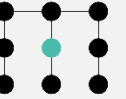
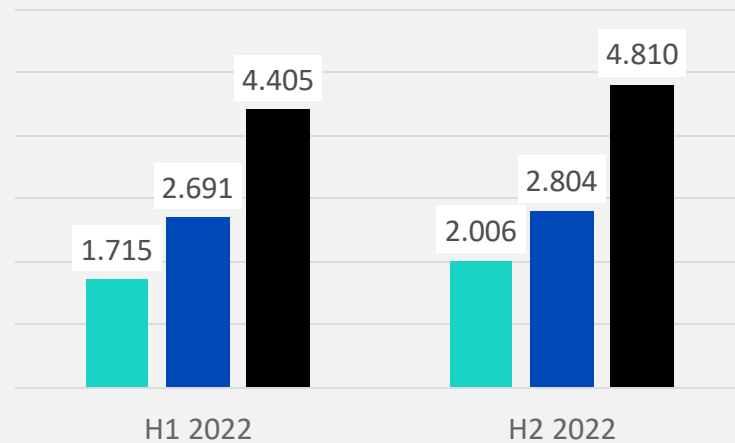
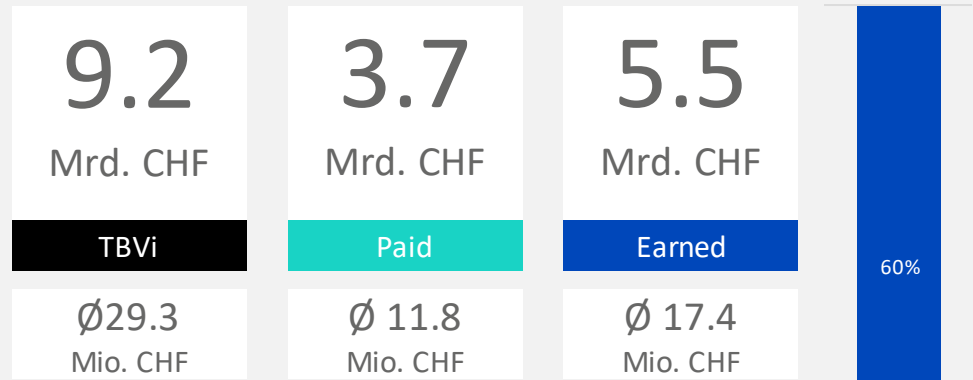


> 300 Brands
22 Branchen



Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz 2022



In MCHF

2022

Gesamtsichtbarkeit 9.2 Mrd.: Ø 29.3 Mio. pro Brand

Die Gesamtsichtbarkeit der 315 erfassten Brands betrug im Jahr 2022 9.2 Milliarden Bruttofranken.

Ratio

Paid-Earned-Ratio zugunsten von Earned-Media

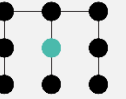
60% der Gesamtsichtbarkeit entfällt auf Earned-Media. Dies entspricht 5.5 Mrd. Franken. Dagegen stehen 3.7 Mrd. Franken Bruttowerbedruck (40%).

+9%

Sichtbarkeitsanstieg von H1 auf H2

Die Gesamtsichtbarkeit ist im 2. Halbjahr 2022 um 404.3 Mio. CHF gestiegen (+9%). Grösster Trigger hierfür war die Paid-Präsenz (+17%), aber auch Earned mit einer Steigerung von 4 Prozent. Prozentual am stärksten gewachsen ist die Branche Versicherungen (+48%), gefolgt von Mode & Sport (+31%) und Energie (+28%). 3 Branchen haben ihre Sichtbarkeit reduziert: Optik & Akustik (-12%), Pharma & Gesundheit (-9%) und Telekommunikation (-6%).

