

Mediendienst

der Wirtschaftskammer Salzburg



Stabstelle Öffentlichkeitsarbeit und Marketing

Salzburger Kommunikationswirtschaft hat die Krise gemeistert - Umsatzzuwächse 2010 über dem Bundesdurchschnitt

Wieder auf Wachstumskurs

Salzburg, 30. Juni 2011/WKS. Die Salzburger Kommunikationswirtschaft hat die jüngste Wirtschaftskrise gut bewältigt und befindet sich seit vergangenem Jahr wieder auf Wachstumskurs. Diese positive Bilanz zogen heute, Donnerstag, der Obmann der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in der WK Salzburg, Michael Mrazek, und Fachgruppen-geschäftsführer Dr. Gerd Raspotnig bei einem Pressegespräch.

Nach einem Null-Wachstum im Jahr 2009 stiegen die Umsätze der Werbewirtschaft im Vorjahr um 8,6%. Damit lag Salzburg deutlich über dem bundesweiten Umsatzzuwachs von 7,5%. In absoluten Zahlen erzielte die Salzburger Werbewirtschaft 2010 einen Umsatz von etwa 330 Mill. Euro.

Laut einer Umfrage der KMU Forschung Austria ist die Salzburger Werbebranche auch mit der aktuellen Auftragslage zufrieden. Nach dem Schulnotensystem beurteilt sie die derzeitige Auftragslage mit 1,9, was deutlich besser ist als der Österreich-Wert von 2,5. Damit liegt die Werbewirtschaft auch besser als die gesamte Sparte Information und Consulting (Salzburg: 2,2).

Aufwärtstrend setzt sich heuer fort

Für das erste Halbjahr 2011 erwartet die Salzburger Werbebranche einen Umsatzanstieg von 5,7%, was im Vergleich zu Gesamt-Österreich ebenfalls überdurchschnittlich ist. Laut einer Focus-Umfrage sind die stärksten Umsatzzuwächse in den Social Networks mit 17,6% sowie bei Internet mit 13,8% zu erwarten.

Mit 1.986 Mitgliedern ist die Werbebranche die sechstgrößte Fachgruppe in der Wirtschaftskammer Salzburg. Von 2005 bis 2010 ist die Mitgliederzahl um 15,6% gestiegen, im

Vorjahr verzeichnete die Fachgruppe einen Mitgliederzuwachs von 4,8%. Von 2005 bis 2010 verzeichnete die gesamte Wirtschaftskammer Salzburg einen Mitgliederzuwachs von 10,3%, im vergangenen Jahr stieg die Mitgliederzahl um 2,3%. Die mitgliederstärksten Branchen sind derzeit Werbeagenturen (68% aller Fachgruppenmitglieder), Werbegrafiker (9%), Werbebegleiter (knapp 6%) sowie PR-Berater (5,5%).

Die Branche wird von jungen Kreativen dominiert: 41,5% sind unter 40 Jahre alt, 34,1% sind jünger als 50. Im Vergleich dazu sind in der gesamten WK Salzburg nur 28,1% der Unternehmer jünger als 40, 62,7% sind unter 50.

Die Werbewirtschaft ist auf die Landeshauptstadt und den Zentralraum konzentriert: So befinden sich 43,1% der Mitglieder in der Stadt Salzburg, 78,7% im Zentralraum. Im Vergleich dazu sind nur 31,6% aller WKS-Mitglieder in der Stadt Salzburg ansässig und 67% im Zentralraum. 34,5% der Mitglieder sind Frauen (WKS: 36,5%).

Gesucht: Gute MitarbeiterInnen

Insgesamt beschäftigt die Salzburger Werbebranche fast 2.000 MitarbeiterInnen. Die gute konjunkturelle Situation schlägt sich auch in der Arbeitskräftesituation nieder. Gute MitarbeiterInnen werden bei den Salzburger Agenturen nach wie vor intensiv gesucht. Das zeigt sich auch daran, dass laut einer Umfrage der KMU Forschung Austria die Salzburger Werbewirtschaft 2011 mit einem Personalzuwachs von 7,8% rechnet, womit Salzburg erheblich über dem österreichweiten Wert von 0,4% liegt. Auch die jährlichen Ausbildungskosten, die die Salzburger Werbebranche investiert, sind mit 1,2% des Gesamtumsatzes deutlich höher als der Österreichschnitt von 0,7%.

