

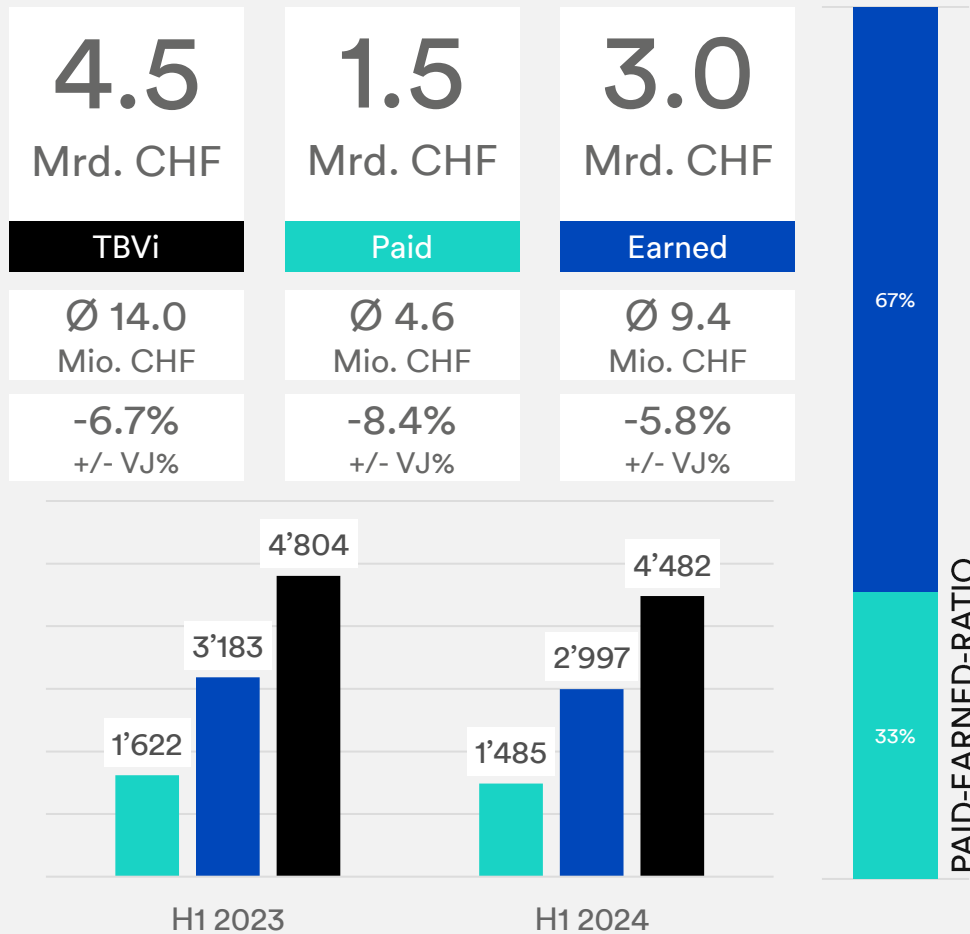
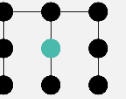
320 Brands
22 Branchen



Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz H1 2024

320 Brands



In MCHF

**H1
2024**

Gesamtsichtbarkeit 4.5 Mrd.: ø 14.0 Mio. pro Brand
Die Gesamtsichtbarkeit der 320 erfassten Brands betrug im 1. Halbjahr 2024 4.5 Milliarden Bruttofranken.

Ratio

Paid-Earned-Ratio zugunsten von Earned-Media
67% der Gesamtsichtbarkeit entfällt auf Earned-Media, was 3.0 Mrd. Franken entspricht. Dem gegenüber stehen 1.5 Mrd. Franken Bruttowerbedruck (33%).

