

**SPERRFRIST BIS 23.5.2019, 08.00 Uhr**

## MEDIENMITTEILUNG

Netto-Werbeumsätze 2018:

### **Klassische Medien verzeichnen weniger Umsatz**

**Zürich, 23. Mai 2019 – Gemäss den neuen Zahlen der Stiftung für Werbestatistik Schweiz verzeichnen im vergangenen Jahr fast alle klassischen Medien einen Umsatz-Rückgang. Positive Entwicklungen weisen die Aussenwerbung, Kinowerbung und Werbeartikel auf.**

Die Stiftung Werbestatistik hat wieder die Netto-Werbeumsätze aus dem Schweizer Werbemarkt zusammengetragen. Der Werbeaufwand für das Jahr 2018 beläuft sich auf insgesamt 4 614 Millionen Schweizer Franken. Damit liegen die Werbeumsätze um 2,7 Prozent unter dem Vorjahresniveau.

#### **Presse und Direktwerbung mit den grössten gemessenen Marktanteilen**

Trotz einem Rückgang der Werbeumsätze von 9,6 Prozent auf CHF 1 009 Mio. holt sich die Presse wieder das grösste Kuchenstück des Werbemarktes (vgl. Abbildung). Die umsatzstärkste Pressekategorie ist mit CHF 610 Mio. und einem Rückgang von 11,9 Prozent die Tagespresse und die regionale Wochen- und Sonntagspresse. Die geringsten Umsatzrückgänge verbucht die Kategorie Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse mit einem Minus von 2,6 Prozent. Die Einnahmen aus Verteilkosten für adressierte und unadressierte Werbung sinken um 7,7 Prozent auf CHF 908 Mio.

#### **Fernsehen und Radio im Minus**

Die Netto-Umsätze der Fernsehwerbung belaufen sich insgesamt auf CHF 766 Mio. mit einem Minus von 1 Prozent. Die privaten Schweizer Sender verzeichnen ein Umsatzplus von 3,1 Prozent. Die Radiowerbung erzielt einen Werbeumsatz von CHF 144 Mio. und liegt damit 4,5 Prozent unter dem Vorjahreswert.

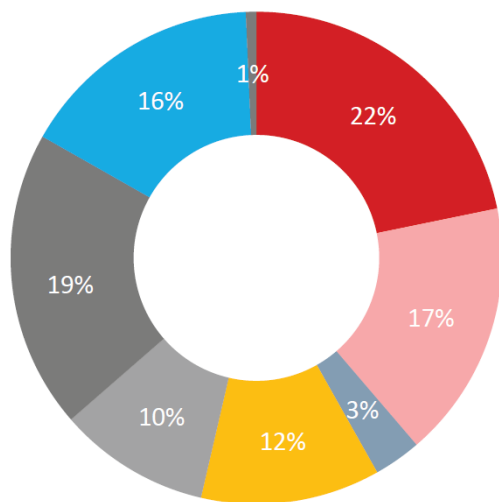
#### **Wachstum bei der Online-Werbung**

Die Statistik weist die Digital-Umsätze der CH-Publisher aus. Suchmaschinenwerbung und Social Media wurden in diesem Jahr aus methodischen Gründen nicht berücksichtigt. Insgesamt liegen die Umsätze aus der Online-Werbung bei CHF 547 Mio. Das Wachstum der Online-Umsätze hat sich in den letzten Jahren kontinuierlich abgeschwächt und liegt neu bei 3,4 Prozent (2018: 5,9 Prozent). Die Online-Display-Werbung ist mit -0,5 Prozent erstmals leicht rückläufig. Die Online-Rubrikenmärkte (Jobs, Immobilien, Autos) erzielen hingegen ein Umsatzplus von 7,3 Prozent.

#### **Aussenwerbung, Kino und Werbeartikel im Plus**

Insgesamt haben sich die Werbeeinnahmen bei der Aussenwerbung mit einem Zuwachs von 2,4 Prozent auf CHF 462 Mio. positiv entwickelt. Auch die Kinowerbung weist ein Umsatzplus aus (+3,2 Prozent). Die Werbe- und Promotionsartikel verzeichnen ebenfalls eine positive Umsatzentwicklung mit einem Plus von 5,6 Prozent.

## WERBEAUFWAND SCHWEIZ: NETTO-WERBEUMSÄTZE 2018



■ Presse	1009 Mio.
■ TV	766 Mio.
■ Radio	144 Mio.
■ Online*	547 Mio.
■ Aussenwerbung	462 Mio.
■ Direktwerbung	908 Mio.
■ Werbeartikel	746 Mio.
■ Kino	32 Mio.

---

<b>Total</b>	<b>CHF</b>	<b>4614 Mio.</b>
--------------	------------	------------------

\*) Suchmaschinenwerbung & Social Media sind nicht berücksichtigt.

---

### Kontakt

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

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

### Werbestatistik Schweiz

Die Werbestatistik Schweiz gibt Auskunft über die Nettobeträge, welche die Werbeaufraggeber 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 2018 sind ab Donnerstag, 23. Mai 2019, auf der Website der Stiftung Werbestatistik einsehbar: [www.werbestatistik.ch](http://www.werbestatistik.ch)