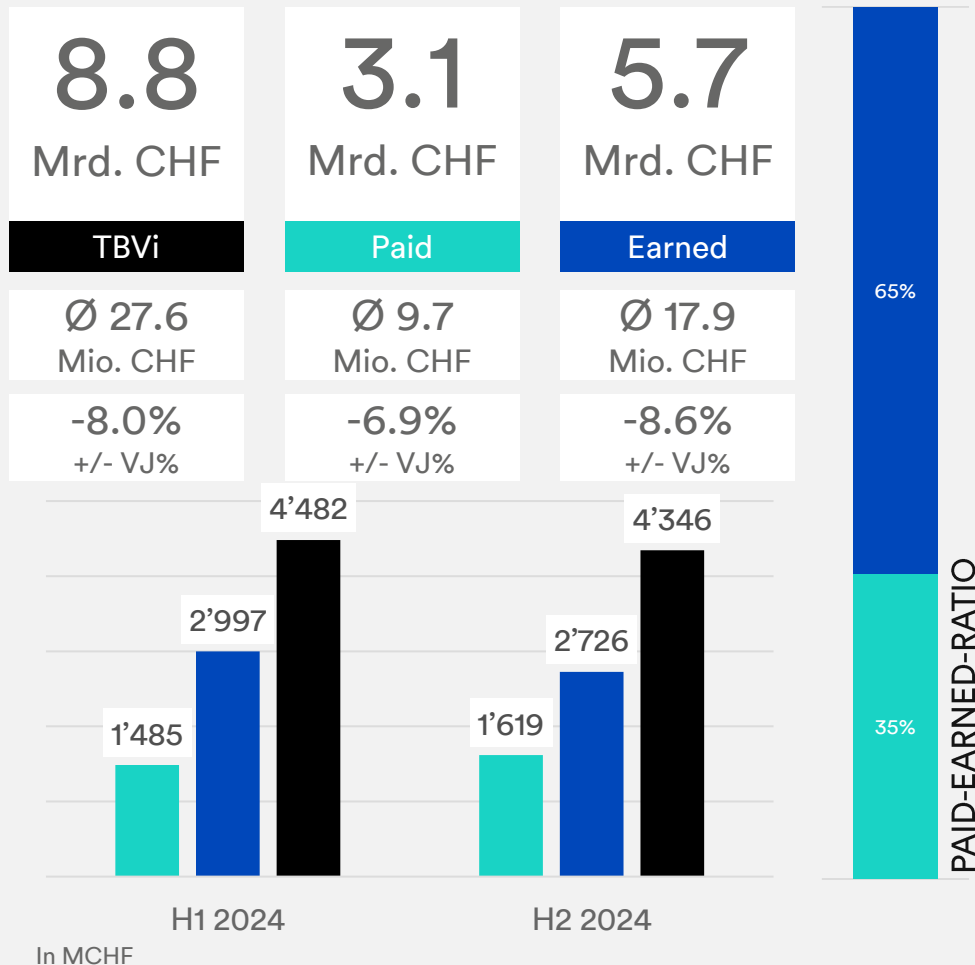
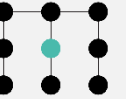




# Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz 2024

320 Brands



2024

**Gesamtsichtbarkeit 8.8 Mrd.: ø 27.6 Mio. pro Brand**  
Die Gesamtsichtbarkeit der 320 erfassten Brands betrug im Jahr 2024 8.8 Milliarden Bruttofranken.

Ratio

**Paid-Earned-Ratio zugunsten von Earned-Media**  
65% der Gesamtsichtbarkeit entfällt auf Earned-Media, was 5.7 Mrd. Franken entspricht. Dem gegenüber stehen 3.1 Mrd. Franken Bruttowerbedruck (35%).

-3.04%

**Sichtbarkeitseinbuse von H1 2024 auf H2 2024**  
Die Gesamtsichtbarkeit ist sowohl im Vorjahresvergleich als auch im Halbjahresvergleich gesunken. 2023 vs. 2024 um -7.97% und H1 2024 vs. H2 2024 um -3.04%. Wobei es im Halbjahresvergleich 2024 in der Paid-Präsenz zu einem Anstieg um 9.05% und in der Earned-Präsenz um einen Rückgang um -9.04% kam. Prozentual den höchsten Sichtbarkeitsanstieg im Halbjahresvergleich hat die Branche **Tabak** (+31%), gefolgt von der Branche **Persönlicher Bedarf** (+24%). Hingegen verbucht die Branche **Finanzinstitute** die höchsten Sichtbarkeitseinbussen (-17%) gefolgt von der Branche **Uhren & Schmuck** (-14%).