-6.7%

Sichtbarkeitseinbusse von H1 2023 auf H1 2024
Die Gesamtsichtbarkeit ist im 1. Halbjahr 2024 im Vergleich zum 1. Halbjahr 2023 um -6.7% gesunken. Sowohl in der Paid-Präsenz (-8.4%) als auch in der Earned-Präsenz (-5.8%) gab es einen Rückgang. Dies ist v.a. auf den UBS/CS Merger im Jahr 2023 und dessen mediale Diskussion zurückzuführen. Prozentual den höchsten Sichtbarkeitsanstieg hat die Branche **Freizeit, Gastronomie, Tourismus** (+51%), gefolgt von der Branche **Optik & Akustik** (+34%). Hingegen verbucht die Branche **Dienstleistung** die höchsten Sichtbarkeitseinbussen (-67%) gefolgt von der Branche **Tabak** (-49%).

Total Industry Visibility

Paid Media + Earned Media = Total Brand Visibility

320 Brands



Fahrzeuge bleiben dank Earned Media weiterhin die Branche mit der höchsten Total Brand Visibility.



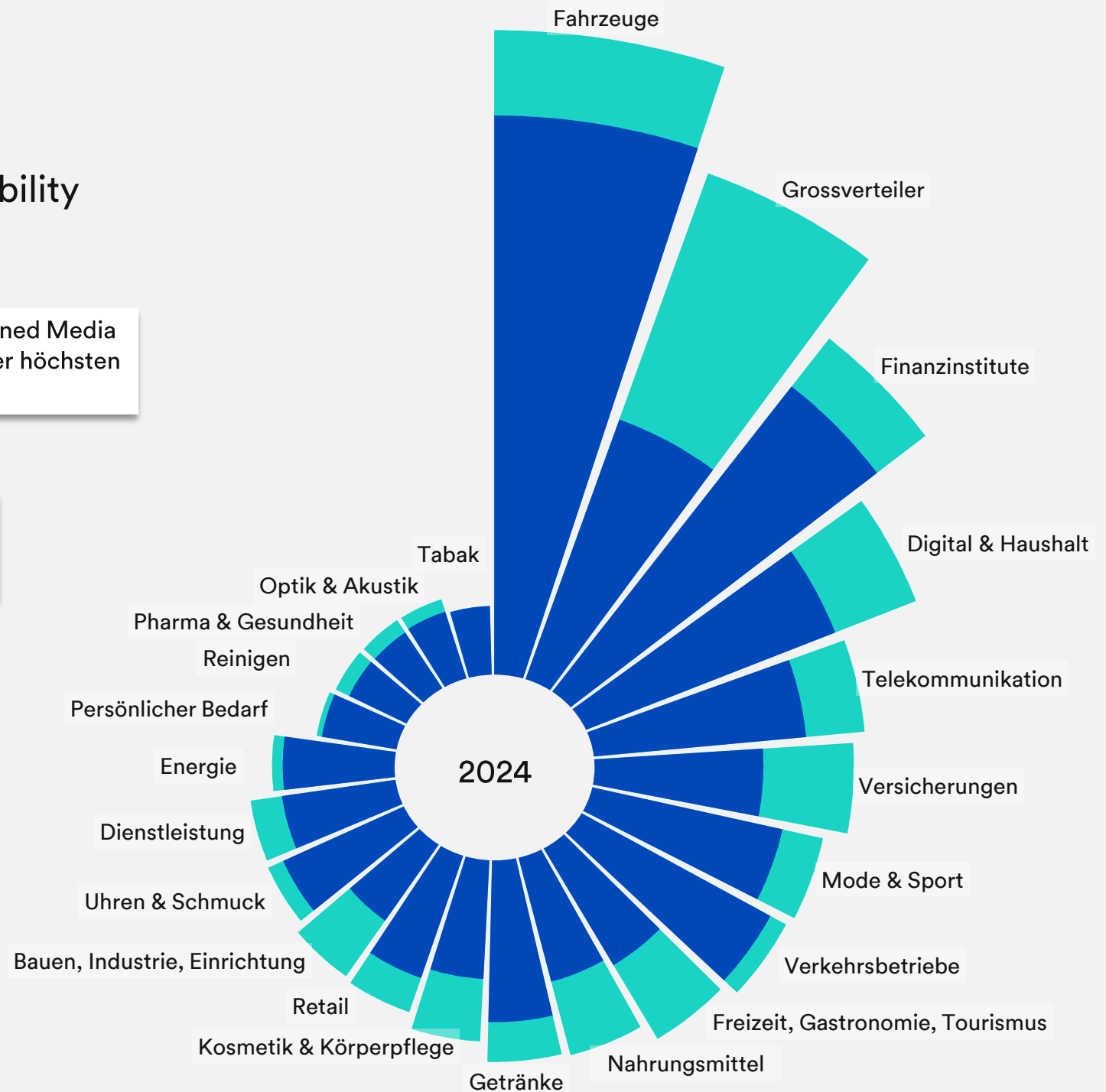
Die Grossverteiler belegen dank werblicher Präsenz den 2. Rang in der Gesamtsichtbarkeit.



