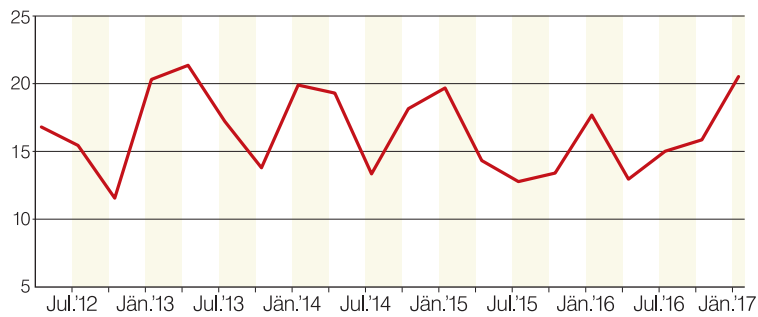


## Werbeklimaindex

**Erhebungszeitraum: inkl. Jänner 2017**

Beurteilung durch die Werbe- und Kommunikationsunternehmen

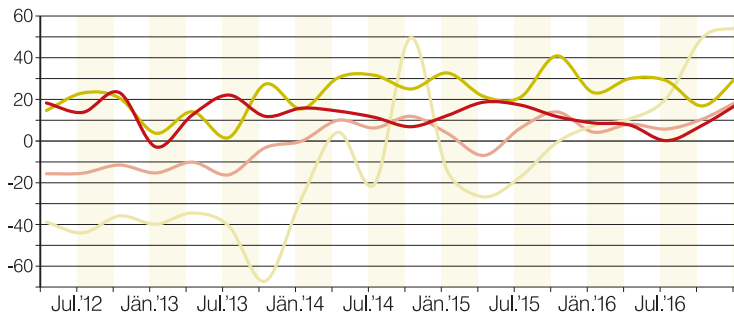


Angaben sind Salden aus dem Anteil positiver u. negativer Umfragewerte; Quelle: WKO, Fachverb. f. Werbung u. Marktkommunikation

## Nachfrage in den letzten 3 Monaten

**Österreich wieder im EU-Schnitt**

● Österreich ● EU ● Deutschland ● Italien



Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Survey, Ergebnisse für NACE 73 (Werbung u. Marktforschung)

Gespräche nichts fruchten, müsse man sich eventuell überlegen, weitere Aktivitäten zu setzen. Welche, das will Sery-Froschauer noch offen lassen.

”

*Nach der nicht sehr dynamischen Entwicklung 2012–2015 zeichnet sich eine etwas stärkere Expansion der Kommunikationswirtschaft ab.*

**Angelika Sery-Froschauer**

In Kraft treten soll die Maßnahme laut Regierungsvorlage mit 1. Jänner 2018; das dazugehörige Maßnahmenpaket des Finanzministers soll bis Ende Juni 2017 stehen.

### Werbeklima wird milder

Vorgestellt wurde anlässlich des Pressegesprächs auch der aktuelle Werbeklimaindex für den Jänner 2017. Die Ergebnisse: Im Jänner erreichte der Wifo-Werbeklimaindex einen Stand von +21 Punkten. Damit sind die positiven Konjunkturbeurteilungen durch die Werbe- und Kommunikationsunternehmen deutlich in der Überzahl gegenüber der negativen Einschätzungen. „Dieses Ergebnis zeichnet das Bild einer grundsätzlich expandierenden Branche“, erläuterte

Werner Hölzl vom Österreichischen Institut für Wirtschaftsforschung (Wifo).

Die österreichische Werbekonjunktur bleibt weiterhin stabil. Mit einem Stand von +29 Punkten zeichnet der Index der aktuellen Lagebeurteilungen, jene Komponente des Werbeklimaindex, der die rezente Entwicklung und den Ist-Stand in der Marktkommunikation zusammenfasst, ein durchaus positives Lagebild der österreichischen Werbewirtschaft: Die positiven Beurteilungen durch die Unternehmen überwiegen die negativen bei Weitem.

“

### „Noch Luft nach oben“

Mit diesem Ergebnis bewegt sich der Index der aktuellen Lagebeurteilungen, wie schon in den vergangenen sechs Jahren, in einem Band, das von etwa +20 Punkten bis zu etwa +30 Punkten reicht. „Hier gäbe es noch Luft nach oben“, so Hölzl in Anspielung darauf, dass dieser Index in der Werbewirtschaft zu Spitzenzeiten Werte

### Bergauf

Im Jänner erreichte der Wifo-Werbeklimaindex einen Stand von +21 Punkten. Damit sind die positiven Konjunkturbeurteilungen deutlich in der Überzahl; auch die Nachfrageerwartung steigt.

von +40 Punkten und darüber erreichen kann.

### „Rationaler Optimismus“

In den Erwartungen der Unternehmen für die Konjunkturerwartung im 1. Halbjahr 2017 spiegelt sich ein verstärkter Optimismus wider. Mit einem Stand von +12 Punkten liegt der Index der unternehmerischen Erwartungen spürbar über dem langjährigen Durchschnitt von +9 Punkten. In Österreich verbesserten sich sowohl die Nachfrageerwartung (Anstieg von +8 auf +19 Punkte) als auch die Geschäftslage in den kommenden sechs Monaten (Anstieg von +7 auf +10 Punkte). Der Konjunkturausblick in der österreichischen Kommunikationsbranche bleibt positiv.

In einer „rational-optimistischen Prognose“ könne man für Österreich sogar ein Wachstum der Werbewirtschaft über dem EU-Schnitt in Betracht ziehen, ergänzte Markus Deutsch, Geschäftsführer des Fachverbands Werbung und Marktkommunikation.

## Infobox

### Werbeabgabe

Die Werbeabgabe ist in Österreich per 1. Juni 2000 als Abgabe für Werbeleistungen in Printmedien in TV und Hörfunk sowie im Bereich der Außenwerbung in Kraft getreten. Drei Voraussetzungen sind erforderlich, damit eine Werbeabgabepflicht entsteht: Es muss eine Werbeleistung vorliegen, sie muss im Inland erbracht werden und sie muss entgeltlich sein.

### Steuergegenstand

Wird eine zum Empfang in Österreich bestimmte Werbeleistung im Hörfunk und Fernsehen vom Ausland aus verbreitet, dann gilt sie als im Inland erbracht.

### Bemessungsgrundlage

Die Bemessungsgrundlage der Werbeabgabe ist das umsatzsteuerrechtliche Entgelt, das dem Auftraggeber in Rechnung gestellt wird.

### Steuersatz

Die Abgabe beträgt fünf Prozent der Bemessungsgrundlage.

### Steuerbarer Vorgang

Als Werbeleistungen gelten: die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken, jene in Hörfunk und TV sowie die Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften. Nicht der Abgabe unterliegt – noch – die Werbung im Internet.