



**Werbung · Marktkommunikation**

# Zahlen Daten Fakten

Werbung und  
Marktkommunikation  
Branchendaten  
Mai 2009




## Der Fachverband stellt sich vor Wir kennen unsere Stärken

Der Fachverband Werbung und Marktkommunikation ist die Interessenvertretung der österreichischen Werbe- und Kommunikationsbranche. Die Vielfalt der Branche mit seinen mehr als 24.000 Mitgliedsunternehmen spiegelt sich in der Zusammensetzung des Fachverbandes mit seinen 14 Berufsgruppen wider:

Die Führung der Aufzeichnungen über den Stand der Mitglieder fällt in die Kompetenz der einzelnen Wirtschaftskammern der Bundesländer. Der Österreich-Wert ergibt sich aus der Summe der Bundesländerstatistiken. Die Zahl der Kammermitglieder ist daher nicht mit der Zahl der bestehenden Unternehmen gleichzusetzen, da ein Unternehmen gleichzeitig in mehreren Bundesländern Mitglied sein kann. Für ein Kammermitglied wiederum kann eine Mitgliedschaft in mehreren Sparten, Fachorganisationen und Berufsgruppen bestehen.

Folgende Ebenen der Mehrfachmitgliedschaften können unterschieden werden: Regionale Mehrfachmitgliedschaften auf der Ebene der Kammermitglieder: Ein Unternehmen ist in einem bestimmten Bundesland Kammermitglied, wenn in diesem Bundesland eine Gewerbeberechtigung zuerkannt wurde. Daraus folgt, dass Unternehmen, die in mehreren Bundesländern Berechtigungen besitzen, auch in mehreren Bundesländern als Kammermitglieder geführt werden.


### Berufsgruppen-Mitglieder 2008 - Ö

Berufsgruppen - Österreichsummen* 2008		Werbung und Marktkommunikation 		
Fachgruppe	Berufsgruppe	Aktiv	Ruhend	Insgesamt
703 -Werbung und Marktkommunikation	Summe <sup>1</sup>	19.688	4.370	24.058
703 -Werbung und Marktkommunikation	01-Werbeagentur	9.024	1.506	10.530
703 -Werbung und Marktkommunikation	02-Werbearchitekt	1.095	320	1.415
703 -Werbung und Marktkommunikation	03-Werbegraphik-Designer	3.505	962	4.467
703 -Werbung und Marktkommunikation	04-Ankündigungsunternehmen	1.053	202	1.255
703 -Werbung und Marktkommunikation	05-Werbemittelverteiler	929	100	1.029
703 -Werbung und Marktkommunikation	06-Public Relations-Berater	1.908	675	2.583
703 -Werbung und Marktkommunikation	07-Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	406	90	496
703 -Werbung und Marktkommunikation	08-Markt- und Meinungsforschung	750	205	955
703 -Werbung und Marktkommunikation	09-Werbetexter	147	63	210
703 -Werbung und Marktkommunikation	10-Werbungsvertreter	332	167	499
703 -Werbung und Marktkommunikation	11-Werbemittelhersteller	156	34	190
703 -Werbung und Marktkommunikation	12-Event-Marketer	167	21	188
703 -Werbung und Marktkommunikation	13-Multimedia-Agentur	193	21	214
703 -Werbung und Marktkommunikation	14-Sponsoring-Agentur	23	4	27
<small><sup>1</sup> Die Berufsgruppen der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation folgen seit Ende 2007 österreichweit einer einheitlichen Systematik. Dadurch ist es möglich Österreichsummen zu bilden. Aufgrund der fachlichen und regionalen Mehrfachzählung sind sowohl Bundesländersummen als auch die Österreichsummen stets höher als die entsprechenden Summen auf Fachgruppenebene.</small>				
<small>Quelle: WKO; Stand: 31.12.2008</small>				

## Neugründungen

Mit einem Zuwachs von 5,3% im Jahr 2008 liegt der Fachverband Werbung und Marktkommunikation an 4. Stelle bei den Neugründungen innerhalb der gesamten Wirtschaftskammerorganisation. Die Neugründungen innerhalb der Berufsgruppen im Fachverband führen die Werbeagenturen an.


