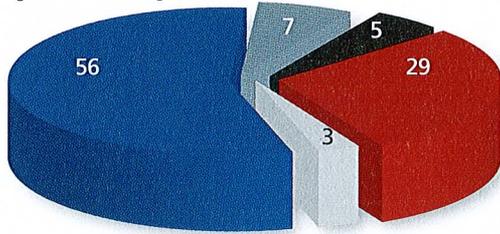


# Überwiegend Plakate

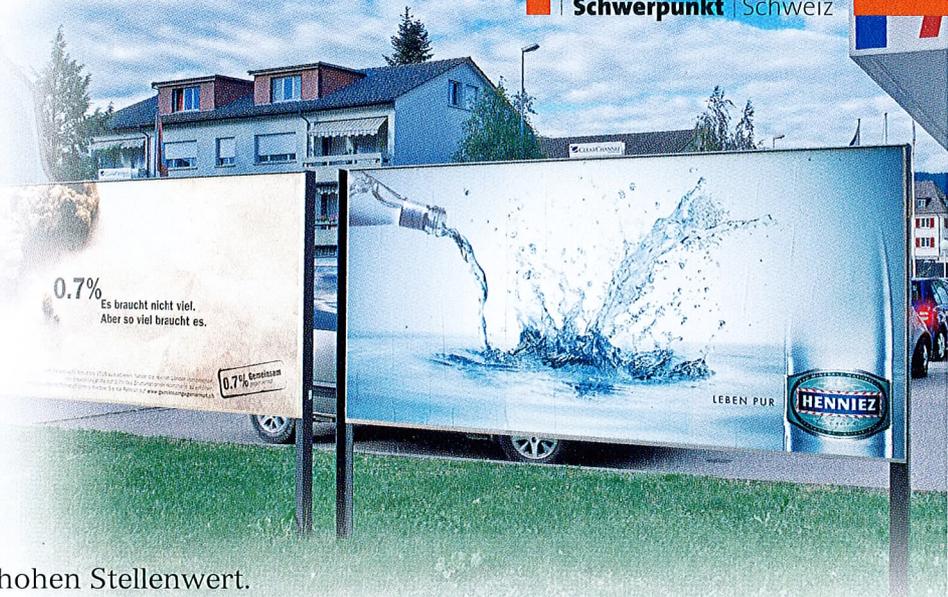
Marktanteile am Außenwerbeumsatz

Angaben in Prozent

- Plakatwerbung
- Verkehrsmittelwerbung
- Sport/Stadionwerbung
- Neon
- Übrige Außenwerbung



Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz. © Compact



## Stark konzentriert

Außenwerbung hat in der Schweiz einen hohen Stellenwert. Den Markt teilen sich im Wesentlichen zwei Anbieter.

Mehr als ein Zehntel der Schweizer Werbeinvestitionen fließt in Außenwerbung. In kaum einem anderen Land bringt es das Medium auf einen derart großen Anteil am Werbekuchen. Unter den Anbietern dominiert die Affichage Groupe (APG) mit 75 Prozent Marktanteil, der Wettbewerber Clear Channel kommt auf 24 Prozent. Die Konzentration und damit verbundene einfache

Handhabung gelten auch als Grund, warum Outdoor einen hohen Marktanteil hat. Künftig werden die Zahlen vielleicht noch besser: Ende 2006 brachte Swiss Poster Research Plus (SPR+) ein neues Werkzeug zur Leistungsmessung von Außenwerbung auf den Markt. Über den Einsatz von GPS werden das Mobilitätsverhalten der Bevölkerung sowie Kontakte mit Plakatflächen ana-

lysiert. Anbieter von Außenwerbeflächen erzielten laut Stiftung Werbestatistik Schweiz 2006 einen Nettoumsatz von 598 Millionen Franken, sieben Prozent mehr als im Vorjahr. Nach den nicht damit vergleichbaren Statistiken des Marktforschers Media Focus wurden mit Plakaten 2006 Bruttoerlöse von 423 Millionen Franken erwirtschaftet, fünf Prozent mehr als 2005. *cu*