# 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.



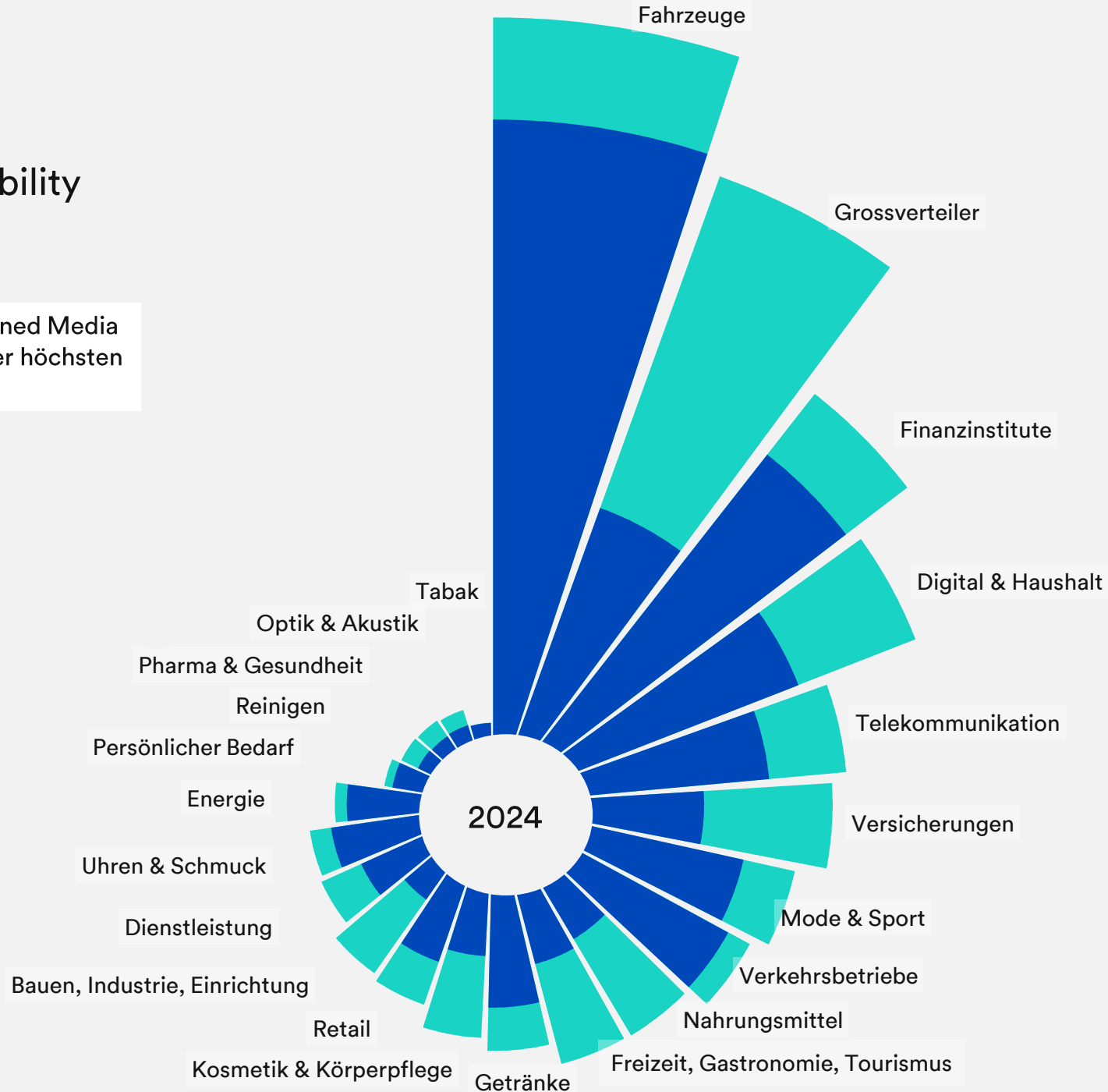
Die Grossverteiler belegen dank werblicher Präsenz den 2. Rang in der Gesamtsichtbarkeit.



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



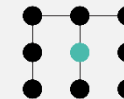
Digital & Haushalt belegen den Rang 4 mit einer Paid-Earned-Ratio von 36% / 64%.



