



Sparte Information und Consulting
Konjunkturbericht I/2009

Werbung und Marktkommunikation



Diese Studie wurde im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich,
Sparte Information und Consulting durchgeführt.

Verfasserin des Berichts:
Karin Gavac

Internes Review/Begutachtung:
Walter Bornett

Layout:
Martina Gugerell

Die vorliegende Studie wurde nach allen Maßstäben der Sorgfalt erstellt.
Die KMU FORSCHUNG AUSTRIA übernimmt jedoch keine Haftung für Schäden oder
Folgeschäden, die auf diese Studie oder auf mögliche fehlerhafte Angaben zurück-
gehen.

Dieses Werk ist urheberrechtlich geschützt. Jede Art von Nachdruck, Vervielfältigung,
Verbreitung, Wiedergabe, Übersetzung oder Einspeicherung und Verwendung in
Datenverarbeitungssystemen, und sei es auch nur auszugsweise, ist nur mit aus-
drücklicher Zustimmung der KMU FORSCHUNG AUSTRIA gestattet.

Werbung und Marktkommunikation

Die Fachverbandsergebnisse nach Bundesländern und Betriebsgrößen sowie der Vergleich mit den Spartenergebnissen und den anderen Fachverbänden der Sparte sind dem Spartenbericht zu entnehmen. Differenziert nach Tätigkeitsschwerpunkt/Berufsgruppe werden die Daten ab 10 Betrieben angeführt¹, eine strukturelle Gewichtung kann hier nicht berücksichtigt werden. Die Ergebnisse werden jeweils für die Gesamtstichprobe der Branche als auch teilweise für Ein-Personen-Unternehmen (EPU)² gesondert dargestellt.

¹ Konnte ein Tätigkeitsschwerpunkt nicht separat ausgewertet werden (unter 10 Betrieben) fließen die Angaben dieser Betriebe in die Spalte „Sonstige Tätigkeiten“ ein.

² Unter Ein-Personen-Unternehmen (EPU) versteht sich jede selbstständige, dauerhaft auf den Markt ausgerichtete Tätigkeit, auf Voll- oder Teilzeitbasis mit jährlichen Einkünften über dem Schwellenwert der GSVG-Pflichtversicherung, die von einem/einer einzigen UnternehmerIn ohne dauerhaft angestellte MitarbeiterInnen betrieben wird. (Quelle: Mandl, I./Dörflinger, C./Gavac, K./Hölzl, K./Kremser, S./Pecher, I. (2008): Ein-Personen-Unternehmen in Österreich. Endbericht. Wien)



	Branchen- gesamt- durchschnitt ¹	Klassische Werbe- agentur ²	Grafikdesign ²	PR/Event- beratung ²	Außen- werbung ²	Markt- forschung ²	Sonstige Tätigkeiten ²
Anzahl der Betriebe und Beschäftigten in der Stichprobe							
Unternehmen gesamt	341	86	83	43	13	14	102
Ein-Personen-Unternehmen (EPU)	89	14	39	5	3	3	25
Beschäftigte gesamt	2.103	446	157	199	231	421	649
Entwicklung 2008							
Entwicklung des Umsatzes , Veränderung zu 2007 in %							
Umsatz gesamt	5,0	3,6	9,4	13,1	2,2	1,4	10,8
Umsatz EPU	2,9	7,9	9,1				1,7
Umsatzanteile nach Kundengruppen (Stichprobe gesamt) in %							
Privatkunden	4,8	5,4	7,1	4,2	15,0	2,9	8,3
Gewerbliche/Geschäftskunden	85,2	83,9	81,0	82,5	81,7	79,0	83,8
Öffentl. Auftraggeber	10,0	10,7	12,0	13,2	3,3	18,1	7,9
Entwicklung der Preise , Veränderung zu 2007 in %							
Preise gesamt	1,6	1,4	1,7	2,5	0,5	1,7	2,1
Preise EPU	1,5	2,0	2,7				1,1

k. W.: keine Werte nach Unternehmenstätigkeit verfügbar

¹ gewichteter Wert

² ungewichteter Wert: Die Werte der Unternehmen mit den verschiedenen Tätigkeitsschwerpunkten sind direkt miteinander vergleichbar. Ein Vergleich mit dem gewichteten Gesamtdurchschnitt ist nur bedingt möglich.