### Neugründungen nach Berufsgruppen 2008

Neugründungen 2008		Werbung und Marktkommunikation 
	<b>Fachgruppe</b>	<b>Neugründungen 2008<sup>1</sup></b>
703	Werbung und Marktkommunikation	1.879
	<b>Berufsgruppe</b>	<b>Neugründungen 2008<sup>1</sup></b>
01	Werbeagentur	687
02	Werbearchitekt	83
03	Werbegraphik-Designer	432
04	Ankündigungsunternehmen	127
05	Werbemittelverteiler	242
06	Public Relations-Berater	156
07	Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	18
08	Markt- und Meinungsforschung	57
09	Werbetexter	14
10	Werbungsvertreter	33
11	Werbemittelhersteller	7
12	Event-Marketer	39
13	Multimedia-Agentur	40
14	Sponsoring-Agentur	4
80	Sonstiges	2
	<b>Summe</b>	<b>1.941</b>
<p><sup>1</sup> Kammermitglieder, die (zum Zeitpunkt der Auswertung) über Gewerbeberechtigungen verfügen, die in mehr als eine Fachgruppe bzw Berufsgruppe fallen, werden in allen betroffenen Fachgruppen bzw Berufsgruppen mitgezählt. Damit ist auch die Zahl der Berufsgruppenmitgliedschaften iA höher als der Fachgruppenwert.</p> <p>Daten 2008 vorläufig und unbereinigt (dh Nachhaltigkeit der Gründung nur zT berücksichtigt)</p> <p>Quelle: WKO Gründungsstatistik</p>		

## Ein-Personen-Unternehmen

Als Ein-Personen-Unternehmen (EPU) gelten laut Definition der EPU-Plattform Unternehmen ohne unselbständig Beschäftigte der gewerblichen Wirtschaft mit Orientierung am Markt, Ausrichtung der Tätigkeit auf Dauer und ohne Mitunternehmertum, dh im Wesentlichen nur Einzelunternehmen und GmbH. Grundlage der EPU-Auswertung bilden die WKO Mitgliederdaten. Da die Mitgliederdaten keine Informationen über die Zahl der unselbständig Beschäftigten der Unternehmen liefern, wurden die Mitgliederdaten mit Beschäftigungsinformationen der Statistik Austria auf Unternehmensebene gematcht. Als EPU werden jene Unternehmen der Rechtsformen Einzelunternehmen und GmbH erfasst, die im Dezember 2008 keine Arbeitnehmer beschäftigten (auch keine geringfügig Beschäftigten). Aufgrund der Wahl der Datenbasis werden nicht nur Unternehmen erfasst, deren wirtschaftlicher Schwerpunkt innerhalb des Wirtschaftskammerbereichs liegt sondern auch jene, die eine Mitgliedschaft in der WKO besitzen, jedoch überwiegend in ‚nicht Kammer‘-Bereichen tätig sind (z.B. Architekt mit einer Berechtigung für den Bereich „Technische Büro - Ingenieurbüros“). Auch hier werden alle Mitgliedschaften eines Unternehmens erfasst (sowohl regionale als auch fachliche Mehrfachmitgliedschaften).


## Ein-Personen-Unternehmen 2008

Ein-Personen-Unternehmen (EPU) 2008		Werbung und Marktkommunikation 		
	Fachgruppe	Anzahl EPU 2008 <sup>1</sup>	Anzahl Mitglieder gesamt 2008 <sup>2</sup>	EPU-Anteil in %
703	Werbung und Marktkommunikation	11.497	18.192	63,2
	Berufsgruppe	Anzahl EPU 2008 <sup>1</sup>	Anzahl Mitglieder gesamt 2008 <sup>2</sup>	EPU-Anteil in %
01	Werbeagentur	4.571	9.007	50,7
02	Werbearchitekt	699	1.095	63,8
03	Werbegraphik-Designer	2.700	3.505	77,0
04	Ankündigungsunternehmen	636	1.053	60,4
05	Werbemittelverteiler	841	929	90,5
06	Public Relations-Berater	1.319	1.908	69,1
07	Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	185	406	45,6
08	Markt- und Meinungsforschung	480	750	64,0
09	Werbetexter	120	147	81,6
10	Werbungsvertreter	257	332	77,4
11	Werbemittelhersteller	70	156	44,9
12	Event-Marketer	111	167	66,5
13	Multimedia-Agentur	137	193	71,0
14	Sponsoring-Agentur	16	23	69,6
80	Sonstiges	8	17	47,1
	<b>Summe</b>	<b>12.150</b>	<b>19.688</b>	
<sup>1</sup> EPU: EinzelunternehmerInnen und GmbH der gewerblichen Wirtschaft ohne unselbständig Beschäftigte (auch ohne geringfügig Beschäftigte) Aufgrund dieser Definition werden auch Holdings, Konzerntöchter und Komplementäre von GmbH & Co KG erfasst, wenn sie keine eigenen unselbständig Beschäftigten haben.				
<sup>2</sup> Aktive Fachgruppenmitglieder lt Mitgliederstatistik vom Dezember 2008				
Quelle: WKO; Stand Dezember 2008				