# Paid-Earned-Ratio

Markentrend Schweiz 2024

320 Brands

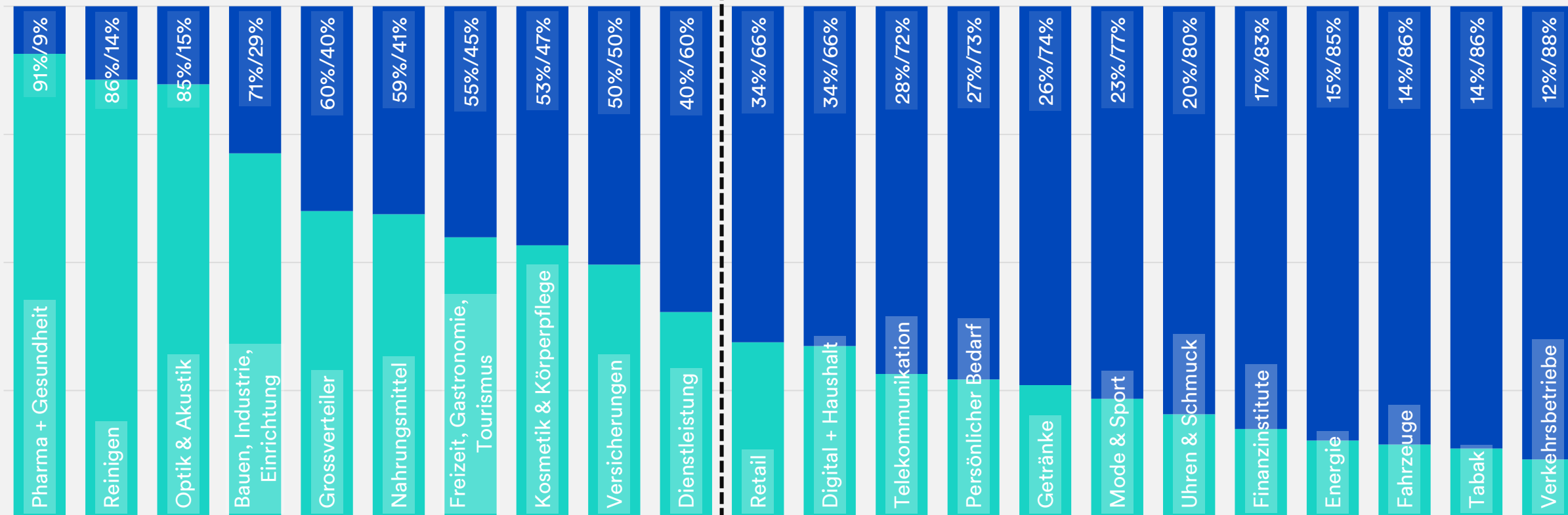


Swiss Benchmark:

35% / 65%

← Paid Fokus

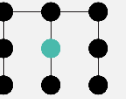
Earned Fokus →



# Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz 2024

320 Brands



## Ranking Top 20 Brands

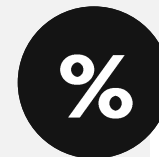
TBVi	Brand	Paid	Earned	Paid-Earned-Ratio	
1	Coop	1	9	74% / 26%	
2	Migros	2	3	51% / 49%	
3	Google	229	1	1% / 99%	
4	UBS	16	2	12% / 88%	
5	SBB	31	4	10% / 90%	
6	Apple	34	6	11% / 89%	
7	Red Bull	57	5	8% / 92%	
8	Mercedes	63	7	8% / 92%	
9	Credit Suisse	161	8	3% / 97%	
10	VW	23	11	19% / 81%	
11	Swisscom	5	16	39% / 61%	
12	Ferrari	296	10	0% / 100%	
13	Tesla	301	12	0% / 100%	
14	Amazon	50	13	14% / 86%	
15	BMW	73	14	11% / 89%	
16	Lidl	7	28	50% / 50%	
17	Cornèr Bank	103	15	9% / 91%	
18	Mc Donald's	3	37	57% / 43%	
19	Nestlé	39	18	21% / 79%	
20	Audi	65	17	15% / 85%	



