



**WIRTSCHAFTSKAMMER KÄRNTEN**  
Werbung · Marktkommunikation

# Zahlen Daten Fakten

Fachgruppe Werbung  
und Marktkommunikation Kärnten  
Stand Mai 2009



## Kärnten stellt sich vor

Kärnten hat 826 aktive Mitglieder in der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation.


### Berufsgruppen-Mitglieder 2008 - Kärnten

Berufsgruppen - Kärnten 2008		Werbung und Marktkommunikation 		
Fachgruppe	Berufsgruppe	Aktiv	Ruhend	Insgesamt
703 -Werbung	Summe	826	141	967
703 -Werbung	01-Werbeagentur	409	66	475
703 -Werbung	02-Werbearchitekt	44	10	54
703 -Werbung	03-Werbegrafik-Designer	146	17	163
703 -Werbung	04-Ankündigungsunternehmen	61	10	71
703 -Werbung	05-Werbemittelverteiler	24	0	24
703 -Werbung	06-Public Relations-Berater	59	22	81
703 -Werbung	07-Adressenverlage und Direktwerbeunternehmen	11	0	11
703 -Werbung	08-Markt- und Meinungsforschung	32	10	42
703 -Werbung	09-Werbetexter	6	0	6
703 -Werbung	10-Werbungsvertreter	19	3	22
703 -Werbung	11-Werbemittelhersteller	2	1	3
703 -Werbung	12-Event-Marketer	8	2	10
703 -Werbung	13-Multimedia-Agentur	3	0	3
703 -Werbung	14-Sponsoring-Agentur	2	0	2
Quelle: WKO; Stand: 31.12.2008				

## Neugründungen

Kärnten liegt mit den meisten Neugründungen bei den Werbeagenturen im Österreich Trend.


### Neugründungen nach Berufsgruppen 2008 - Kärnten

Neugründungen 2008 nach Bundesländern		
Berufsgruppe	Neugründungen 2008 <sup>1</sup>	
	K	
01 Werbeagentur	39	
02 Werbearchitekt	5	
03 Werbegraphik-Designer	19	
04 Ankündigungsunternehmen	7	
05 Werbemittelverteiler	*	
06 Public Relations-Berater	*	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	*	
08 Markt- und Meinungsforschung	6	
09 Werbetexter	*	
10 Werbungsvertreter	*	
11 Werbemittelhersteller	*	
12 Event-Marketer	*	
13 Multimedia-Agentur	*	
14 Sponsoring-Agentur	*	
80 Sonstiges	*	
<i>Summe</i>	90	
<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		
Daten 2008 vorläufig und unbereinigt (dh Nachhaltigkeit der Gründung nur zT berücksichtigt)		
* Aufgrund der Unschärfen bei der Abgrenzung der echten Neugründungen werden hier nur die		
Quelle: WKO Gründungsstatistik		

## 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 Mit-Unternehmertum, d.h. 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).

## Ein-Personen-Unternehmen 2008 - Kärnten

Ein-Personen-Unternehmen (EPU) 2008 nach Bundesländern			
Berufsgruppe		Anzahl EPU 2008 <sup>1</sup>	
		K	
01 Werbeagentur		221	
02 Werbearchitekt		34	
03 Werbegraphik-Designer		103	
04 Ankündigungsunternehmen		40	
05 Werbemittelverteiler		20	
06 Public Relations-Berater		36	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen			*
08 Markt- und Meinungsforschung		24	
09 Werbetexter			*
10 Werbungsvertreter		16	
11 Werbemittelhersteller			*
12 Event-Marketer			*
13 Multimedia-Agentur			*
14 Sponsoring-Agentur			*
80 Sonstiges			*
<i>Summe</i>		513	

<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.  
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

\* Aufgrund der Unschärfen bei der Abgrenzung der EPU werden in der Auswertung nur die Werte der Berufsgruppen mit den meisten EPU ausgewiesen


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).

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 - Kärnten

Unselbständig Beschäftigte 2008 nach Bundesländern			
		Unselbständig Beschäftigte 2008 <sup>1</sup>	
Berufsgruppe		K	
01	Werbeagentur	455	
02	Werbearchitekt	29	
03	Werbegraphik-Designer	67	
04	Ankündigungsunternehmen	15	
05	Werbemittelverteiler	G	
06	Public Relations-Berater	13	
07	Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.	G	
08	Markt- und Meinungsforschung	14	
09	Werbetexter	G	
10	Werbungsvertreter	2	
11	Werbemittelhersteller	G	
12	Event-Marketer	8	
13	Multimedia-Agentur	G	
14	Sponsoring-Agentur	G	
80	Sonstiges	0	
	<i>Summe</i>	672	
<sup>1</sup> Beschäftigungsverhältnisse (inkl geringfügig Beschäftigte) 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 Beschäftigten zu einer Abweichung gegenüber dem Fachverband-Ergebnis gemäß Beschäftigungsstatistik in der Kammersystematik für 2008 kommt. Regionale Auswertung: Die Beschäftigten 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: 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 2006 - Kärnten

Umsatzerlöse 2006 nach Bundesländern			
		Umsatzerlöse 2006 in 1.000 EUR	
Berufsgruppe		K	
01	Werbeagentur	62.761	
02	Werbearchitekt	3.282	
03	Werbegraphik-Designer	4.908	
04	Ankündigungsunternehmen	1.972	
05	Werbemittelverteiler		G
06	Public Relations-Berater	4.075	
07	Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.	4.688	
08	Markt- und Meinungsforschung	1.016	
09	Werbetexter		G
10	Werbungsvertreter	2.417	
11	Werbemittelhersteller		G
12	Event-Marketer		G
13	Multimedia-Agentur	0	
14	Sponsoring-Agentur		G
80	Sonstiges	0	
	ohne Berufsgruppenzuordnung	1.257	
	<b>Summe</b>	<b>86.774</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 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 2006 - Kärnten

Bruttowertschöpfung 2006 nach Bundesländern			
		Bruttowertschöpfung 2006 in 1.000 EUR	
Berufsgruppe		K	
01 Werbeagentur		15.487	
02 Werbearchitekt		693	
03 Werbegraphik-Designer		1.105	
04 Ankündigungsunternehmen		416	
05 Werbemittelverteiler			G
06 Public Relations-Berater		2.413	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.		2.724	
08 Markt- und Meinungsforschung		420	
09 Werbetexter			G
10 Werbungsvertreter		475	
11 Werbemittelhersteller			G
12 Event-Marketer			G
13 Multimedia-Agentur		0	
14 Sponsoring-Agentur			G
80 Sonstiges		0	
ohne Berufsgruppenzuordnung		294	
<b>Summe</b>		<b>24.112</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 Kammersystematik 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

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. Mehrfachzählungen 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.