



STIFTUNG WERBESTATISTIK SCHWEIZ
 FONDATION STATISTIQUE SUISSE EN PUBLICITÉ
 FONDAZIONE STATISTICA SVIZZERA DI PUBBLICITÀ

Netto-Werbeumsätze 2016: Knapp unter dem Vorjahresniveau

Für das Jahr 2016 wurden Werbeumsätze von insgesamt CHF 5560 Mio. gemeldet. Dieses Ergebnis liegt knapp unter dem Vorjahresniveau (-1.1%). Dieses Jahr verfügt die Werbestatistik auch über Zahlen für die Bereiche Suchmaschinen-

Werbung und Affiliate Marketing. Das Total der publizierten Werbeumsätze ist daher um annähernd eine halbe Milliarde Schweizer Franken höher als in der letztjährigen Publikation.

	Netto- Werbeumsätze 2015 in Mio. CHF	Netto- Werbeumsätze 2016 in Mio. CHF	Abweichung gegenüber 2015
Netto-Werbeumsätze	5625	5560	-1.1%
Presse Total	1436	1264	-12.0%
Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse	898	783	-12.8%
Publikums-, Finanz- und Wirtschafts- presse	342	304	-10.9%
Spezialpresse	99	89	-10.4%
Fachpresse	97	87	-10.1%
Fernsehen (inkl. Sponsoring) Total	756	775	2.4%
öffentliche Sender	364	361	-0.8%
private Schweizer Sender	76	85	11.6%
ausländische Werbefenster	316	328	3.9%
Radio (inkl. Sponsoring)	152	147	-3.5%
Kino	34	29	-14.7%
Online Total	974	1094	12.3%
Online-Display (inkl. Bewegbild)	224	247	10.2%
Online-Verzeichnisse	127	130	2.6%
Online-Rubrikenmärkte	230	245	6.4%
Suchmaschinen-Werbung*	373	450	20.8%
Affiliate Marketing*	20	21	6.6%
Aussenwerbung Total	449	449	-0.1%
Plakatwerbung (analog)	345	335	-2.6%
Digital Out of Home	36	42	18.7%
Verkehrsmittelwerbung	69	71	2.9%
Verzeichnisse (gedruckt)	85	74	-12.6%
Direktwerbung	1047	1017	-2.8%
Werbe- und Promotionsartikel	692	713	3.1%

* Expertenschätzung der Brutto-Umsätze (Quelle: Media Focus „Semester Report Online 2016“)

Rückläufiger Werbemarkt Schweiz

Die Situation im Werbemarkt hat sich in den letzten Jahren stabilisiert. Dennoch sind die Umsätze seit 2011 durchgehend rückläufig.

Entwicklung der Werbeumsätze läuft nicht parallel zum BIP

Gemäss den aktuellsten Zahlen des SECO hat das Bruttoinlandprodukt seit 2009 jedes Jahr zugenommen, aber die positive Wirtschaftsentwicklung verläuft nicht parallel zu den Werbeinvestitionen.

Presse: Inserateeinnahmen sind erneut rückläufig

Die Netto-Werbeumsätze der Schweizer Presse liegen mit CHF 1264 Mio. um 12.0% unter dem Vorjahresniveau. Mit einem Minus von 12.8% ist der Rückgang in der Kategorie der Tages-, regionalen Wochen- und Sonntagspresse am grössten. Die Erlöse aus Stellenanzeigen (CHF 50 Mio.) erreichen bei der Tagespresse noch einen Anteil von 8.0% am gesamten Anzeigenvolumen.

Fernsehen im Plus

Insgesamt liegen die Zahlen der Fernsehwerbung (inkl. Sponsoring von Sendungen) mit Erlösen von CHF 775 Mio. über dem Vorjahresniveau (+2.4%). Der Marktanteil der SRG-Sender liegt bei 46.6% und ist damit leicht zurückgegangen. Der Marktanteil der Werbefenster der ausländischen Sender hat sich auf 42.4% erhöht. Die privaten Schweizer Sender konnten ihren Marktanteil mit 11.0% markant ausbauen. Sie weisen mit einem Umsatz von CHF 85 Mio. einen Zuwachs von 11.6% aus.

Online-Werbung: Weiterhin starkes Wachstum

Insgesamt liegen die Umsätze aus der Online-Werbung mit CHF 1094 Mio. deutlich über dem Vorjahresniveau (+10.2%). Das stärkste Wachstum weist der Bereich der Suchmaschinen-Werbung mit +20.8% auf. Die Online-Display-Werbung verzeichnet mit +10.2% auf CHF 247 Mio. ebenfalls erneut ein starkes Plus. Auch die Umsätze der Online-Verzeichnisse liegen mit CHF 130 Mio. um 2.6% über dem Vorjahresniveau. Die Online-Rubrikenmärkte (Jobs, Immobilien, Autos) konnten mit

einem Umsatz von CHF 245 Mio. ebenfalls deutlich zulegen (+6.4%). Auch der Bereich des Affiliate Marketing hat sich mit +6.6% positiv entwickelt. Die Zahlen für den Bereich der Suchmaschinen-Werbung und des Affiliate Marketing beruhen aufgrund der mangelnden Meldebereitschaft auf Expertenschätzungen der Brutto-Umsätze von Media Focus.

Umsatzrückgang bei Kino und Radio

Bei den elektronischen Medien weist die Kinowerbung für das Jahr 2016 einen starken Umsatzrückgang aus (-14.7%). Auch die Werte für Radio (-3.5%) liegen erneut unter dem Vorjahresniveau.

Aussenwerbung: Stabiles Ergebnis

Insgesamt sind die Werbeeinnahmen bei der Aussenwerbung mit CHF 449 Mio. im Vergleich zum Vorjahr stabil geblieben (-0.1%). Mit analoger Plakatwerbung wurde ein Umsatz von CHF 335 Mio. erzielt (-2.6%), während Digital Out of Home mit 18.7% einen starken Zuwachs verzeichnet (Umsatz: CHF 42 Mio.). Die Verkehrsmittelwerbung konnte den Umsatz ebenfalls steigern, und zwar um 2.9% auf CHF 71 Mio.

Rückläufige Entwicklung bei den gedruckten Adress- und Telefonverzeichnissen

Im Gegensatz zu den Online-Verzeichnissen ist das Geschäft mit den gedruckten Adress- und Telefonverzeichnissen erneut stark rückläufig. Der Umsatz ist im Jahre 2016 um 12.6% auf CHF 74 Mio. zurückgegangen.

Umsatzverluste bei der Direktwerbung

Die Einnahmen aus Verteilkosten für adressierte und unadressierte Werbung sanken um 2.8% auf CHF 1017 Mio.

Werbe- und Promotionsartikel verzeichnen Wachstum

Die Umsätze mit Werbe- und Promotionsartikeln haben sich mit einem Plus von 3.1% auf CHF 713 Mio. positiv entwickelt.