## Beschäftigungsdaten

Ziel der WKO Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik ist die Abbildung der gewerblichen Wirtschaft als Arbeitgeber. Die Abgrenzung der gewerblichen Wirtschaft von der Rest-Ökonomie und damit die Entscheidung über die Einbeziehung in die Beschäftigungsstatistik erfolgt nicht für den einzelnen Beschäftigten, sondern grundsätzlich auf Unternehmensebene. Das bedeutet, dass bei breiter gefächerten Tätigkeiten das Unternehmen und dessen Beschäftigte demjenigen Wirtschaftszweig zugeordnet werden, der seiner wichtigsten Tätigkeit entspricht (im Gegensatz zur Mehrfachzählung z.B. im Rahmen der Mitgliederstatistik). Ebenso bedeutet es für Unternehmen, die zwar eine Mitgliedschaft in der Wirtschaftskammer besitzen, jedoch überwiegend in ‚nicht Kammer‘-Bereichen tätig sind, dass sie hier nicht erfasst werden. Durch die Schwerpunkt klassifizierung der Mitglied- Unternehmen, die der Fachverband Werbung und Marktkommunikation gemeinsam mit allen Landes-Fachgruppen durchführte, konnten die Grenzen des Fachverbands schärfer gezogen werden, wodurch es bei den Beschäftigtendaten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik für 2008 kommt. Bei der regionalen Auswertung nach Bundesländern wird ein Unternehmen und damit dessen Beschäftigte nur demjenigen Bundesland zugewiesen, in dem sich sein Unternehmenssitz befindet - unabhängig von Standorten in anderen Bundesländern. Abgebildet werden unselbständig Beschäftigte (Beschäftigungsverhältnisse) inklusive der geringfügig Beschäftigten


## Unselbständig Beschäftigte 2008

Unselbständig Beschäftigte 2008		Werbung und Marktkommunikation 			
Berufsgruppe	Unselbständig Beschäftigte 2008 <sup>1</sup>	davon			
		Angestellte	ArbeiterInnen	Lehrlinge	
01 Werbeagentur	13.042	11.619	1.157	266	
02 Werbearchitekt	907	540	351	17	
03 Werbegraphik-Designer	1.193	1.006	157	31	
04 Ankündigungsunternehmen	1.146	867	257	22	
05 Werbemittelverteiler	461	184	277	0	
06 Public Relations-Berater	1.282	1.155	114	13	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	1.863	1.546	294	23	
08 Markt- und Meinungsforschung	1.503	1.457	33	13	
09 Werbetexter	12	12	1	0	
10 Werbungsvertreter	65	61	4	0	
11 Werbemittelhersteller	169	84	78	7	
12 Event-Marketer	86	62	22	2	
13 Multimedia-Agentur	93	86	2	5	
14 Sponsoring-Agentur	5	5	0	0	
80 Sonstiges	19	16	3	0	
<b>Summe</b>	<b>21.845</b>	<b>18.699</b>	<b>2.748</b>	<b>398</b>	
<sup>1</sup> Beschäftigungsverhältnisse (inkl geringfügig Beschäftigte)					
Die Zuordnung der Unternehmen zum Fachverband bzw zu den Berufsgruppen erfolgt auf Basis des Tätigkeitsschwerpunkts. Durch die Schwerpunkt klassifizierung der Mitglied- Unternehmen, die der Fachverband Werbung und Marktkommunikation gemeinsam mit allen Landes-Fachgruppen durchführte, konnten die Grenzen des Fachverbands schärfer gezogen werden, wodurch es bei den Beschäftigtendaten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik für 2008 kommt.					
Quelle: WKO; Jahreswerte 2008 (12 Monatsdurchschnitt)					