Total Industry Visibility



Paid Media + Earned Media = Total Brand Visibility



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



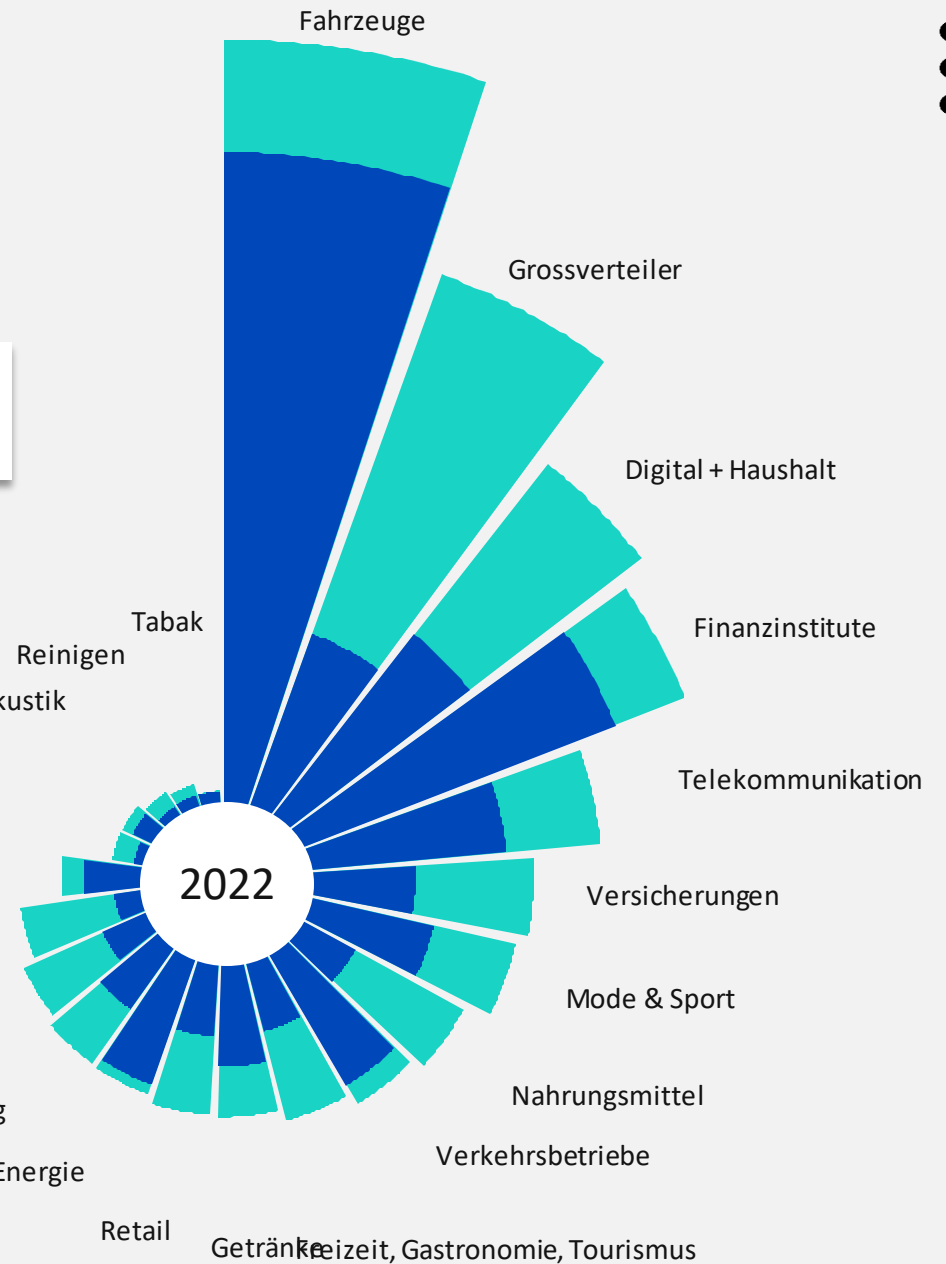
Die **Grossverteiler** Migros, Coop & Co. belegen dank stärkster werblicher Präsenz den 2. Rang in der Gesamtsichtbarkeit.



