

SPERRFRIST BIS 23.5.2023, 12.00 Uhr

MEDIENMITTEILUNG

Netto-Werbeumsätze 2022:

Die Werbeumsätze erholen sich

Zürich, 23. Mai 2023 – Weiterer Aufwärtstrend bei den Werbeeinnahmen: Auch in diesem Jahr verzeichnet die Stiftung Werbestatistik Schweiz wieder steigende Werbeumsätze. Die Zahlen sind ab heute auf der Website der Stiftung kostenlos einsehbar.

Die Stiftung Werbestatistik Schweiz hat für 2022 den Werbeaufwand im Schweizer Werbemarkt erhoben. Die gemeldeten Netto-Werbeumsätze betragen insgesamt CHF 4,3 Mia. Dies entspricht einem Wachstum von CHF 254 Mio. bzw. 6,3 % gegenüber dem Vorjahr. Die Mehrheit der ausgewiesenen Mediengattungen konnte mehr Einnahmen verbuchen als 2021. Trotz des Anstiegs in den Netto-Werbeumsätzen konnte das Niveau von 2019, also vor der Pandemie, nicht wieder ganz erreicht werden. Der Umsatz für 2022 liegt insgesamt 6,2 % unter demjenigen von 2019.

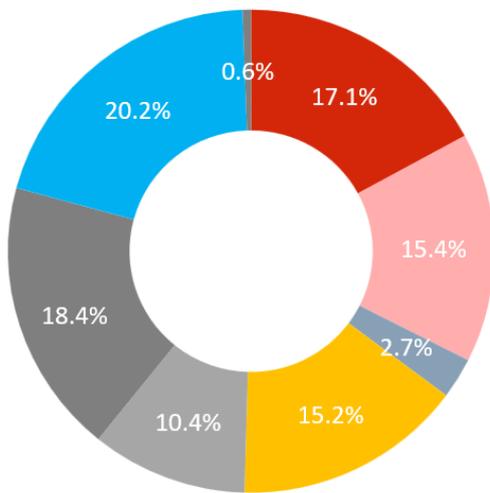
Im Vergleich zu 2021 konnten einige Mediengattungen ihren Umsatz steigern. So können Kino (+71,6 %), Werbe- und Promotionsartikel (+26,6 %), Aussenwerbung (+17,1 %), Radio (+7,1 %) und Online (+4,8 %) wachsende Werbeeinnahmen verzeichnen. Presse (–0,8 %), Fernsehen (–2,3 %) und Direktwerbung (–2,6 %) zeigen einen leichten Rückgang.

Betrachtet man die Entwicklungen des Bruttoinlandprodukts (+2,1 %) und der Netto-Werbeumsätze (+6,3 %), weisen beide einen Zuwachs aus. Die Werbeumsätze verzeichnen aber einen grösseren Zuwachs als das Bruttoinlandprodukt.

Onlinewerbung insgeheim Spitzenreiterin

Zu den Mediengattungen, die am meisten Werbeumsatz generieren, gehören die Presse, die Direktwerbung und die Werbeatikel. Obwohl sowohl Presse als auch Direktwerbung etwas einbüßen mussten, weisen sie in diesem Jahr einen der höchsten Anteile aus. Auch Gattungen wie TV und Online erhalten einen hohen Anteil der Umsätze. Bei der Onlinewerbung werden allerdings die Umsätze der globalen Tech-Plattformen und damit die Abflüsse ins Ausland aus methodischen Gründen nicht berücksichtigt. Um diesem Fehlen entgegenzuwirken, wurde mit der diesjährigen Publikation zum ersten Mal eine fundierte Expertenschätzung vorgenommen. Die geschätzten Umsätze in den Bereichen YouTube, Suchmaschinenwerbung und Social Media belaufen sich insgesamt auf CHF 1,69 bis 2,07 Mia., wodurch in einer Gesamtbetrachtung der Bereich Online zur klaren Nummer eins wird.

WERBEAUFWAND SCHWEIZ: NETTO-WERBEUMSÄTZE 2022



■ Presse	735 Mio.
■ TV	662 Mio.
■ Radio	118 Mio.
■ Online*	656 Mio.
■ Aussenwerbung	446 Mio.
■ Direktwerbung	793 Mio.
■ Werbeartikel	870 Mio.
■ Kino	24 Mio.

Total	CHF	4 304 Mio.
--------------	------------	-------------------

*) Suchmaschinenwerbung und Social Media sind nicht berücksichtigt.
Gemäss Expertenschätzung liegen diese Umsätze zwischen CHF 1'690-2'070 Mio.

Kontakt

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

Nicole Ammann, Projektleiterin 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 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 2022 sind ab Donnerstag, 23. Mai 2023 auf der Website der Stiftung Werbestatistik Schweiz einsehbar: www.werbestatistik.ch