Die Finanzinstitute belegen den 2. Rang bei der Earned-Media-Präsenz und liegen insgesamt auf den Rang 3.



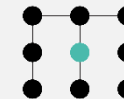
Digital & Haushalt belegen weiterhin den Rang 4 mit einer Paid-Earned-Ratio von 30% / 70%.



Paid-Earned-Ratio

Markentrend Schweiz H1 2024

320 Brands

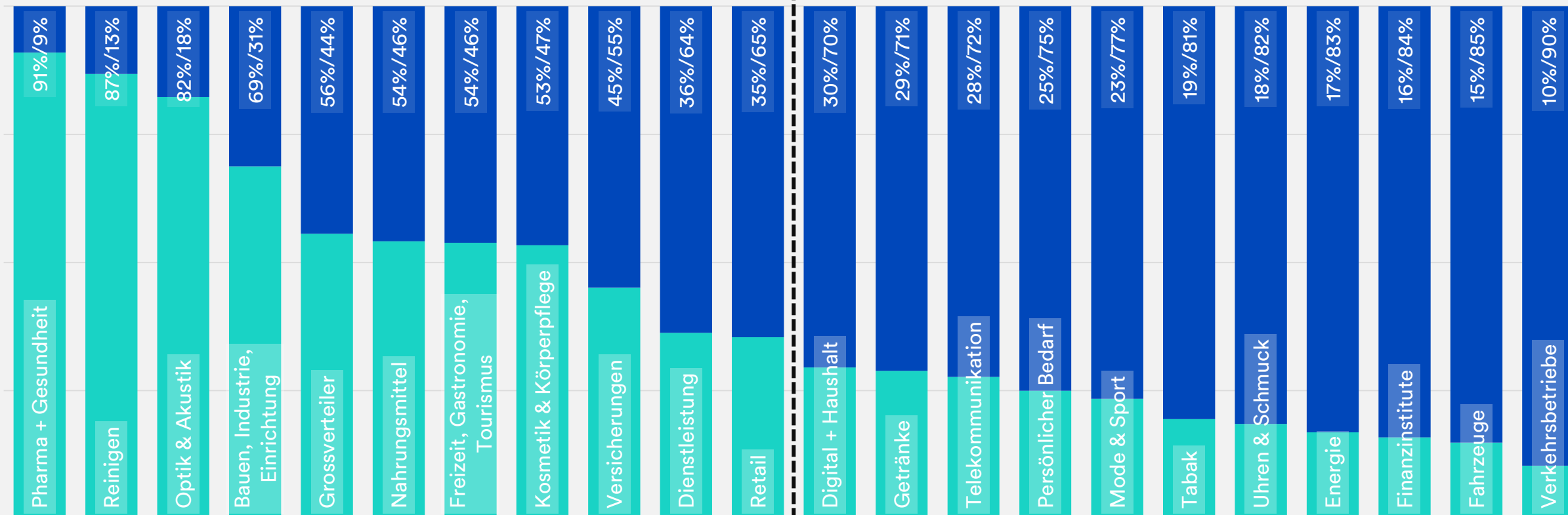


Swiss Benchmark:

