

## **WKÖ-Fachverband: Werbeklimaindex im 3. Quartal weiter gefallen**

Obmann Mrazek: Rezession in Österreichs Werbewirtschaft hält an

„Die österreichische Werbekonjunktur hat sich im Vergleich zum Vorquartal erneut leicht abgeschwächt. Der Werbeklimaindex liegt mit 4 Punkten zwar noch knapp im positiven Bereich, ist aber im Vergleich zum Sommer um 2 Punkte gesunken. Die Stimmung in der österreichischen Werbewirtschaft ist schlecht. Dies zeigt sich vor allem in der Einschätzung der aktuellen Geschäftslage. Dieser Indikator liegt mit minus 34 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 Oktober 2024).

### **Mangelnde Nachfrage bleibt Haupthindernis**

Die Auftragslage stagniert im Vergleich zum Vorquartal auf unterdurchschnittlichem Niveau. Rund 45 % der befragten Unternehmen geben an, über unzureichende Auftragsbestände zu verfügen. Beinahe die Hälfte der Unternehmen nennt eine unzureichende Nachfrage als Haupthemmnis ihrer Geschäftstätigkeit. Auch die Erwartungen in die Zukunft sind sehr verhalten. Der Indikatorwert für die Geschäftslage in den kommenden 6 Monaten liegt mit minus 14 Punkten deutlich im negativen Bereich. Der Saldo der Nachfrageerwartungen für das letzte Quartal 2024 und das erste Quartal 2025 ist mit einem Wert von + 1 Punkt gerade noch positiv und spiegelt das schwierige Konjunkturmilieu für die Werbe- und Kommunikationsbranche wider.

Der Arbeitskräftemangel wird derzeit von 7 % der Unternehmen als wichtigstes Hindernis für ihre Geschäftstätigkeit genannt. Der Beschäftigungssaldo hat sich im Vergleich zum Vorquartal leicht verbessert, liegt aber mit minus 7 Punkten immer noch deutlich unter der Nulllinie. Die Beschäftigungserwartungen sind mit einem Saldenwert von plus 5 Punkten dennoch vorsichtig optimistisch und signalisieren, dass die befragten Unternehmen per Saldo davon ausgehen, ihren Beschäftigtenstand in den kommenden Monaten leicht ausbauen zu können. Die Nachfrage nach Arbeitskräften zeigt sich trotz der anhaltenden Konjunkturschwäche robust.

### **Konjunkturdynamik im Dienstleistungssektor generell gedämpft**

„Die Ergebnisse des WIFO-Konjunkturtests signalisierten im Oktober 2024 weiterhin eine schwache Konjunkturdynamik im Dienstleistungssektor. Der Ausblick auf die kommenden Monate blieb nahezu unverändert. Die Auftragsbücher sind im Dienstleistungsbereich nur mäßig gefüllt und die Unternehmen erwarten auch keine große Dynamik für die kommenden Monate“, analysiert **Agnes Kügler**, Konjunkturexpertin des WIFO.

Im europäischen Vergleich liegt die österreichische Werbekonjunktur im Mittelfeld.

Generell ist EU-weit eine eher schwächere Wirtschaftsdynamik spürbar.

Wachstumstendenzen zeigen sich derzeit nur in Griechenland, Kroatien, Lettland, Litauen und Tschechien. Die Gesamtwirtschaft in Deutschland stagniert 2024 und wird laut WIFO-Konjunkturprognose auch 2025 nur um knapp 1 % wachsen. Dies hat auch Auswirkungen auf den Werbemarkt. So verschlechtern sich die Konjunkturaussichten der Werbewirtschaft für Deutschland - wie auch für Schweden - im 3. Quartal, auch in der Slowakei deutet die wirtschaftliche Lage auf einen Abschwung hin. Schlusslicht der Werbekonjunktur in der EU bleibt Finnland.

Fachverbandsobmann Michael Mrazek abschließend: „Angesichts der steigenden Herausforderungen für die österreichischen Werbewirtschaft braucht es Unterstützung durch stärkende Maßnahmen, wie die Zweckbindung der Digitalsteuer, Förderung der Aus- und Weiterbildung sowie keine Ausweitung von Werbebeschränkungen - insbesondere im Bereich Green Advertising. Wir werden diese Forderungen zur Stärkung der heimischen Werbe- und Kommunikationsbranche in die laufenden Verhandlungen um die Bildung einer neuen Bundesregierung einbringen.“