

MEDIENMITTEILUNG

Die Netto-Werbeumsätze stagnieren

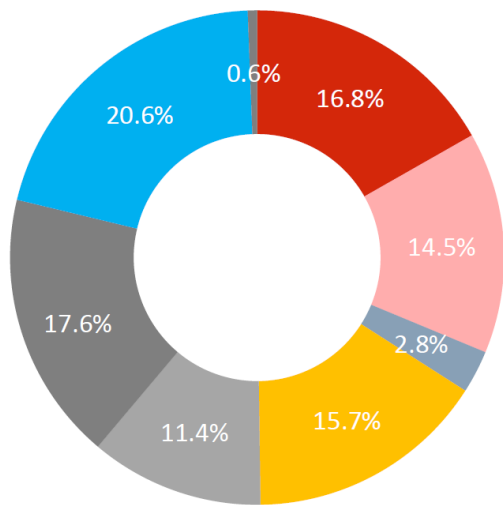
Zürich, 6. Mai 2024 – Der Aufwärtstrend bei den Werbeeinnahmen der Schweizer Werbeanbieter ist zum Stillstand gekommen: Für das Jahr 2023 verzeichnet die Werbestatistik Schweiz eine sehr geringe Wachstumsrate, während die Werbeeinnahmen der ausländischen Werbeplattformen weiterwachsen. Die Zahlen sind ab heute auf der Website der Stiftung kostenlos einsehbar.

Die Stiftung Werbestatistik Schweiz hat die Werbeausgaben für den Schweizer Werbemarkt im Jahr 2023 ermittelt. Die Netto-Werbeumsätze belaufen sich auf insgesamt CHF 4,2 Milliarden. Der Zuwachs von lediglich CHF 1 Million bedeutet somit eine Stagnation im Vergleich zum Vorjahr. Die schwache Entwicklung der Werbeumsätze entspricht auch dem verhaltenen allgemeinen Wirtschaftswachstum. Das Brutto-Inlandprodukt stieg 2023 nur um 0,7 %. Als Folge des niedrigen Umsatzwachstums bleibt der Schweizer Werbemarkt 6,3 % unter dem Niveau vor der Pandemie im Jahr 2019. Trotzdem konnten einige Mediengattungen ihre Umsätze im Vergleich zu 2022 erhöhen. So verbuchten Radio (+0,4 %), Online ohne ausländische Plattformen (+1,8 %), Kino (+6 %), Aussenwerbung (+8 %) und Werbe-/Promotionsartikel (+8,6 %) mehr Werbeeinnahmen. Print (–3,2 %), Direktwerbung (–5,8 %) und Fernsehen (–7,3 %) verzeichneten hingegen einen Rückgang.

Massive Abflüsse ins Ausland bei der Onlinewerbung

Werbeartikel, Direktwerbung und Print gehören 2023 zu den Mediengattungen, die am meisten Werbeerlöse erzielen. Sie haben trotz leichten Verlusten weiterhin einen der höchsten Marktanteile in diesem Jahr. Auch TV und Online erreichen weiterhin hohe Anteile der messbaren Erlöse. Bei der Onlinewerbung sind jedoch die Einnahmen der globalen Tech-Plattformen nicht berücksichtigt, weil sie nicht an der Erhebung der Werbestatistik teilnehmen. Um diese Lücke zu schliessen, wurde wie im letzten Jahr wieder eine fundierte Experteneinschätzung durchgeführt. Die geschätzten Einnahmen aus YouTube, Suchmaschinenwerbung und Social Media, die praktisch ausschliesslich ins Ausland abfliessen, betragen insgesamt CHF 1,83 bis 2,24 Milliarden. Damit sichern sich die ausländischen Werbeplattformen weiterhin das grösste Stück des Schweizer Werbekuchens, das gegenüber dem Vorjahr nochmals um 8 % gewachsen ist, so die Schätzung der Experten.

WERBEAUFWAND SCHWEIZ: NETTO-WERBEUMSÄTZE 2023:



■ Presse	711 Mio.
■ TV	614 Mio.
■ Radio	119 Mio.
■ Online*	667 Mio.
■ Aussenwerbung	482 Mio.
■ Direktwerbung	747 Mio.
■ Werbeartikel	875 Mio.
■ Kino	26 Mio.

Total	CHF	4 241 Mio.
--------------	------------	-------------------

*) Suchmaschinenwerbung, YouTube und Social Media sind nicht berücksichtigt.
Gemäss Expertenschätzung liegen diese Umsätze zwischen CHF 1'828 – 2240 Mio.

Kontakt

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

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

Werbestatistik Schweiz

Die Werbestatistik Schweiz gibt Auskunft über die Nettobeträge, welche die Werbeaufraggeber für die Streuung ihrer Werbetbotschaften 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 2023 sind ab Montag, 6. Mai 2024 auf der Website der Stiftung Werbestatistik Schweiz einsehbar:
www.werbestatistik.ch