



**Sparte Information und Consulting**  
**Konjunkturbericht I/2010**

**Werbung und Marktkommunikation**



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

**Verfasserin des Berichts:**

Karin Gavac  
Alexandra Müllner

**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 angeführt<sup>1</sup>, 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)<sup>2</sup> gesondert dargestellt.

---

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

<sup>2</sup> 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 <sup>1</sup>	Klassische Werbe- agentur <sup>2</sup>	Grafikdesign <sup>2</sup>	PR/Event- beratung <sup>2</sup>	Außen- werbung <sup>2</sup>	Markt- forschung <sup>2</sup>	Sonstige Tätigkeiten <sup>2</sup>
<b>Anzahl der Betriebe und Beschäftigten in der Stichprobe</b>							
Unternehmen gesamt	303	78	64	43	16	15	87
Ein-Personen-Unternehmen (EPU)	141	33	45	19	2	6	36
Beschäftigte gesamt	2067	435	126	197	132	273	904
<b>Entwicklung 2009</b>							
Entwicklung des <b>Umsatzes</b> , Veränderung zu 2008 in %							
Umsatz gesamt	-3,0	1,4	5,8	4,7	-4,0	-12,7	-0,5
Umsatz EPU	-1,2	2,6	5,2	3,3			2,9
<b>Umsatzanteile</b> nach Kundengruppen (Stichprobe gesamt) in %							
Privatkunden	11,0	7,4	8,0	8,7	3,9	8,9	10,3
Gewerbliche/Geschäftskunden	77,8	81,3	81,9	69,6	93,9	67,4	77,6
Öffentl. Auftraggeber	11,2	11,2	10,1	21,7	2,3	23,7	12,1
Entwicklung der <b>Preise</b> , Veränderung zu 2008 in %							
Preise gesamt	0,0	0,3	1,3	0,1	0,3	-1,4	0,3
Preise EPU	-0,5	-1,2	1,2	-0,2			1,0

k. W.: keine Werte nach Unternehmenstätigkeit verfügbar

<sup>1</sup> gewichteter Wert

<sup>2</sup> 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 <sup>1</sup>	Klassische Werbe- agentur <sup>2</sup>	Grafikdesign <sup>2</sup>	PR/Event- beratung <sup>2</sup>	Außen- werbung <sup>2</sup>	Markt- forschung <sup>2</sup>	Sonstige Tätigkeiten <sup>2</sup>
<b>Exportquote, in % des Umsatzes</b>							
Exporte gesamt	12,0	9,7	8,4	8,9	8,9	8,3	12,0
Exporte EPU	7,0	6,4	9,1	5,6			9,0
<b>Investitionsquote, in % des Umsatzes</b>							
Investitionen gesamt	6,6	6,8	14,6	7,5	6,0	4,4	13,3
Investitionen EPU	11,5	9,8	17,1	13,0			20,9
<b>Ausbildungskosten, in % des Umsatzes</b>							
Ausbildungskosten gesamt	1,9	1,5	3,2	1,1	0,4	2,2	1,8
Ausbildungskosten EPU	5,2	2,9	4,4	1,7			4,1
<b>Aktuelle Situation (I. Quartal 2010) und Erwartungen 2010</b>							
Beurteilung der <b>Auftragslage</b> März/April 2010							
1 = sehr gut, 2 = (eher) gut, 3 = befriedigend, 4 = (eher) schlecht, 5 = sehr schlecht							
Auftragslage gesamt	2,8	2,6	2,6	2,5	2,7	2,7	2,7
Auftragslage EPU	2,8	2,8	2,7	2,7			2,7

k. W.: keine Werte nach Unternehmenstätigkeit verfügbar

<sup>1</sup> gewichteter Wert

<sup>2</sup> 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 <sup>1</sup>	Klassische Werbe- agentur <sup>2</sup>	Grafikdesign <sup>2</sup>	PR/Event- beratung <sup>2</sup>	Außen- werbung <sup>2</sup>	Markt- forschung <sup>2</sup>	Sonstige Tätigkeiten <sup>2</sup>
<b>Umsatzentwicklung I. Halbjahr 2010</b>							
Erwartete Veränderung gegenüber I. Halbjahr 2009 in %							
Insgesamt <sup>3</sup>	5,1	1,8	3,0	7,8	1,3	9,2	6,1
Insgesamt EPU	3,4	1,8	2,6	7,9			6,9
Privatkunden <sup>3</sup>	1,0	-0,6	3,8	1,4	0,0	0,0	2,1
Gewerbliche/Geschäftskunden <sup>3</sup>	4,4	1,4	2,4	6,7	2,3	6,4	4,3
Öffentliche Auftraggeber <sup>3</sup>	0,2	-1,0	0,1	0,5	0,0	3,3	0,2
Geplante Veränderung des derzeitigen <b>Beschäftigtenstands</b> 2010 in % (Basis: Vollzeitäquivalente)							
Personalplanung	6,8	1,6	4,7	1,6	0,0	0,2	10,1
<b>Investitionsplanung 2010</b>							
geplante Veränderung zu 2009 in %							
Investitionsplanung	9,2	10,4	1,7	21,1	7,6	-2,8	9,0
Investitionsplanung EPU	5,9	21,1	6,7	17,0			10,2

k. W.: keine Werte nach Unternehmenstätigkeit verfügbar

<sup>1</sup> gewichteter Wert

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

<sup>3</sup> Bei der erwarteten Umsatzentwicklung für das I. Halbjahr 2010 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