## Umsatzerlöse und Bruttowertschöpfung

Die Sonderauswertung der Leistungs- und Strukturstatistik (LSE) in der Kammersystematik von Statistik Austria liefert Informationen zur Höhe der Umsatzerlöse sowie der Bruttowertschöpfung (BWS) für den Fachverband Werbung und Marktkommunikation. Auf Basis von Einzeldaten, d.h. Umsatz- und Bruttowertschöpfungsinformationen einzelner Unternehmen, sowie der Schwerpunktzuordnung der Unternehmen zu einer Berufsgruppe, können aussagekräftige Daten über Umsatz und Bruttowertschöpfung auch für die verschiedenen Berufsgruppen berechnet werden. Das Merkmal Umsatz ist für alle Unternehmen aus der LSE (Stichprobe und Sekundärdaten) verfügbar, die Bruttowertschöpfung steht für jene Unternehmen aus der Stichprobe der LSE zur Verfügung. Aufgrund der Konzeption der Stichprobe (Konzentrationsstichprobe) decken diese Unternehmen über 70% der gesamten Wertschöpfung in diesem Bereich ab. Bei den restlichen Unternehmen, für die keine primär erhobenen Daten vorliegen, werden für die Schätzung der Bruttowertschöpfung BWS/Umsatz Verhältnis-Schätzer herangezogen.

## Umsatzerlöse

Umsatzerlöse 2006 nach Bundesländern		Werbung und Marktkommunikation 								
		Umsatzerlöse 2006 in 1.000 EUR								
Berufsgruppe	B	K	NÖ	OÖ	S	St	T	V	W	
01 Werbeagentur	13.730	62.761	240.918	272.486	213.888	214.016	119.299	119.094	2.253.513	
02 Werbearchitekt	1.529	3.282	19.977	13.955	9.436	8.957	9.721	6.568	58.023	
03 Werbegraphik-Designer	5.545	4.908	18.721	22.251	6.555	10.164	26.016	10.206	61.913	
04 Ankündigungsunternehmen	593	1.972	10.393	9.029	14.014	51.245	5.731	741	197.143	
05 Werbemittelverteiler	G	G	6.205	12.265	G	8.696	G	G	55.453	
06 Public Relations-Berater	2.751	4.075	18.466	21.963	12.959	7.388	5.075	2.785	140.207	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.	G	4.688	82.013	13.462	7.961	9.529	G	7.401	73.042	
08 Markt- und Meinungsforschung	523	1.016	14.695	21.280	1.467	2.234	3.360	155	151.169	
09 Werbetexter	G	G	G	539	470	0	G	0	2.950	
10 Werbungsvertreter	84	2.417	2.439	2.317	181	386	563	503	4.374	
11 Werbemittelhersteller	3.032	G	3.709	4.556	G	843	0	1.458	5.077	
12 Event-Marketer	G	G	0	G	G	2.598	0	G	G	
13 Multimedia-Agentur	0	0	G	G	2.195	434	0	0	2.426	
14 Sponsoring-Agentur	0	G	0	G	0	0	0	0	G	
80 Sonstiges	0	0	2.655	0	0	0	0	1.357	0	
ohne Berufsgruppenzuordnung	956	1.257	7.751	4.282	3.674	2.528	3.243	1.941	18.148	
<b>Summe</b>	<b>28.907</b>	<b>86.774</b>	<b>428.831</b>	<b>398.635</b>	<b>274.317</b>	<b>319.018</b>	<b>183.393</b>	<b>158.055</b>	<b>3.025.253</b>	

Die Zuordnung der Unternehmen zum Fachverband bzw zu den Berufsgruppen erfolgt auf Basis des Tätigkeitsschwerpunkts.  
Durch die Schwerpunkt klassifizierung der Mitglied-Unternehmen, die der Fachverband Werbung und Marktkommunikation gemeinsam mit allen Landes-Fachgruppen durchführte, konnten die Grenzen des Fachverbands schärfer gezogen werden, wodurch es bei den Umsatzdaten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Leistungs- und Strukturstatistik in der Kammersystematik für 2006 kommt.  
Regionale Auswertung: Die gesamten Umsatzerlöse eines Unternehmens werden dem Bundesland zugeordnet, in dem das Unternehmen seinen Sitz hat, unabhängig von Standorten in anderen Bundesländern.