Digital + Haushalt auf Rang 3 mit dem ausgeglichensten Paid-Earned-Ratio (49%/51%).

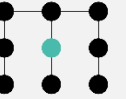


Finanzinstitute belegen den zweiten Rang bei der Earned-Media-Präsenz, liegen insgesamt jedoch nur auf Rang 4.



Paid-Earned-Ratio

Markentrend Schweiz 2022

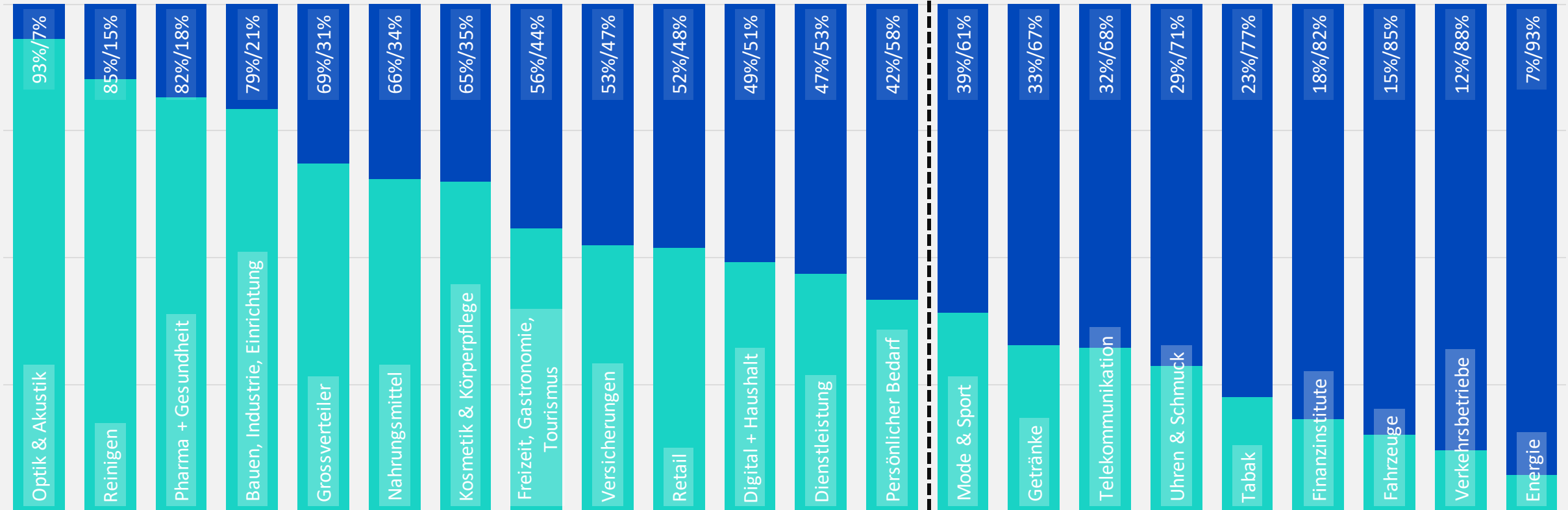


Swiss Benchmark:

40% / 60%

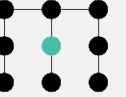
← Paid Fokus

→ Earned Fokus



Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz 2022

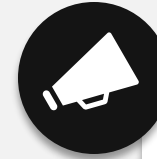


Ranking Top 20 Brands

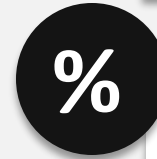
TBVi	Brand	Paid	Earned	Paid-Earned-Ratio	
1	Coop	1	14	82%/18%	
2	Migros	2	4	60%/40%	
3	Google	222	1	1%/99%	
4	Credit Suisse	34	2	11%/89%	
5	Mercedes	68	3	7%/93%	
6	Apple	27	5	14%/86%	
7	UBS	31	6	14%/86%	
8	SBB	64	7	9%/91%	
9	Red Bull	87	8	8%/92%	
10	VW	30	11	18%/82%	
11	Amazon	10	12	32%/68%	
12	Swisscom	3	17	45%/55%	
13	Tesla	314	9	0%/100%	
14	Ferrari	310	10	0%/100%	
15	BMW	69	13	13%/87%	
16	Rega	235	15	3%/97%	
17	Nestlé	82	19	15%/85%	
18	Gazprom	311	16	0%/100%	
19	Audi	46	22	24%/76%	
20	Raiffeisen	131	20	10%/90%	



Coop als sichtbarste Marke, gefolgt von **Migros** – dies dank stärkster werblicher Präsenz.



