



WIRTSCHAFTSKAMMER VORARLBERG
Werbung · Marktkommunikation

Zahlen Daten Fakten

Fachgruppe Werbung
und Marktkommunikation
Vorarlberg



Mai 2009

Vorarlberg stellt sich vor

Vorarlberg hat 664 aktive Mitglieder in der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation.


Berufsgruppen-Mitglieder 2008 - Vorarlberg

Berufsgruppen - Vorarlberg 2008		Werbung und Marktkommunikation 		
Fachgruppe	Berufsgruppe	Aktiv	Ruhend	Insgesamt
703 - Werbung und Marktkommunikation	Summe	664	152	816
703 - Werbung und Marktkommunikation	01-Werbeagentur	288	32	320
703 - Werbung und Marktkommunikation	02-Werbearchitekt	43	20	63
703 - Werbung und Marktkommunikation	03-Werbegraphik-Designer	184	56	240
703 - Werbung und Marktkommunikation	04-Ankündigungsunternehmen	22	4	26
703 - Werbung und Marktkommunikation	05-Werbemittelverteiler	8	0	8
703 - Werbung und Marktkommunikation	06-Public Relations-Berater	51	20	71
703 - Werbung und Marktkommunikation	07-Adressenverlage und Direktwerbeunternehmen	13	4	17
703 - Werbung und Marktkommunikation	08-Markt- und Meinungsforschung	26	4	30
703 - Werbung und Marktkommunikation	09-Werbetexter	4	3	7
703 - Werbung und Marktkommunikation	10-Werbungsvertreter	11	4	15
703 - Werbung und Marktkommunikation	11-Werbemittelhersteller	4	4	8
703 - Werbung und Marktkommunikation	12-Event-Marketer	2	0	2
703 - Werbung und Marktkommunikation	13-Multimedia-Agentur	8	1	9
Quelle: WKO; Stand: 31.12.2008				

Neugründungen

Die Neugründungen innerhalb der Berufsgruppen führen die Werbegraphik-Designer an. Österreichweit liegen die Werbeagenturen vorne.

Neugründungen nach Berufsgruppen 2008

Neugründungen 2008 nach Bundesländern		
Berufsgruppe		Neugründungen 2008 ¹
		V
01	Werbeagentur	12
02	Werbearchitekt	*
03	Werbegraphik-Designer	27
04	Ankündigungsunternehmen	*
05	Werbemittelverteiler	*
06	Public Relations-Berater	*
07	Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	*
08	Markt- und Meinungsforschung	*
09	Werbetexter	*
10	Werbungsvertreter	*
11	Werbemittelhersteller	*
12	Event-Marketer	*
13	Multimedia-Agentur	*
14	Sponsoring-Agentur	*
80	Sonstiges	*
	<i>Summe</i>	53

¹ 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 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 Werte der Berufsgruppen mit den

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 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 - EPU-Anteil nach Bundesländern		WKO  INHOUSE GMBH
Berufsgruppe	EPU-Anteil 2008 ¹	
	V	
01 Werbeagentur	49,0	
02 Werbearchitekt	46,5	
03 Werbegraphik-Designer	75,0	
04 Ankündigungsunternehmen	63,6	
05 Werbemittelverteiler	.	
06 Public Relations-Berater	68,6	
07 Adressenverlage, Direktwerbe- und Adressenunternehmen	.	
08 Markt- und Meinungsforschung	53,8	
09 Werbetexter	.	
10 Werbungsvertreter	.	
11 Werbemittelhersteller	.	
12 Event-Marketer	.	
13 Multimedia-Agentur	.	
14 Sponsoring-Agentur	.	
80 Sonstiges	.	

¹ 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. EPU-Anteil: Anteil der EPU an den aktiven Fachgruppenmitglieder lt Mitgliederstatistik vom Dezember 2008

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 Unschärfe bei der Abgrenzung der EPU werden in der Auswertung nur jeweils 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). 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 nach Bundesländern		WKO INHOUSE GMBH
		Unselbständig Beschäftigte 2008 ¹
Berufsgruppe		V
01 Werbeagentur		551
02 Werbearchitekt		55
03 Werbegraphik-Designer		59
04 Ankündigungsunternehmen		3
05 Werbemittelverteiler	G	
06 Public Relations-Berater		40
07 Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.		163
08 Markt- und Meinungsforschung		1
09 Werbetexter	G	
10 Werbungsvertreter		3
11 Werbemittelhersteller	G	
12 Event-Marketer	G	
13 Multimedia-Agentur	G	
14 Sponsoring-Agentur		0
80 Sonstiges		0
Summe		884

¹ 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. 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

Umsatzerlöse 2006 nach Bundesländern		
		Umsatzerlöse 2006 in 1.000 EUR
Berufsgruppe		V
01 Werbeagentur		119.094
02 Werbearchitekt		6.568
03 Werbegraphik-Designer		10.206
04 Ankündigungsunternehmen		741
05 Werbemittelverteiler		G
06 Public Relations-Berater		2.785
07 Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.		7.401
08 Markt- und Meinungsforschung		155
09 Werbetexter		0
10 Werbungsvertreter		503
11 Werbemittelhersteller		1.458
12 Event-Agentur		G
13 Multimedia-Agentur		0
14 Sponsoring-Agentur		0
80 Sonstiges		1.357
ohne Berufsgruppenzuordnung		1.941
Summe		158.055

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 2006 - Niederösterreich

Bruttowertschöpfung 2006 nach Bundesländern		WKO WIRTSCHAFTSKAMMER VORARLBERG INHOUSE GMBH	
		Bruttowertschöpfung 2006 in 1.000 EUR	
Berufsgruppe		V	
01	Werbeagentur	36.636	
02	Werbearchitekt	1.795	
03	Werbegraphik-Designer	3.200	
04	Ankündigungsunternehmen	184	
05	Werbemittelverteiler		G
06	Public Relations-Berater	1.120	
07	Adressenverlage, Direktwerbe- u. Adressenunt.	2.741	
08	Markt- und Meinungsforschung	69	
09	Werbetexter	0	
10	Werbungsvertreter	104	
11	Werbemittelhersteller	362	
12	Event-Marketer		G
13	Multimedia-Agentur	0	
14	Sponsoring-Agentur	0	
80	Sonstiges	358	
	ohne Berufsgruppenzuordnung	502	
	<i>Summe</i>	<i>47.176</i>	

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 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

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.