G: Daten, die weniger als drei Unternehmen betreffen, werden aufgrund der Geheimhaltungsbestimmungen unterdrückt und durch ein "G" ersetzt.

Quelle: Statistik Austria, Leistungs- und Strukturdaten 2006; eigene Berechnungen

Die Umsatzerlöse beinhalten die Summe der im Unternehmen während des Berichtszeitraumes für die gewöhnliche Geschäftstätigkeit in Rechnung gestellten Beträge (ohne Umsatzsteuer), die dem Verkauf und/oder der Nutzungsüberlassung von Erzeugnissen und Waren bzw. gegenüber Dritten erbrachten Dienstleistungen nach Abzug der Erlösschmälerungen (Skonti, Kundenrabatte, sonstigen Preisnachlässen) entsprechen - unabhängig vom Zahlungseingang (maßgeblich war der Verkaufsabschluss bzw. die Auslieferung der Ware oder die Erbringung der Dienstleistung).

Ausgenommen hiervon waren die Einnahmen- Ausgaben-Rechner, bei denen der Zeitpunkt des Zahlungseinganges maßgeblich war. In die Umsatzerlöse (Einnahmen) eingeschlossen sind alle Steuern (mit Ausnahme der Umsatzsteuer) und Abgaben, die auf den vom Unternehmen in Rechnung gestellten Waren und Dienstleistungen liegen (z.B. NoVA, Mineralöl-, Tabaksteuer oder Fremdenverkehrsabgabe) sowie alle anderen Aufwendungen (Transport, Porto, Verpackung usw.), die den Kunden berechnet wurden, selbst wenn diese getrennt in Rechnung gestellt wurden. Der Wert der zurück-erstatteten Verpackung war nicht einzubeziehen. Eigenverbrauch war wie Verkauf zu behandeln.

## Bruttowertschöpfung

Bruttowertschöpfung 2006 nach Bundesländern		Werbung und Marktkommunikation 								
		Bruttowertschöpfung 2006 in 1.000 EUR								
Berufsgruppe	B	K	NÖ	OÖ	S	St	T	V	W	
01 Werbeagentur	2.799	15.487	102.335	71.297	68.979	61.401	34.251	36.636	408.128	
02 Werbearchitekt	318	693	5.339	4.320	2.237	1.752	1.437	1.795	20.157	
03 Werbegraphik-Designer	1.806	1.105	4.256	5.789	1.556	2.756	9.554	3.200	16.610	
04 Ankündigungsunternehmen	123	416	2.432	2.232	6.155	15.931	2.473	184	51.182	
05 Werbemittelverteiler	G	G	2.083	2.390	G	3.667	G	G	15.685	
06 Public Relations-Berater	961	2.413	6.517	9.411	4.739	2.984	2.079	1.120	56.147	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.	G	2.724	44.522	4.055	3.455	3.720	G	2.741	26.811	
08 Markt- und Meinungsforschung	209	420	7.101	7.917	551	932	2.154	69	53.888	
09 Werbetexter	G	G	G	154	98	0	G	0	640	
10 Werbungsvertreter	19	475	899	307	38	85	117	104	1.372	
11 Werbemittelhersteller	209	G	911	802	G	188	0	362	1.172	
12 Event-Marketer	G	G	0	G	G	463	0	G	G	
13 Multimedia-Agentur	0	0	G	G	1.035	123	0	0	1.042	
14 Sponsoring-Agentur	0	G	0	G	0	0	0	0	G	
80 Sonstiges	0	0	958	0	0	0	0	358	0	
ohne Berufsgruppenzuordnung	275	294	2.110	1.049	988	598	997	502	5.231	
<b>Summe</b>	<b>6.755</b>	<b>24.112</b>	<b>179.648</b>	<b>109.774</b>	<b>90.649</b>	<b>94.598</b>	<b>56.510</b>	<b>47.176</b>	<b>658.567</b>	

Die Zuordnung der Unternehmen zum Fachverband bzw zu den Berufsgruppen erfolgt auf Basis des Tätigkeitsschwerpunkts. Durch die Schwerpunkt klassifizierung der Mitglied-Unternehmen, die der Fachverband Werbung und Marktkommunikation gemeinsam mit allen Landes-Fachgruppen durchführte, konnten die Grenzen des Fachverbands schärfer gezogen werden, wodurch es bei den Bruttowertschöpfungsdaten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Leistungs- und Strukturstatistik in der Kammerstatistik für 2006 kommt.