Zentrale Schwerpunkte der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation sind daher die Themen Bildung und der Berufsnachwuchs für die Kreativbranche. „Wir wollen die Bildungseinrichtungen stärker mit der Kommunikationsbranche vernetzen und aufzeigen, dass Salzburg ein attraktiver Kommunikationsstandort ist“, erklärt Fachgruppenobmann Michael Mrazek.

Die Fachgruppe hat dazu die Plattform „Bildung Kreativwirtschaft“ ins Leben gerufen, an der die Universität Salzburg und die Fachhochschule Salzburg, das WIFI, die HTL für Medientechnik + Medienmanagement und die Berufsschule teilnehmen. Mit dieser Plattform soll die Vernetzung zwischen den Bildungseinrichtungen selbst sowie zwischen der Wirtschaft und den Bildungseinrichtungen verbessert werden. So haben z. B. bereits Veranstaltungen bei

den einzelnen Plattformmitgliedern stattgefunden, wo Vertreter der Werbewirtschaft mit StudentInnen bzw. SchülerInnen über die Salzburger Werbebranche sowie die Anforderungen für den Kreativnachwuchs diskutierten.

Ein weiteres Projekt ist die Erarbeitung eines Leitfadens für die Ausbildung in Medienberufen. Derzeit beschäftigt die Salzburger Werbebranche 56 Lehrlinge - Tendenz steigend. Dieser Leitfaden wird von der Branche gemeinsam mit der Berufsschule und den Lehrabschlussprüfern erarbeitet. Darin werden die Ausbildungsinhalte sowie das Ausbildungsniveau definiert und eine praktische Hilfestellung sowohl für Lehrbetriebe, Berufsschüler als auch für Lehrabschlussprüfer gegeben. Der Leitfaden wird im Sommer fertiggestellt und den Lehrbetrieben im Herbst in einem Workshop präsentiert.

Ein Ergebnis der „Bildungsplattform Kreativwirtschaft“ ist auch, dass heuer erstmals im Rahmen des Salzburger Landespreises für Marketing, Kommunikation und Design von den einzelnen Ausbildungseinrichtungen die besten StudentInnen bzw. SchülerInnen gekürt werden. Die einzelnen Bildungseinrichtungen haben dabei auch die Möglichkeit, im Rahmen der präsentierten Arbeiten ihre Bedeutung gegenüber der Branche darzustellen. Durch die Einbindung des Nachwuchses in die Veranstaltungen des Landespreises soll auch die Kommunikation zwischen den StudentInnen bzw. SchülerInnen und der Branche intensiviert werden.

Startschuss zum Landespreis

Morgen, Freitag, startet die Einreichfrist für den Salzburger Landespreis für Marketing, Kommunikation und Design 2011/2012. Der Salzburger Landespreis ist traditionell der größte Werbepreis aller Fachgruppen Österreichs. So reichten 2009/2010 insgesamt 95 Agenturen 683 Arbeiten ein. Ausgeschrieben wird der Landespreis von der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation sowie der Fachvertretung der Audiovisions- und Filmindustrie mit Unterstützung der Wirtschaftskammer und des Landes Salzburg.

Der Landespreis sieht heuer eine Reihe von Neuerungen vor:

- Einbindung der Salzburger Bildungseinrichtungen und Kür der besten StudentInnen bzw. SchülerInnen.
- Auch heuer wird der Landespreis in 15 Kategorien vergeben. Neu ist die Kategorie Social Media.
- Eine Kommunikationsmaßnahme darf nur in maximal drei Kategorien eingereicht werden.

- Verstärkte Einbindung der Auftraggeber. Der Landespreis ist eine Veranstaltung für die gesamte Kommunikationswirtschaft (Agenturen, Medien, Auftraggeber, Nachwuchs).

