

# Gutes Werbejahr

Advertising & Media Business in Österreich:  
Die Erholung geht weiter, verliert aber an Fahrt.

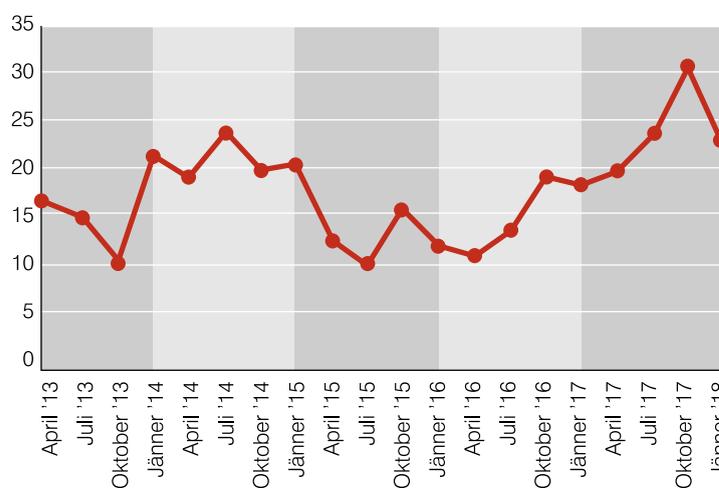
••• Von Chris Radda

WIEN. 2017 war das seit Langem beste Jahr für Österreichs Werbewirtschaft. Laut Focus-Werbabilanz betrug das Wachstum der klassischen Werbung gegenüber 2016 4,6%; das Below-The-Line-Geschäft wuchs gar um 11,1%, was eine Gesamtsteigerung von 2016 auf 2017 von 6,5% ergibt. Zieht man die vom Finanzministerium veröffentlichte Werbeabgabe als Hard-Facts-Vergleich heran, zeigt sich auch hier ein Wachstum um 2,4 Mio. €, was einem realen Zuwachs der zugrundeliegenden Werbeumsätze um 2,2% entspricht.

**Rahmenbedingungen stimmen**  
74% der von der WKO/Fachverband Werbung und Marktkommunikation im aktuellen Wifo-Werbeklima-Index (Jänner 2018) befragten Werbeagenturen gehen von einem zufriedenstellenden Auftragsbestand aus. Der von Wifo berechnete Werbeklima-Index erreichte im Jänner 2018 mit 23 Punkten einen etwas niedrigeren Wert als im Oktober 2017, bleibt aber klar im Wachstumsbereich. 17% der befragten

## Werbeklimaindex 2013–2018

Werte sind Salden aus dem Anteil positiver und negativer Umfragewerte



Quelle: WKO/Fachverband Werbung und Marktkommunikation

Agenturen wollen Mitarbeiter einstellen. Die Erholung hält an, ist aber nicht mehr so stürmisch wie im zweiten Halbjahr 2017. Das Wachstum der Werbeindustrie wird 2018 jenem der österreichischen Gesamtwirtschaft entsprechen und dürfte demnach mit rund 3% erwartet werden.

### Kreativ wächst leicht

Die 20 größten heimischen Kreativagenturen konnten im Jahr 2016 beim Umsatz zulegen. Die Gewinne befinden sich in etwa auf der Höhe von 2015. Insgesamt erwirtschafteten die Top 20-Agenturen laut medianet Bilanz-Analyse in Summe mehr als 213 Mio. € Gesamtumsatz bei einem kumulierten Vorsteuergewinn von rund 12,3 Mio. €; daraus errechnet sich eine Umsatzrentabilität von rund 5,77%.

Die großen Zehn erreichten in Summe an die 166 Mio. € Umsatz sowie einen Vorsteuergewinn von rund 10,7 Mio. €; die großen Zehn verbuchten demnach fast 87% der Gewinne der Top 20-Agenturen.

5,77%

### Umsatzrendite Big 20/Werber

Laut medianet-Bilanz-Analyse erwirtschafteten die Top 20-Agenturen in Summe mehr als 213 Mio. € Gesamtumsatz bei einem kumulierten Vorsteuergewinn von rund 12,3 Mio. €; daraus ergibt sich eine Umsatzrentabilität von rd. 5,77%.

Die zehn Bestverdiener der Kreativagenturen 2016 sind Wirz, DDFG, Wien Nord, PKP BBDO, Demmer, Merliceck & Bergmann, isobar, Jung von Matt, GGK Mullenlowe, Havas und Unique.

### Digital verdient ausgezeichnet

Die 15 größten Digitalagenturen erwirtschafteten in Summe einen Gesamtumsatz von 91,2 Mio. €. Der Gewinn stieg gegenüber dem Jahr 2015 stark an und betrug in Summe 9,3 Mio. €. Das ergibt eine Umsatzrentabilität von 10,2%. Damit zeigt sich, dass Digitalagenturen in Österreich fast doppelt so rentabel sind wie Kreativagenturen.

Die Top Fünf-Bestverdiener der Digitalagenturen sind ecx.io (eine Tochter des IBM-Konzerns), seso media group, elements.at, IO mobile und LimeSoda.

### Media-Agenturen

Die größten 15 heimischen Mediaagenturen erreichten laut medianet-Recherchen im Jahr 2016 einen kumulierten Bilanzumsatz von 875 Mio. € und erwirtschafteten einen Gewinn von rund 13 Mio. €. Davon entfiel auf die Top Fünf rund die Hälfte dieses Umsatzes und gut zwei Drittel des Gesamtgewinns in der Höhe von neun Mio. €. Mediaagenturen zeigen sich auch in den Bilanzen 2016 als das profitabelste und nachhaltigste Agentur-Geschäftsmodell.

Die drei Top-Verdiener 2016 sind MediaCom, knapp gefolgt von media.at und Media 1.

### PR-Agenturen

Österreichs PR-Industrie konnte laut medianet-Honorarumsatz-Ranking 2017 leichte Zugewinne gegenüber 2016 erzielen. Die 15 Top PR-Agenturen unseres Landes erzielten für 2017 einen Netto-Honorarumsatz von über 36,1 Mio. €. Das Spitzenquartett bestand aus Grayling, EuP Ecker

## Bruttowerbeausgaben

2017

Anteil nach Bereichen, gerundet