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



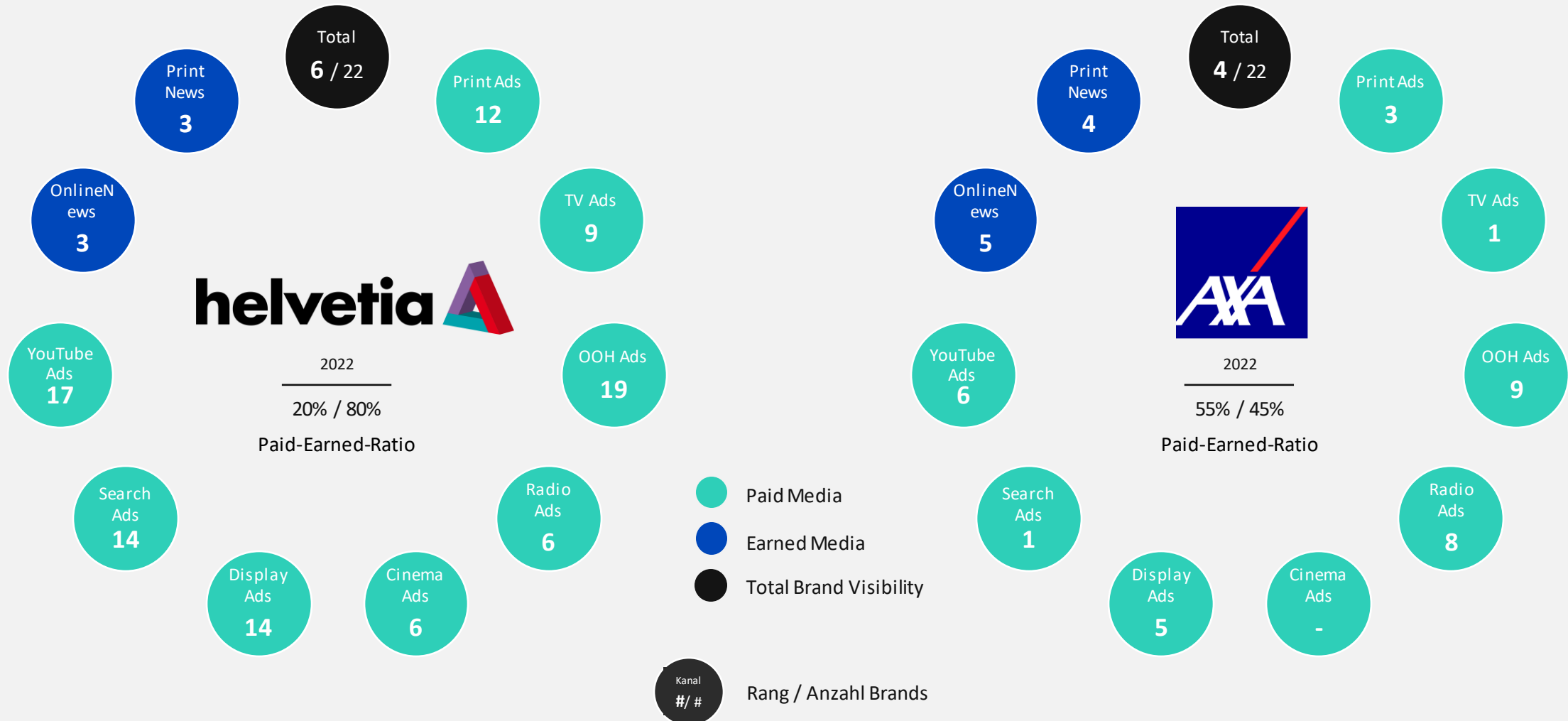
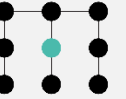
Top 10 Brands generieren **26%**, die Top 20 **38%** der Gesamtsichtbarkeit.