33% / 67%

← Paid Fokus

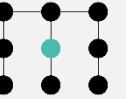
Earned Fokus →



Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz H1 2024

320 Brands



Ranking Top 20 Brands

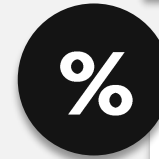
TBVi	Brand	Paid	Earned	Paid-Earned-Ratio	
1	Coop	1	9	72% / 28%	
2	Migros	2	3	47% / 53%	
3	UBS	21	2	10% / 90%	
4	Google	221	1	1% / 99%	
5	SBB	34	4	9% / 91%	
6	Apple	57	5	7% / 93%	
7	Mercedes	58	6	8% / 92%	
8	Red Bull	46	7	9% / 91%	
9	Credit Suisse	110	8	5% / 95%	
10	Swisscom	4	15	35% / 65%	
11	VW	25	12	20% / 80%	
12	Ferrari	293	10	0% / 100%	
13	Tesla	298	11	0% / 100%	
14	Amazon	32	13	17% / 83%	
15	Lidl	6	24	45% / 55%	
16	BMW	93	14	9% / 91%	
17	Cornèr Bank	115	16	8% / 92%	
18	Mc Donald's	3	37	58% / 42%	
19	Nestlé	43	17	19% / 81%	
20	Audi	56	18	16% / 84%	



Coop mit höchster Paid-Präsenz, sichtbarste Marke insgesamt, Migros auf Rang 2.



Google, Tesla & Ferrari schaffen es praktisch ohne Werbepräsenz in die Top 20.



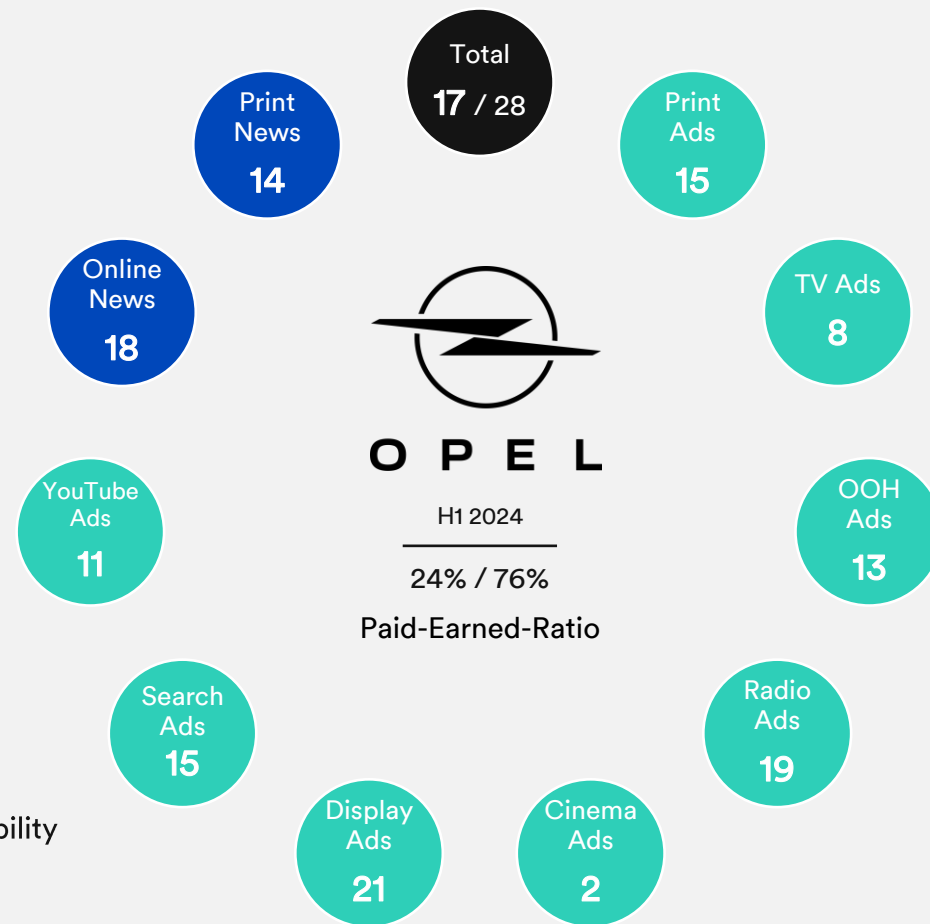
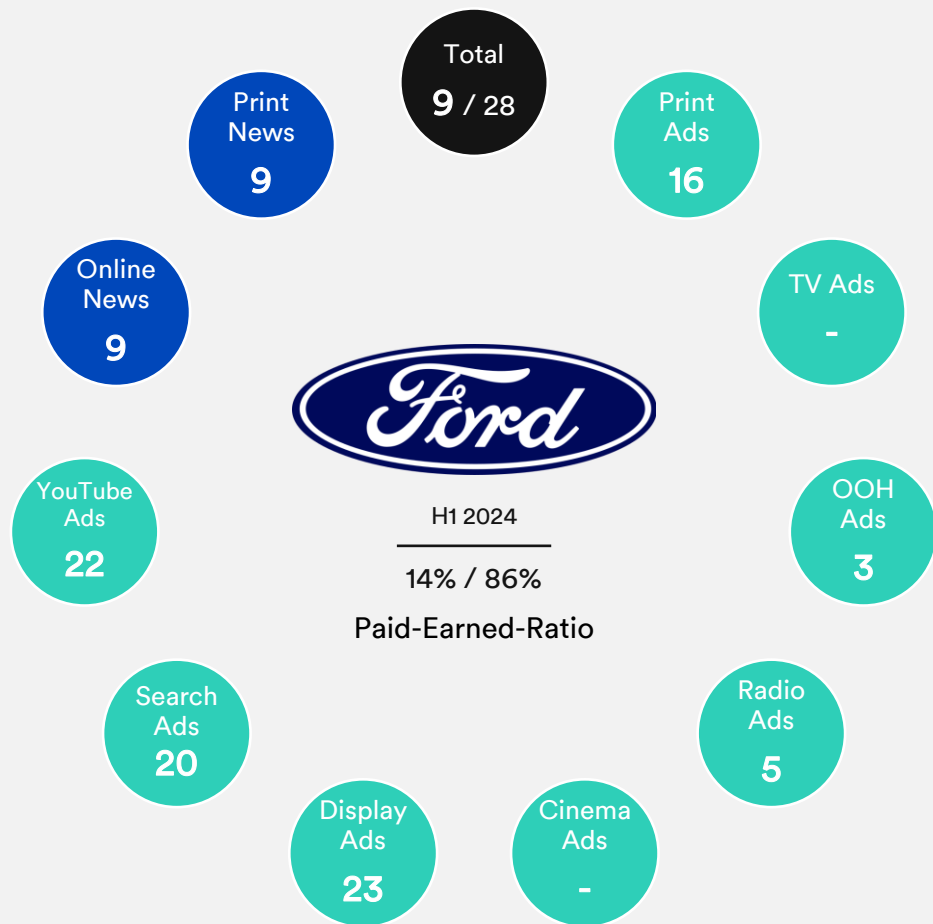
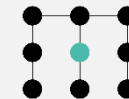
Die Top 10 Brands generieren 28%, die Top 20 39% der Gesamtsichtbarkeit.