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



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



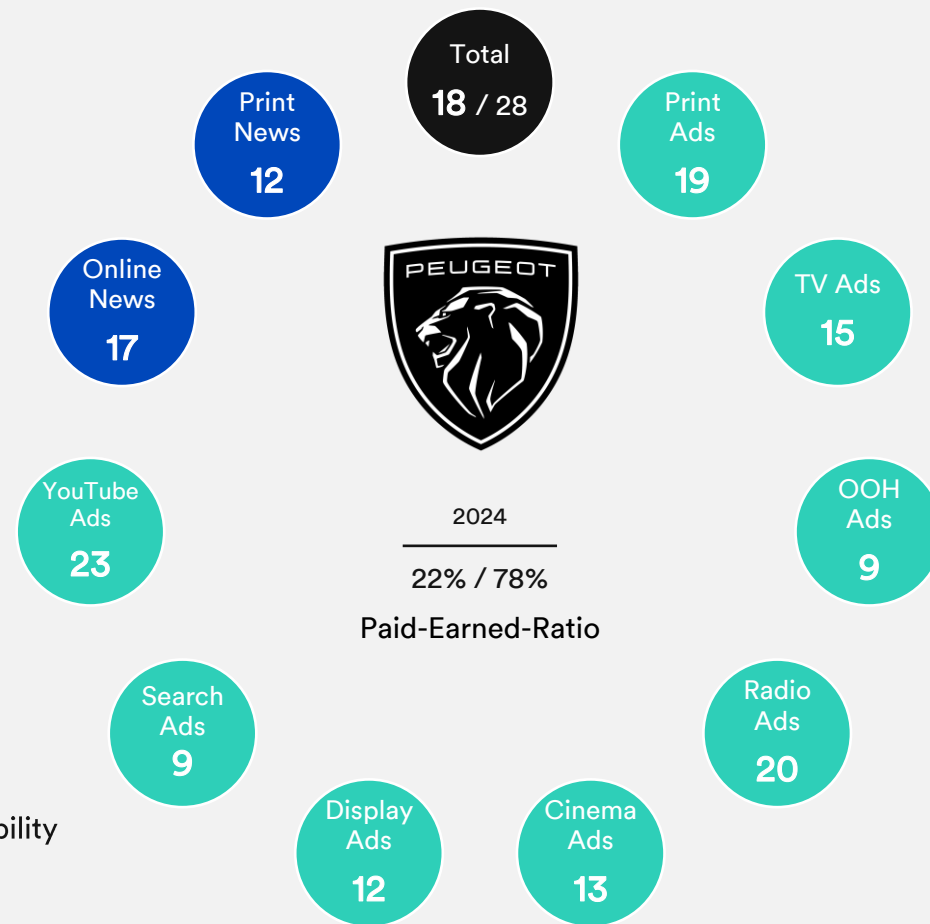
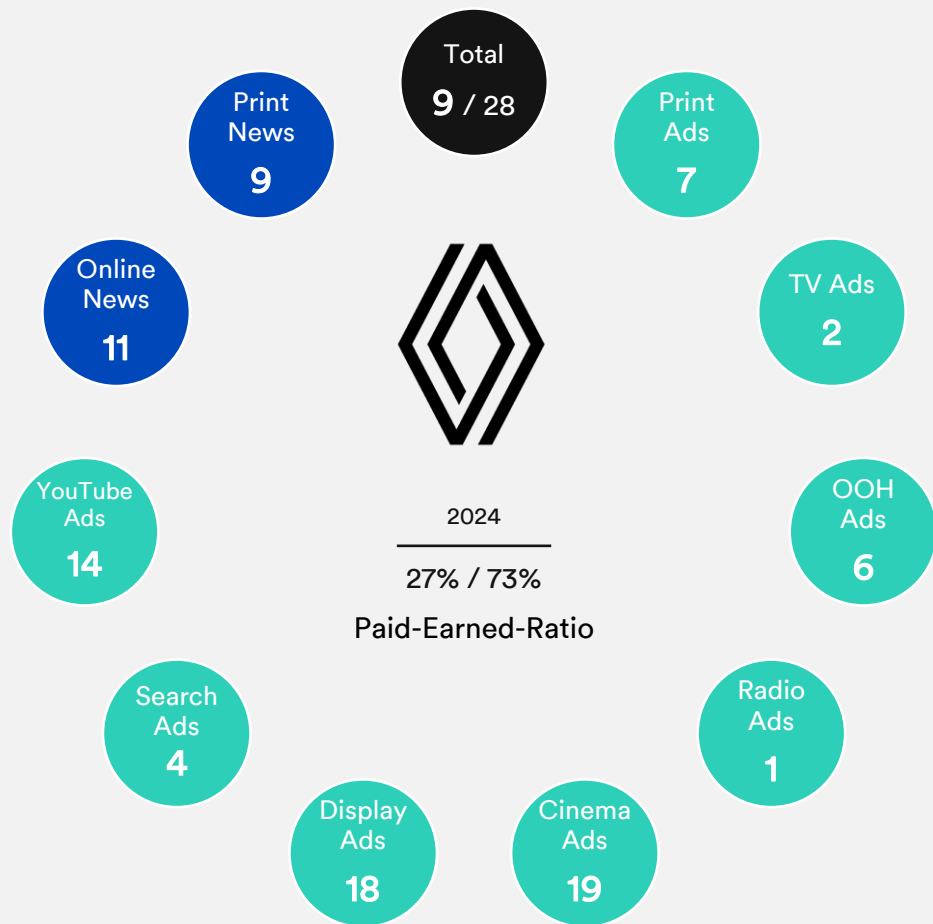
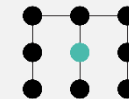
Die Top 10 Brands generieren 28%, die Top 20 39% der Gesamtsichtbarkeit.