Fahrzeuge mit 6 Brands am stärksten vertreten, gefolgt von **Finanzinstituten** (3 Brands).

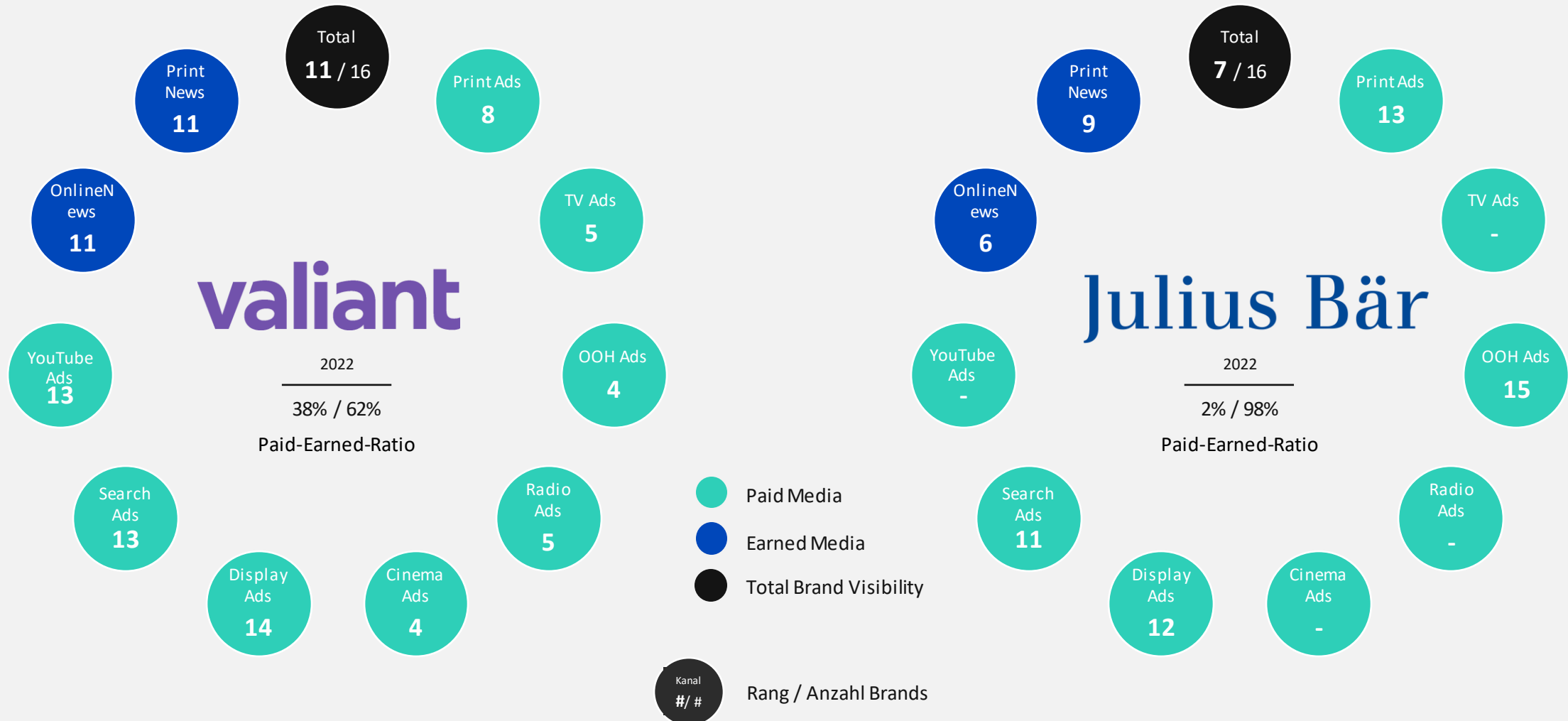
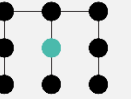
Battle of the Brands