Fahrzeuge mit 6 Brands am stärksten vertreten.

Battle of the Brands

Fahrzeuge

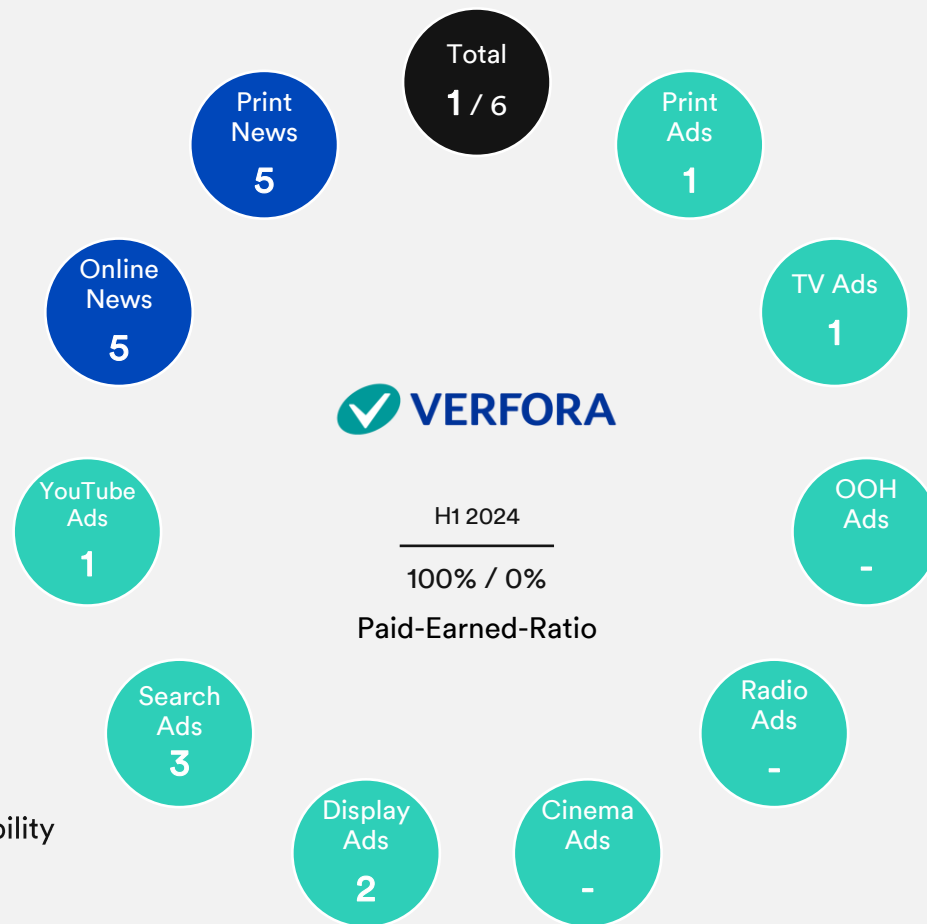
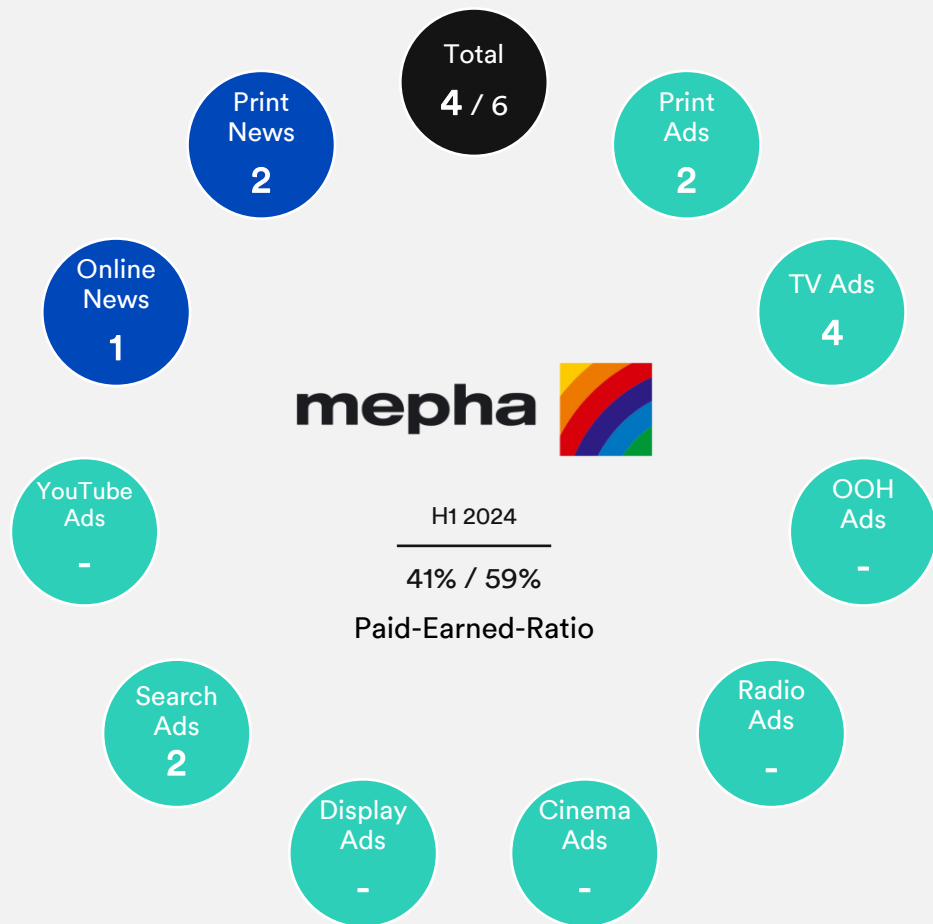
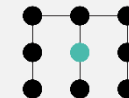