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA



	Branchen- gesamt- durchschnitt ¹	Klassische Werbe- agentur ²	Grafikdesign ²	PR/Event- beratung ²	Außen- werbung ²	Markt- forschung ²	Sonstige Tätigkeiten ²
Exportquote, in % des Umsatzes							
Exporte gesamt	11,9	12,4	6,5	12,2	6,3	7,2	14,4
Exporte EPU	7,4	8,2	7,6				5,3
Investitionsquote, in % des Umsatzes							
Investitionen gesamt	8,4	8,1	16,7	5,5	11,2	3,7	9,8
Investitionen EPU	12,3	18,1	21,6	11,8	9,2	3,0	8,3
Ausbildungskosten, in % des Umsatzes							
Ausbildungskosten gesamt	0,5	0,5	0,9	0,5	0,7	0,4	0,8
Ausbildungskosten EPU	0,5	1,1	0,3				1,0
Aktuelle Situation (I. Quartal 2009) und Erwartungen 2009							
Beurteilung der Auftragslage März/April 2009							
1 = sehr gut, 2 = gut, 3 = eher gut, 4 = eher schlecht, 5 = schlecht, 6 = sehr schlecht							
Auftragslage gesamt	2,7	2,6	2,7	2,7	3,1	2,6	2,8
Auftragslage EPU	2,9	3,2	2,9			1,0	3,0

k. W.: keine Werte nach Unternehmenstätigkeit verfügbar

¹ gewichteter Wert

² ungewichteter Wert: Die Werte der Unternehmen mit den verschiedenen Tätigkeitsschwerpunkten sind direkt miteinander vergleichbar. Ein Vergleich mit dem gewichteten Gesamtdurchschnitt ist nur bedingt möglich.

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA



	Branchen- gesamt- durchschnitt ¹	Klassische Werbe- agentur ²	Grafikdesign ²	PR/Event- beratung ²	Außen- werbung ²	Markt- forschung ²	Sonstige Tätigkeiten ²
Umsatzentwicklung I. Halbjahr 2009							
Erwartete Veränderung gegenüber I. Halbjahr 2008 in %							
Insgesamt ³	-3,7	0,2	2,2	-2,3	-3,0	-1,5	-1,8
Insgesamt EPU	-4,9	4,2	-1,5				5,0
Privatkunden ³	0,5	0,5	2,2	-0,7	1,1	1,7	0,7
Gewerbliche/Geschäftskunden ³	-0,1	5,8	1,6	-2,6	-3,3	0,8	3,3
Öffentliche Auftraggeber ³	-1,9	1,0	0,4	0,9	-2,6	4,0	2,2
Geplante Veränderung des derzeitigen Beschäftigtenstands 2009 in % (Basis: Vollzeitäquivalente)							
Personalplanung	-0,1	3,7	6,3	6,7	3,6	1,3	7,6
Investitionsplanung 2009							
geplante Veränderung zu 2008 in %							
Investitionsplanung	1,4	5,2	-2,8	-2,3	-20,5	8,2	7,8
Investitionsplanung EPU	-1,2	2,0	-4,0				-0,7

k. W.: keine Werte nach Unternehmenstätigkeit verfügbar

¹ gewichteter Wert

² ungewichteter Wert: Die Werte der Unternehmen mit den verschiedenen Tätigkeitsschwerpunkten sind direkt miteinander vergleichbar. Ein Vergleich mit dem gewichteten Gesamtdurchschnitt ist nur bedingt möglich.

³ Bei der erwarteten Umsatzentwicklung für das I. Halbjahr 2009 ist der Wert insgesamt mit den Werten nach Kundengruppen nur bedingt vergleichbar, da nicht alle Betriebe in der Stichprobe Umsätze mit allen Kundengruppen lukrieren.

Quelle: KMU FORSCHUNG AUSTRIA