Die Beurteilung der Einreichungen erfolgt wieder durch eine hochkarätige, 24-köpfige Jury, die mit Ausnahme von zwei JurorInnen (Vertreter der Universität und der FH) nicht aus Salzburg kommen. Fünf Jurymitglieder kommen aus Deutschland.

Bewertet werden wieder ausschließlich die Idee und die kreative Umsetzung. Die Größe des Kunden und das Budget sind keine Kriterien, kleine Agenturen und „Small-Business-Projekte“ haben die gleichen Chancen. Die Einreichungen erfolgen anonymisiert, die Ergebnisermittlung geschieht wieder unter notarieller Aufsicht. „Dieser Modus garantiert die fairste und objektivste Ermittlung der Gewinner“, sagt Fachgruppengeschäftsführer Dr. Gerd Raspotnig.

Die Mitglieder haben erstmals die Möglichkeit, über den Sommer zum Landespreis einzureichen. Einreichschluss ist der 15. Oktober 2011. Für Einreichungen bis 15. September 2011 gibt es eine ermäßigte Einreichgebühr. Die Jury tagt Ende November/Anfang Dezember in Salzburg. Die Nominierten werden im Rahmen des Nominierungsevents am 26. Jänner 2012 präsentiert. Dort werden auch die besten StudentInnen bzw. SchülerInnen der einzelnen Bildungseinrichtungen gekürt.

„Nacht der Werbung“ in neuer Messehalle

Die Verleihung der Landespreise erfolgt im Rahmen der „Nacht der Werbung“ am 8. März 2012 in der neu errichteten Halle 10 des Messezentrums Salzburg. Bei der Veranstaltung werden alle nominierten Arbeiten sowie die Siegerprojekte präsentiert, ebenso werden die Siegerprojekte der einzelnen Bildungseinrichtungen ausgestellt.

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor für den Salzburger Landespreis ist die Unterstützung durch die Medienpartner, die damit ihre Verbundenheit mit der Salzburger Werbe- und Kommunikationsszene ausdrücken.

Medienpartner des Landespreises (alphabetisch):

Antenne Salzburg

Radio Arabella

Bezirksblätter Salzburg

Radio Energy

Jedermann TV
ORF Salzburg
RTS Regionalfernsehen
Salzburger Fenster
Salzburger Nachrichten
Salzburger Woche
Weekend

Offset 5020 ist wieder der langjährige und bewährte Druckpartner.

„Adnight“ im Zeichen der 80er Jahre

Startschuss zum Salzburger Landespreis ist heute, Donnerstagabend, die „Adnight - Das Sommerfest der Salzburger Kreativbranche“ im St. Peter Stiftskeller. Die Adnight steht ganz im Zeichen der 80er Jahre. Minisex, die Kultband der 80er, garantiert für gute Stimmung.

Bei der Adnight wird auch das neue Corporate Design des Landespreises offiziell vorgestellt, das im Rahmen eines Wettbewerbes unter den Bildungseinrichtungen erarbeitet wurde. Die Jury wurde von Inhabern von Salzburger Werbeagenturen gebildet. Zum Sieger wurde das Projekt von Luca Mack von der HTL für Medientechnik + Mediendesign gekürt. Er wird dafür von der Fachgruppe zur Verleihung des Deutschen Design-Preises in Frankfurt eingeladen.

Ab morgen, Freitag, 1. Juli 2011, geht auch der neue Blog der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation online, der regelmäßig über Neuigkeiten aus der Fachgruppe sowie über den Landespreis informieren wird (blog.werbungsalzburg.at). Weitere Informationen unter www.salzburger-landespreis.at

Eine Aussendung der Wirtschaftskammer Salzburg, [Stabstelle Öffentlichkeitsarbeit und Marketing](#), Julius-Raab-Platz 1, 5027 Salzburg, Tel. 0662/8888-346, Fax: 0662/8888-388

Rückfragehinweis: Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation, Dr. Gerd Raspotnig, Tel. 0662/8888-635, E-Mail: graspotnig@wks.at

Diese Aussendung ist auch im Internet abrufbar unter:
<http://wko.at/sbg/presseaussendungen>