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal
/ #
Rang /
Anzahl Brands

Battle of the Brands

Pharma & Gesundheit

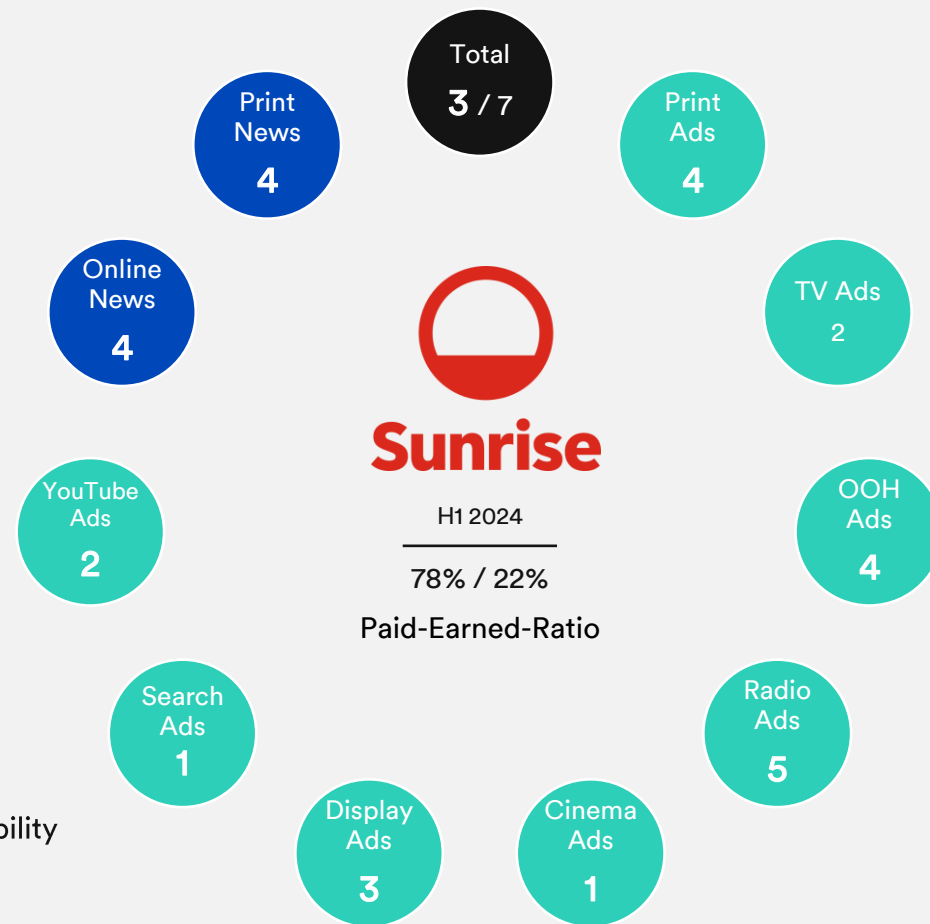
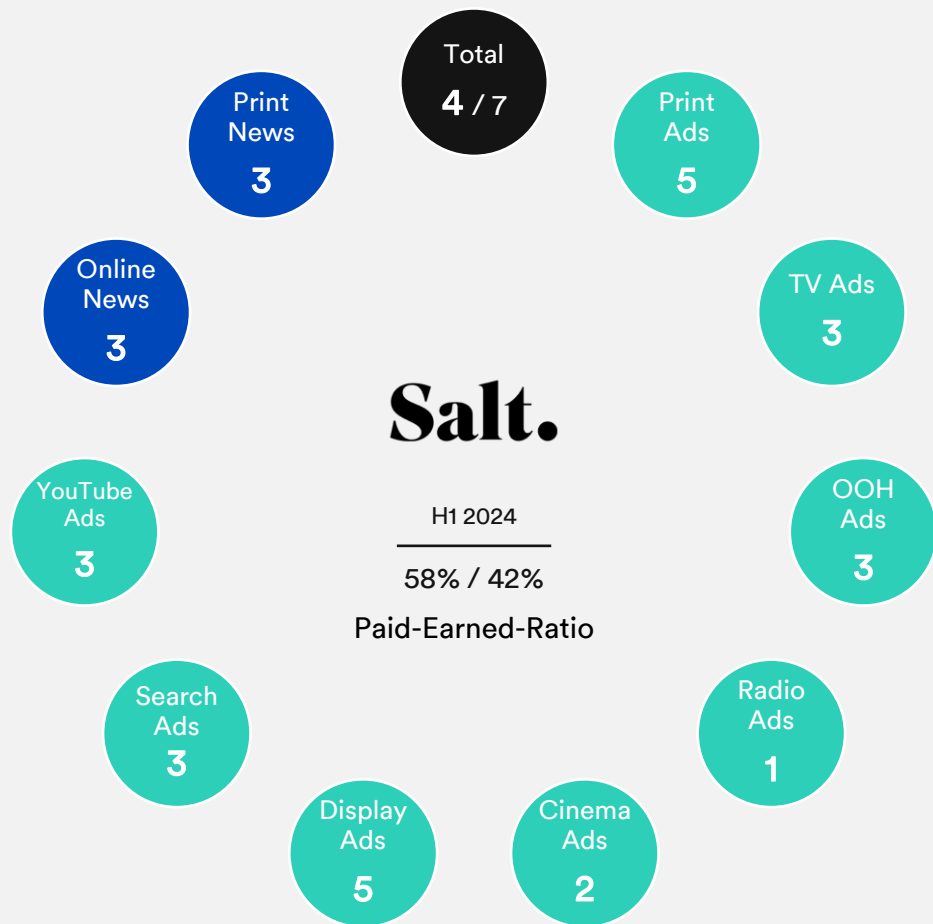
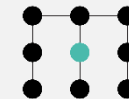


