Stiftung Werbestatistik Schweiz
Fondation Statistique Suisse en Publicité
Fondazione Statistica Svizzera di Pubblicità

Netto-Werbeumsätze 2013: Knapp unter dem Vorjahresniveau

Für das Jahr 2013 wurden insgesamt Werbeumsätze von CHF 4'209 Mio. gemeldet. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einem Rückgang um 1.7%. Damit hat sich das Wirtschaftswachstum nicht auf den Werbemarkt übertragen.

	Netto-Werbeumsätze 2013 in Mio. CHF	Abweichung gegenüber 2012	Abweichung gegenüber 10-Jahres-Durchschnitt
Netto-Werbeumsätze	**4'209**	**–1.7%**	**–10.7%**
Presse Total	**1'615**	**–9.4%**	**–23.7%**
Tagespresse-, regionale Wochen-, Sonntagspresse	1'032	–10.6%	–29.1%
Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse	367	–8.4%	–12.1%
Spezialpresse	112	–5.4%	–10.9%
Fachpresse	104	–5.6%	–12.5%
Fernsehen (inkl. Sponsoring) Total	**749**	**+3.1%**	**14.9%**
öffentlich-rechtliche Sender	374	–1.5%	–4.3%
private Schweizer Sender	74	–8.7%	20.7%
ausländische Werbefenster	301	+13.6%	50.3%
Radio (inkl. Sponsoring)	**157**	**+6.7%**	**12.9%**
Kino	**26**	**–13.2%**	**–16.7%**
Teletext	**4**	**–21.7%**	**–48.7%**
Adscreen	**7**	**+19.0%**	
Aussenwerbung Total	**565**	**–0.4%**	**–0.1%**
Plakatwerbung (analog)	327	–0.6%	
Plakatwerbung (digital)	23	+3.6%	
Verkehrsmittelwerbung	65	–1.5%	
Neon	150	0.0%	
Direktwerbung	**1'086**	**+6.9%**	
Online (Schätzungen)	642	+12.1%	

2013 im Vergleich zum 10-Jahres-Durchschnitt

Wegen der Umsatzschwankungen der vergangenen Jahre macht es Sinn, die aktuellen Zahlen in Relation zum Durchschnitt der letzten 10 Jahre zu setzen. Der Vergleich zeigt, dass das Gesamtergebnis von 2013 deutlich unter dem 10-Jahres-Durchschnitt (–10.7%) liegt. Die starken Werbejahre von 2006–2008 mit Umsatzzahlen von über 5 Milliarden CHF treiben den 10-Jahres-Durchschnitt nach oben.

Werbung hält nicht mit dem Wirtschaftswachstum mit

Gemäss den aktuellsten Zahlen des SECO hat das Bruttoinlandprodukt im Jahre 2013 und 2.0% zugenommen. Die in den letzten Jahren beobachtete positive Entwicklung des BIP hat sich nicht auf die Werbeumsätze der klassischen Mediengattungen übertragen.

Presse: Inserateeinnahmen sind weiter zurückgegangen

Die Netto-Werbeumsätze der Schweizer Presse liegen mit CHF 1'615 Mio. um 9.4% unter dem Vorjahresniveau. Vom Rückgang am stärksten betroffen ist die Tagespresse (–12.2%), die mit CHF 718 Mio. gegenüber dem Allzeithoch von 2007 rund 47% weniger Werbeeinnahmen generiert hat.

Mit CHF 113 Mio. wurde bei den Stellenanzeigen der tiefste Wert seit Beginn der Messungen im Jahre 1982 erreicht.

Fernsehen: Unterschiedliche Entwicklungen bei den verschiedenen Senderarten

Insgesamt liegen die Zahlen der Fernsehwerbung (inkl. Sponsoring von Sendungen) leicht über dem Vorjahresniveau (+3.1%). Von den CHF 749 Mio. entfällt noch die Hälfte auf die öffentlich-rechtlichen Sender. Die ausländischen Werbefenster haben weiter an Bedeutung gewonnen und erzielten mit CHF 301 Mio. 13.6% mehr Einnahmen als 2012.

Übrige elektronische Medien: Adscreen und Radio als Gewinner

Von den anderen elektronischen Medien weisen Adscreen (+19.0%) und Radio (+6.7%) positive Entwicklungen auf. Dagegen liegen die Werte für Teletext (–21.7%) und Kino (–13.2%) deutlich unter denjenigen von 2012.

Aussenwerbung: Kaum Veränderungen gegennüber 2012

Insgesamt liegen die Werbeeinnahmen für die Aussenwerbung mit CHF 565 Mio. praktisch auf dem Vorjahresniveau. Mit analoger Plakatwerbung wurden CHF 327 Mio. Umsätze erzielt (–0.6%), während bei der digitalen Plakatwerbung eine Zuwachsrate von 3.6% (Umsatz: CHF 23 Mio.) zu verzeichnen ist.

Positive Entwicklung bei der Direktwerbung

Die Einnahmen aus der Verteilung von adressierter und unadressierter Werbung stiegen um 6.9% auf CHF 1'086 Mio. Die positive Entwicklung ist auf die Einführung neuer Produkte und die Verlagerung zu hochwertigeren Versandprodukten bei der adressierten Werbung zurückzuführen.

Keine Netto-Umsatzzahlen für Online-Werbung

Ein neuerlicher Versuch, Netto-Werte für Online-Werbung zu publizieren, ist an der mangelnden Bereitschaft, Daten zu liefern, gescheitert. Als Ersatz dazu die Zahlen des Online-Werbestatistik Reports 2013 von Media Focus: Die ausgewiesenen Umsätze von CHF 642 Mio. (+12.1% gegenüber 2012) basieren auf Expertenschätzungen für Suchmaschinen-Werbung, Affiliate-Marketing und dem Online-Rubrikenmarkt (Jobs, Immobilien, Autos) sowie auf den Brutto-Umsätzen für Display-Werbung (inkl. Bewegtbild).