

SPERRFRIST BIS 26.05.2025, 12.00 Uhr

MEDIENMITTEILUNG

Netto-Werbeumsätze 2024:

Werbeumsätze stagnieren insgesamt – Kino und Aussenwerbung leicht im Plus

Zürich, 26. Mai 2025 – Die Stiftung Werbestatistik Schweiz verzeichnet Umsatzsteigerungen in den Bereichen Aussenwerbung und Kinowerbung. Alle anderen ausgewiesenen Mediengattungen konnten ihre Umsätze im Vergleich zum Vorjahr nicht erhöhen. Insgesamt nahmen die Netto-Werbeumsätze im Vergleich zum Vorjahr leicht ab.

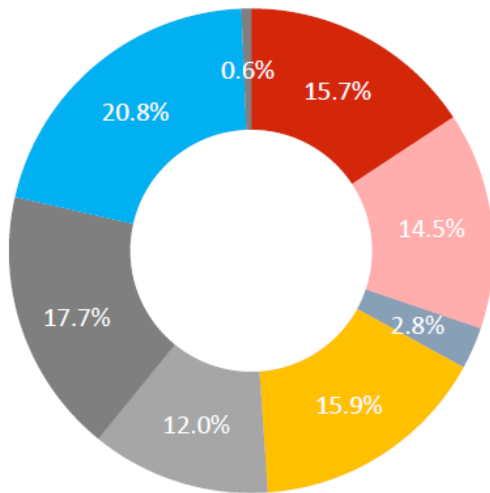
Die Stiftung Werbestatistik Schweiz hat die Werbeausgaben für den Schweizer Werbemarkt im Jahr 2024 erhoben. Die gemeldeten Netto-Werbeumsätze belaufen sich auf insgesamt CHF 4,1 Mia. Das entspricht einem Rückgang von CHF 92 Mio. oder -2,2 % im Vergleich zu 2023. In der diesjährigen Ausgabe der Werbestatistik können die ausgewiesenen Totale der Netto-Werbeumsätze nicht durchgängig mit den Vorjahreswerten verglichen werden. Grund hierfür ist eine Korrekturmeldung im Bereich TV fürs Jahr 2023. Die schwache Entwicklung der Werbeumsätze entspricht auch dem verhaltenen allgemeinen Wirtschaftswachstum. Das Bruttoinlandprodukt stieg 2024 nur um 1,3 %.

Trotzdem konnten zwei Mediengattungen ihre Umsätze im Vergleich zu 2023 erhöhen. Eine positive Umsatzentwicklung verzeichnen die Aussenwerbung mit einem Zuwachs von 2,9 % und die Kinowerbung mit 2,8 %. Direktwerbung (-1,8 %), Fernsehen (-1,7 %), Online (-1,1 %), Print (-8,4 %), Radio (-2,5 %) sowie Werbe- und Promotionsartikel (-1,4 %) verzeichneten hingegen einen Rückgang.

Massive Abflüsse ins Ausland bei der Onlinewerbung

Die Werbeartikel, die Direktwerbung und die Presse gehören auch 2024 zu den Mediengattungen, die am meisten Werbeerlöse erzielen. Sie haben trotz leichten Verlusten einen der höchsten Marktanteile in diesem Jahr. Auch TV und Online erreichen weiterhin hohe Anteile der Erlöse. Bei der Onlinewerbung sind jedoch die Einnahmen der globalen Tech-Plattformen nicht in der Werbestatistik berücksichtigt, weil sie nicht an der Erhebung teilnehmen. Um diese Lücke zu schliessen, wurde wieder eine fundierte Experteneinschätzung durchgeführt. Die geschätzten Einnahmen aus YouTube, Suchmaschinenwerbung und Social Media, die zu einem erheblichen Teil ins Ausland abfliessen, betragen insgesamt CHF 1,96 bis 2,4 Mia., wodurch in der Gesamtbetrachtung der Bereich Online am meisten Werbeumsatz generiert. Die Expertinnen und Experten gehen dabei von einem Wachstum von etwa 7 % gegenüber dem Vorjahr aus.

WERBEAUFWAND SCHWEIZ: NETTO-WERBEUMSÄTZE 2024:



■ Presse	652 Mio.
■ TV	600 Mio.
■ Radio	116 Mio.
■ Online*	660 Mio.
■ Aussenwerbung	496 Mio.
■ Direktwerbung	733 Mio.
■ Werbeartikel	862 Mio.
■ Kino	26 Mio.

Total	CHF	4 146 Mio.
--------------	------------	-------------------

*) Suchmaschinenwerbung, YouTube und Social Media sind nicht berücksichtigt.
Gemäss Expertenschätzung liegen diese Umsätze zwischen CHF 1'956 – 2'397 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 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.

www.werbestatistik.ch