## Fast die Hälfte in der Freizeit

Tägliche Mobilität (Anteile in %)

Nach Zweck	Nach Verkehrsmittel	
Freizeit	45	Auto 67
Arbeit	23	Bahn 16
Einkauf	12	Zu Fuß 6
Geschäftl. Tätigkeit	9	Tram/Bus 4
Unbestimmt	7	Andere 4
Ausbildung	4	Rad 2
Service und Begleitung	1	Zweirad mit Motor 2
		Postauto 0,4

<sup>1</sup>Basis: mittlere Tagesdistanz pro Person in der Schweiz, 37,3 km. (Mittlere Unterwegszeit pro Person in der Schweiz: 88,4 Minuten.) Quelle: BFS, ARE. © Compact

## STUDIEN ZUM SCHWERPUNKTTHEMA

Weiterführende Quellen zum Werbemarkt Schweiz

### WEMF-Studien

U.a. Media-Analyse (MACH Basic), Verbrauchs-Analyse (MA Consumer), Entscheiderstudie (MA Leader), Inserate- und Werbestatistik. [www.wemf.ch](http://www.wemf.ch)

### Schweizer Bundesamt für Statistik (BFS)

Daten zu Land und Leuten. [www.bfs.admin.ch](http://www.bfs.admin.ch)

### Portal der Publicadata AG

U.a. Zahlen zu TV, Radio und Internet-Nutzung. [www.publicadata.ch](http://www.publicadata.ch)

### Printmedien Schweiz 07/08

Überblick über die Printlandschaft. [www.printmedienschweiz.ch](http://www.printmedienschweiz.ch)

### Studien der Media Research Group

Trends in der Nutzung von Kommunikationsmedien. [www.mediaresearchgroup.ch](http://www.mediaresearchgroup.ch)

### Media Focus

Erhebung der Bruttowerbeausgaben (Joint Venture von IHA GfK und Nielsen). [www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)

### Nielsen/ACNielsen Schweiz

Konsumentenmarktforschung, u.a. Übersicht Insights Schweiz. [www.acnielsen.ch](http://www.acnielsen.ch)

### Top 2007 – größte Schweizer Unternehmen

Jährliches Kompendium mit statistischen Daten und Kennzahlen von rund 1600 Schweizer Unternehmen. [www.handelszeitung.ch](http://www.handelszeitung.ch)

### Jahrbuch Marketing-Kommunikation

Report zu Trends in Werbung, Marketing, Medien. [www.kbmedien.ch](http://www.kbmedien.ch)

### Net Metrix

Daten zu Online-Nutzung und Reichweiten. [www.net-metrix.ch](http://www.net-metrix.ch)

### Schweizer Presse

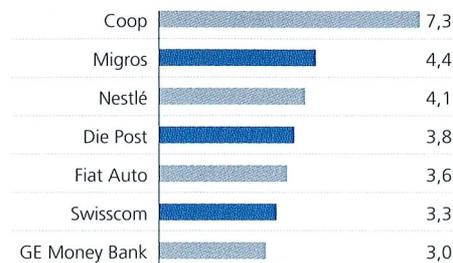
Daten zum Print- und Werbemarkt. [www.schweizerpresse.ch](http://www.schweizerpresse.ch)

### Fachpublikationen zu Werbung/Marketing

[www.persoendlich.com](http://www.persoendlich.com), [www.werbewoche.ch](http://www.werbewoche.ch), [www.mtj.ch](http://www.mtj.ch), [www.m-k.ch](http://www.m-k.ch) (Auswahl)

## Händler vor Kaffee

Größte Plakatwerber im 1. Halbjahr 2007  
In Mio. sFr.



Gesamtaufwand 1.1.–30.6.2007: 221,5 Mio. sFr. Quelle: Media Focus. © Compact