Fahrzeuge mit 6 Brands am stärksten vertreten.

# Battle of the Brands

## Fahrzeuge

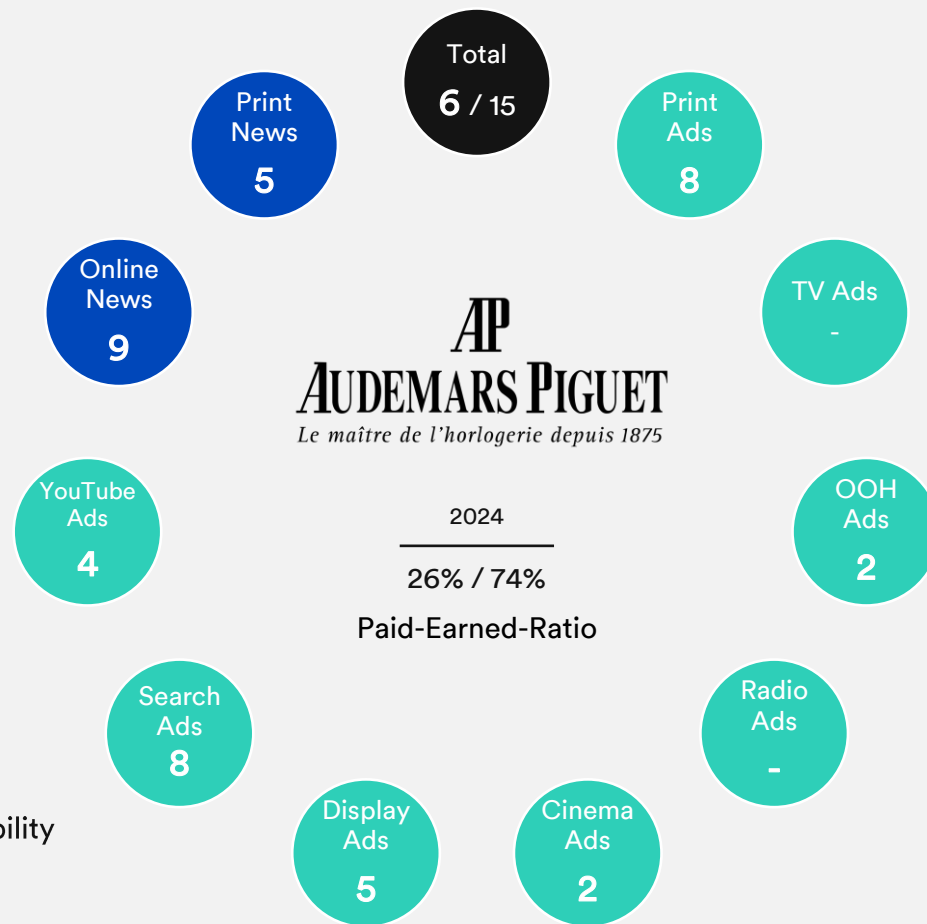
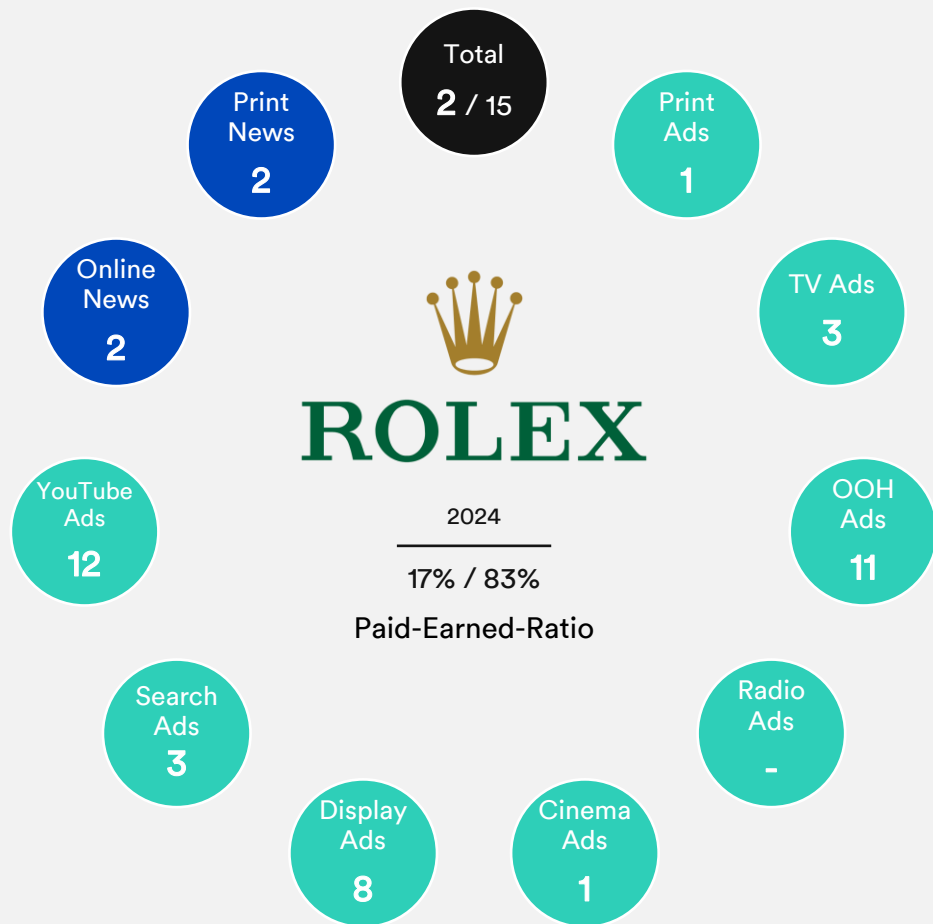
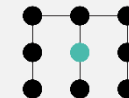


