schlusslicht ist Finnland, wo sich ein langsamer Aufwärtstrend abzeichnet.

Fachverbandsobmann **Michael Mrazek** abschließend: „Die Werbebranche ist eine treibende Kraft für die österreichische Wirtschaft. Die Herausforderungen für unsere Unternehmen sind angesichts der allgemeinen Wirtschaftslage und vieler belastender Faktoren groß. Wir brauchen daher von der Politik geeignete Rahmenbedingungen, die das unternehmerische

Engagement belohnen und die Steuer- und Abgabenbelastung reduzieren. In diesem Sinne ist es erforderlich, den Medien- und Kommunikationsstandort Österreich zu stärken, die Entwicklung österreichischen Contents zu fördern und Bürokratie abzubauen.“