Versicherungen



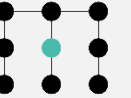
Battle of the Brands

Finanzinstitute



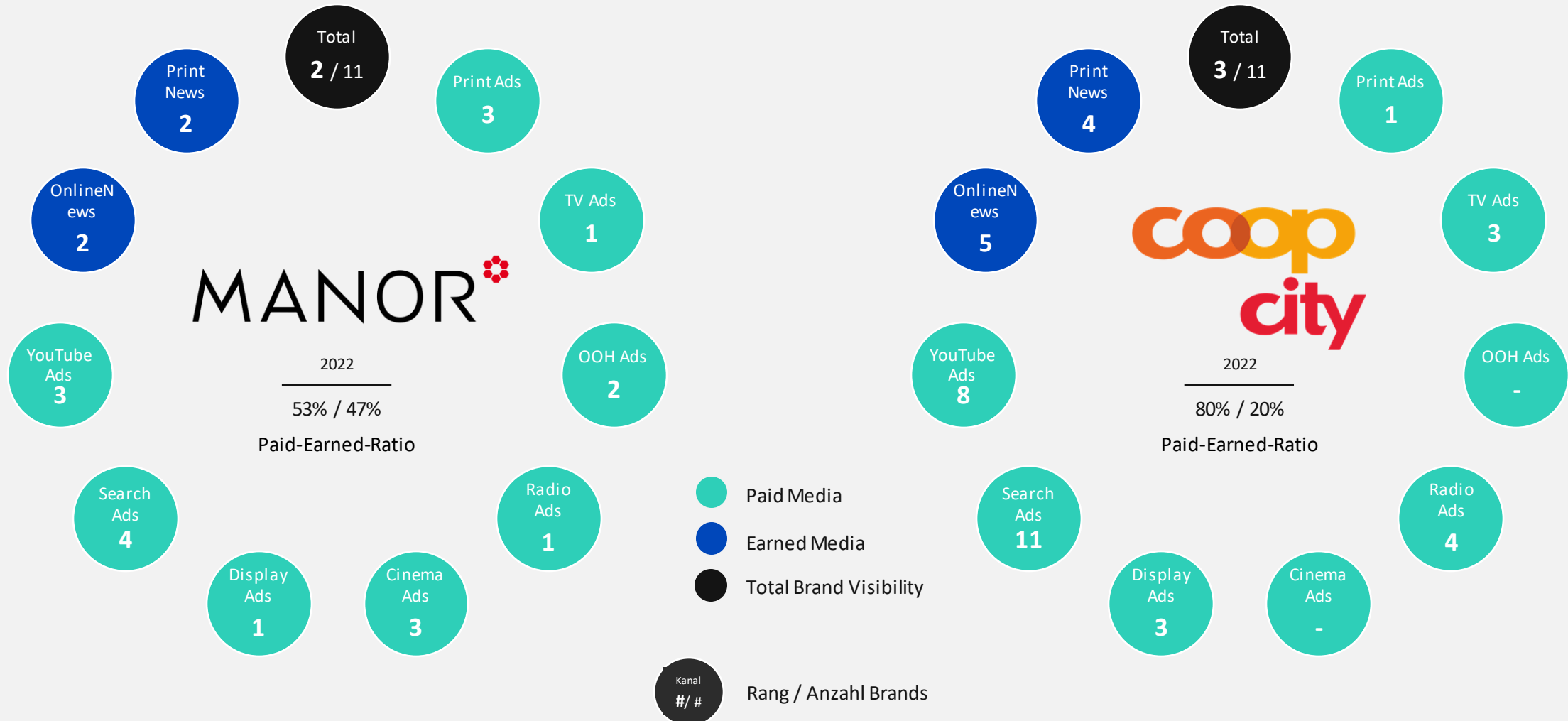
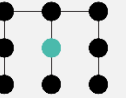
Battle of the Brands