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal  
# / #  
**Rang /**  
Anzahl Brands

# Battle of the Brands

Uhren & Schmuck

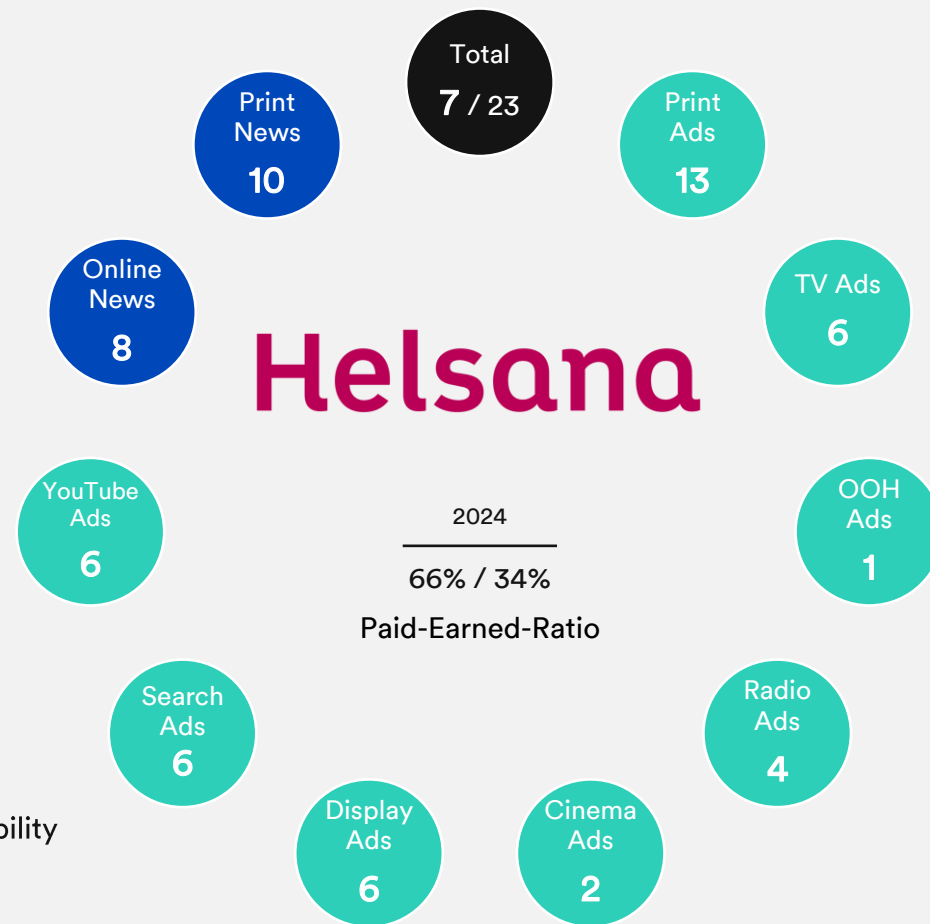
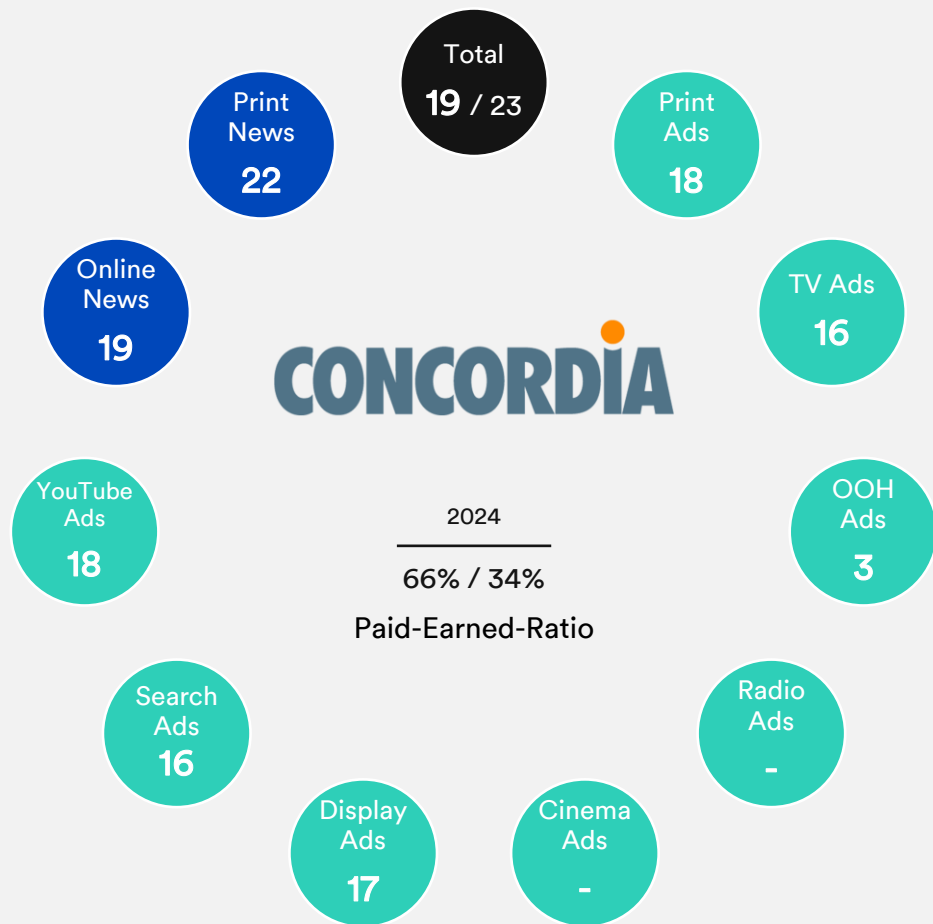
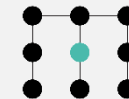


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal  
# / #  
Rang /  
Anzahl Brands

# Battle of the Brands

Versicherungen

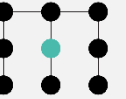


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal  
# / #  
Rang /  
Anzahl Brands



# Medienabdeckung



Die **Werbepresenz** 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. 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](mailto:mediafocus@mediafocus.ch)  
[www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)