

Österreichs Werbewirtschaft: Rekordtief im Werbeklimaindex 2025!

Österreichs Werbekonjunktur zeigt Rückgänge im Werbeklimaindex. Unternehmen berichten von negativen Geschäftserwartungen.



Nachrichten AG

Österreich - Im ersten Quartal 2025 zeigt der österreichische Werbeklimaindex deutliche Anzeichen der Schwäche. Laut aktuellen Daten fiel der Index um 10 Punkte auf einen Stand von minus 32 Punkten im Vergleich zum vierten Quartal 2024. Unternehmen bewerten ihre Geschäftslage im April 2025 ebenfalls pessimistisch, mit einem Rückgang von 17 Punkten im Vergleich zu Januar 2025. Besonders alarmierend ist die Tatsache, dass 53 Prozent der Unternehmen von unzureichenden Auftragsbeständen berichten.

Die Nachfrage nach Werbe- und Kommunikationsdienstleistungen hat sich zwar leicht auf 5 Punkte verbessert, dennoch wird sie von 58 Prozent der

Unternehmer als das größte Hemmnis für ihre Geschäftstätigkeit wahrgenommen. Die prognostizierten Nachfrageerwartungen für die kommenden drei Monate liegen bei minus 7 Punkten, was die Unsicherheit in der Branche weiter verstärkt.

Pessimistische Einschätzungen und besorgniserregende Beschäftigungslage

Der Rückgang der Beschäftigungseinschätzungen erreicht mit minus 23 Punkten einen Rekordtiefstand. Nur 7 Prozent der Unternehmen konnten in den letzten drei Monaten neue Mitarbeiter einstellen, während 30 Prozent von Personalabbau berichten. Die negative Stimmung in der Werbewirtschaft spiegelt sich auch in den Erwartungen für die kommenden Monate wider. Viele Unternehmen zeigen sich pessimistisch hinsichtlich Beschäftigung, Nachfrageentwicklung und ihrer allgemeinen Geschäftslage.

Blickt man auf die gesamte österreichische Werbewirtschaft, wird deutlich, dass der Optimismus zunehmend schwindet. Der WIFO-Werbeklimaindex zeigt bereits seit Oktober 2023 einen negativen Trend, mit einem ersten Wert von minus 2 Punkten seit März 2020. Über 50 Prozent der Unternehmen klagen über unzureichend gefüllte Auftragsbücher, während der Mangel an Nachfrage von 48 Prozent als das größte Hemmnis angesehen wird.

Vergleich zur europäischen Werbelandschaft

Österreich befindet sich im europäischen Mittelfeld des Vertrauensindikators des WIFO-Werbeklimaindex. Im Vergleich zu Ländern wie Belgien, Finnland und Litauen, die positive Entwicklungen verzeichnen, stehen Staaten wie Estland, Schweden und Ungarn vor größeren Herausforderungen und pessimistischeren Einschätzungen. Fachverbandsobmann Michael Mrazek fordert daher bessere Rahmenbedingungen für

die Branche, darunter staatliche Konjunkturpakete für die Kreativ- und Medienwirtschaft.

Im Jahr 2023 betrugen die Bruttoausgaben für den österreichischen Werbemarkt rund 6,65 Milliarden Euro, was einem stabilen Anstieg von 2 Prozent entspricht. Printwerbung dominierte mit einem Anteil von knapp 38 Prozent, gefolgt von TV-Werbung mit 29 Prozent. Obwohl die klassischen Werbeträger jährlich an Bedeutung verlieren, zeigt der digitale Werbemarkt ansteigende Marktanteile. Die größten Werbeausgaben tätigte im Jahr 2023 die Supermarktkette Rewe mit 220 Millionen Euro.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die österreichische Werbewirtschaft vor gravierenden Herausforderungen steht, die sowohl von internen als auch von externen Faktoren beeinflusst werden. Ein Aufschwung scheint in naher Zukunft nicht wahrscheinlich, es sei denn, es werden die geforderten Maßnahmen zur Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit und zur Entlastung der Unternehmen umgesetzt.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Österreich
Quellen	• www.ots.at • www.wko.at • de.statista.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at