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal
/ #
Rang / Anzahl Brands

Battle of the Brands

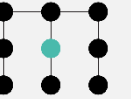
Telekommunikation



- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal
/ #
Rang /
Anzahl Brands

Medienabdeckung



Die **Werbepräsenz** wird in Brutto-Werbedruck gemessen. Es handelt sich dabei um den Gegenwert gemäss Medientarif für die Einzelschaltung und nicht um die tatsächlichen Ausgaben, Kosten oder Budgets. Mengenrabatte, Kunden- oder Sonderkonditionen werden nicht berücksichtigt. Stand August 2024: Es kann bei den Daten der Werbedruckstatistik zu Nachlieferungen und -berechnungen kommen.

Die **Medienpräsenz** wird in Anzeigen-Äquivalenzwert berechnet. Die Berechnung erfolgt offline gemäss Anzeigenpreisen und online auf Basis von u.a. Reichweiten und TKPs.



PRINT

Zeitungen, Zeitschriften,
Fach- & Spezialpresse
(inkl. Beilagen)



OUT OF HOME

Analoge und digitale
Plakatwerbung



TV

Öffentlich-Rechtlich wie Privat



RADIO

Analog und Digital



INTERNET

Display Crawler, Search- und
YouTube-Werbung



KINO



PRINT NEWS

Zeitungen, Zeitschriften,
Fach- & Spezialpresse
(ungewichtet)



ONLINE NEWS

Newsportale
(ungewichtet)

Pro Branche wurden die werbedruckstärksten Brands integriert (min. 75 % Abdeckung Branchenwerbedruck, Basis: Top 500 WBT) und durch Desktop Research um rein medial verbreitete Brands wie Tesla ergänzt. Media Focus erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Media Focus Schweiz GmbH
Stauffacherstrasse 28
8004 Zürich

T +41 43 322 27 50
mediafocus@mediafocus.ch
www.mediafocus.ch