Regionale Auswertung: Die gesamte Bruttowertschöpfung eines Unternehmens wird dem Bundesland zugeordnet, in dem das Unternehmen seinen Sitz hat, unabhängig von Standorten in anderen Bundesländern.

G: Daten, die weniger als drei Unternehmen betreffen, werden aufgrund der Geheimhaltungsbestimmungen unterdrückt und durch ein "G" ersetzt.

Quelle: Statistik Austria, Leistungs- und Strukturdaten 2006; eigene Berechnungen

## Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten

Als Hauptziel jeder wirtschaftsstatistischen Erhebung ist die Errechnung sinnvoll summierbarer Leistungsgrößen anzusehen, die u.a. die Feststellung der Beiträge der einzelnen Wirtschaftszweige zum Produktionswert sowie zum Bruttoinlandsprodukt ermöglichen. Als solche kommen die Umsatzerlöse eines Unternehmens nicht in Frage, da sie Vorleistungen anderer Unternehmen enthalten und durch Summierung der Erlöse Doppel- bzw. Mehrfachzahlungen verursachen würden. Da jedoch bei der Erhebung auf die buchhalterischen Aufzeichnungen der Unternehmen Rücksicht genommen werden musste, wurde zunächst von den Größen ausgegangen, die den Respondenten bekannt waren, wie den Umsatzerlösen, den Aufwendungen sowie den Lagerbeständen. Ein grobes Schema, wie ausgehend von den Erlösen (ohne Umsatzsteuer) die Unternehmensleistungen ermittelt werden, lautet: Umsatz-erlöse minus Vorleistungen = Leistung des Unternehmens. Durch Addition der Subventionen und durch Subtraktion der Steuern und Abgaben ergibt sich die Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten.

Umsatzerlöse und Bruttowertschöpfung 2006		Werbung und Marktkommunikation 			
Berufsgruppe	Umsatzerlöse 2006		Bruttowertschöpfung 2006		
	in 1.000 EUR	Anteil in %	in 1.000 EUR	Anteil in %	
01 Werbeagentur	3.509.705	71,6	801.313	63,2	
02 Werbearchitekt	131.448	2,7	38.048	3,0	
03 Werbegraphik-Designer	166.279	3,4	46.631	3,7	
04 Ankündigungsunternehmen	290.861	5,9	81.128	6,4	
05 Werbemittelverteiler	94.830	1,9	25.780	2,0	
06 Public Relations-Berater	215.669	4,4	86.370	6,8	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	202.756	4,1	90.016	7,1	
08 Markt- und Meinungsforschung	195.899	4,0	73.243	5,8	
09 Werbetexter	5.020	0,1	1.113	0,1	
10 Werbungsvertreter	13.264	0,3	3.415	0,3	
11 Werbemittelhersteller	19.647	0,4	4.086	0,3	
12 Event-Marketer	4.103	0,1	910	0,1	
13 Multimedia-Agentur	5.166	0,1	2.222	0,2	
14 Sponsoring-Agentur	744	0,0	154	0,0	
80 Sonstiges	4.012	0,1	1.316	0,1	
ohne Berufsgruppenzuordnung	43.780	0,9	12.043	0,9	
<b>Summe</b>	<b>4.903.183</b>	<b>100,0</b>	<b>1.267.790</b>	<b>100,0</b>	

Die Zuordnung der Unternehmen zum Fachverband bzw zu den Berufsgruppen erfolgt auf Basis des Tätigkeitsschwerpunkts. Durch die Schwerpunktklassifizierung der Mitglied-Unternehmen, die der Fachverband Werbung und Marktkommunikation gemeinsam mit allen Landes-Fachgruppen durchführte, konnten die Grenzen des Fachverbands schärfer gezogen werden, wodurch es bei den Umsatz- und Bruttowertschöpfungsdaten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Leistungs- und Strukturstatistik in der Kammersystematik für 2006 kommt.

Quelle: Statistik Austria, Leistungs- und Strukturdaten 2006; eigene Berechnungen

## Werbeaufwand

In der gesamten Branche wurde 2008 ein Zuwachs verzeichnet. Den stärksten Zuwachs verzeichnete der Online-Bereich.

