

MEDIENMITTEILUNG

Netto-Werbeumsätze 2021: **Steigende Werbeumsätze trotz Corona**

Zürich, 12. Mai 2022 – Aufwärtstrend bei den Werbeinvestitionen: Nach starken Rückgängen bei sämtlichen ausgewiesenen Mediengattungen verzeichnet die Stiftung Werbestatistik Schweiz für das zweite Corona-Pandemiejahr wieder steigende Werbeumsätze. Die wichtigsten Zahlen sind ab heute auf der Website der Stiftung kostenlos einsehbar.

Die Stiftung Werbestatistik Schweiz hat wieder den Werbeaufwand im Schweizer Werbemarkt erhoben. Die gemeldeten Netto-Werbeumsätze für das Jahr 2021 betragen insgesamt CHF 3,98 Mia. Dies entspricht einem Wachstum von CHF 202 Mio. bzw. 5,4 % gegenüber Vorjahr. Fast alle ausgewiesenen Mediengattungen konnten mehr Einnahmen verbuchen als 2020. Während die Werbeumsätze im ersten Jahr der Coronapandemie einen aussergewöhnlich starken Rückgang verzeichneten, hat sich die Situation somit wieder etwas entspannt. Auch wenn das Vor-Pandemie-Niveau noch nicht wieder erreicht werden konnte und die Umsätze für 2021 rund 11,6 % unter dem Wert von 2019 liegen.

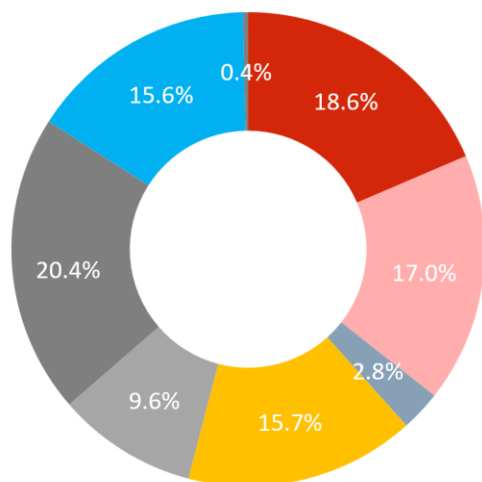
Werbe- und Promotionsartikel (+1,7 %), Print (+1,8 %), Aussenwerbung (+2,1 %) und Radio (+4,8 %) können wachsende Werbeeinnahmen verzeichnen. Fernsehen (+10 %), Online (+22,1 %) und Kino (+45,4 %) zeigen sogar ein überdurchschnittliches Wachstum.

Weil die Werbewirtschaft im Verhältnis zu anderen Wirtschaftszweigen 2020 überdurchschnittlich von der Situation rund um die Coronapandemie betroffen war, fiel die letztjährige Entwicklung des Werbeumsatzes (+5,4 %) zum ersten Mal seit rund zehn Jahren positiver aus als die Entwicklung des BIP (+3,7 %).

Direktwerbung und Presse erhalten weiterhin die grössten Stücke

Einen leichten Rückgang bei den Werbeumsätzen von 2020 auf 2021 hat die Direktwerbung (-1,6 %) zu verzeichnen. Dabei gilt es zu beachten, dass diese Gattung im Vorjahr am schwächsten vom Umsatzrückgang betroffen war. So kommt der Direktwerbung mit 20,4 % das zweite Jahr in Folge das grösste Stück vom messbaren Werbekuchen zu, gefolgt von der Presse mit 18,6 % (vgl. Abbildung). Bei der Online-Werbung sind die Werbeinvestitionen ins Ausland (u. a. Suchmaschinenwerbung und Social Media) aus methodischen Gründen nicht im Werbeaufwand Schweiz enthalten.

WERBEAUFWAND SCHWEIZ: NETTO-WERBEUMSÄTZE 2021



■ Presse	740 Mio.
■ TV	678 Mio.
■ Radio	110 Mio.
■ Online*	626 Mio.
■ Aussenwerbung	381 Mio.
■ Direktwerbung	814 Mio.
■ Werbeartikel	621 Mio.
■ Kino	14 Mio.

Total CHF **3 985 Mio.**

*) Suchmaschinenwerbung und Social Media sind nicht berücksichtigt.

Kontakt

Roland Ehrler, Vizepräsident der Stiftung Werbestatistik Schweiz
Tel. 044 363 18 38; E-Mail: info@werbestatistik.ch

Dr. Marc Sele, Projektleiter Werbestatistik (für methodische Fragen)
Tel. 043 311 76 64; E-Mail: info@werbestatistik.ch

Werbestatistik Schweiz

Die Werbestatistik Schweiz gibt Auskunft über die Nettobeträge, welche die Werbeauftraggeber für die Streuung ihrer Werbebotschaften in die wichtigsten Werbemedien investiert haben. Die Umsätze werden jedes Jahr nach denselben Regeln gemessen. Die Daten werden von der WEMF AG für Werbemedienforschung im Auftrag der Stiftung Werbestatistik Schweiz erhoben.

Die Netto-Werbeumsätze 2021 sind ab Donnerstag, 12. Mai 2022, auf der Website der Stiftung Werbestatistik Schweiz einsehbar: www.werbestatistik.ch