Freizeit, Gastronomie, Tourismus



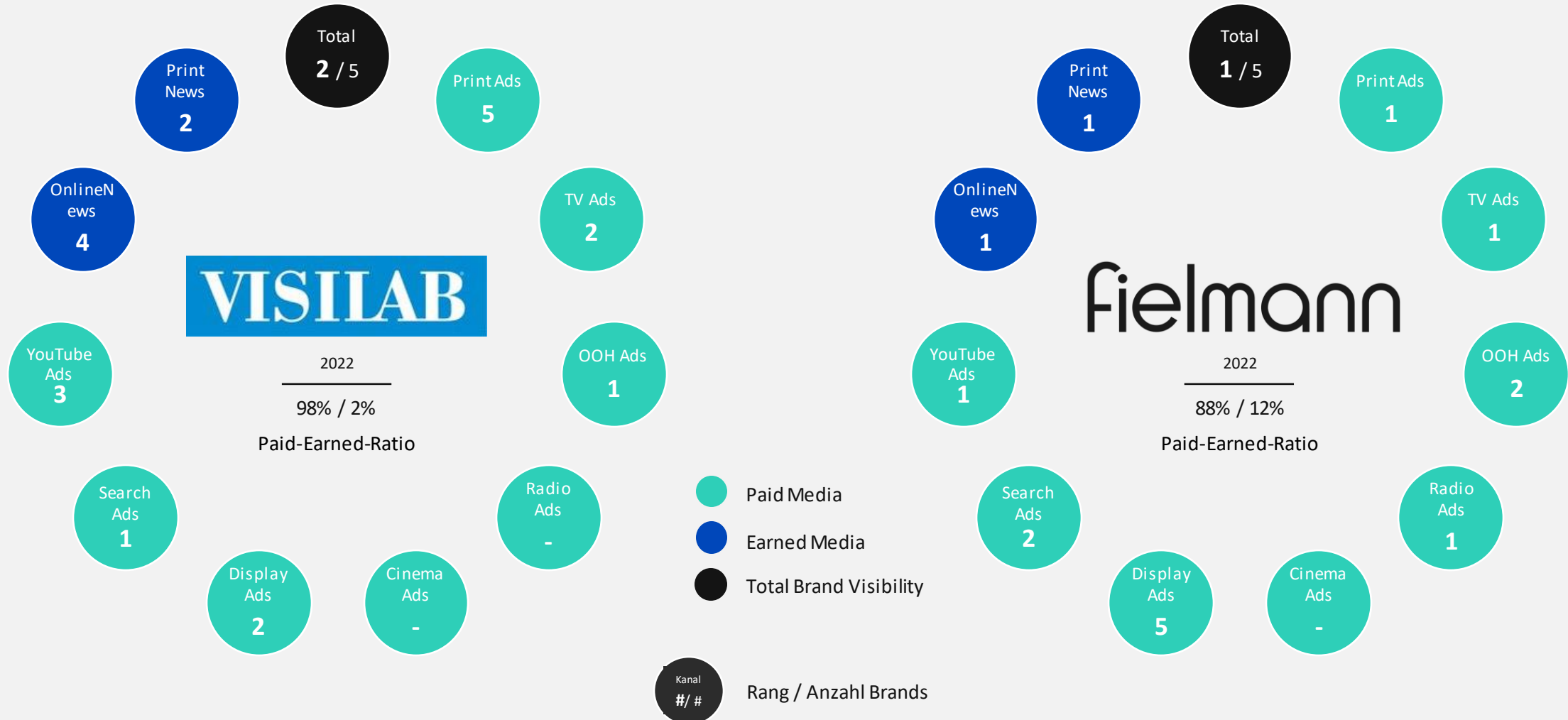
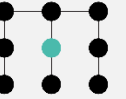
Battle of the Brands

Retail



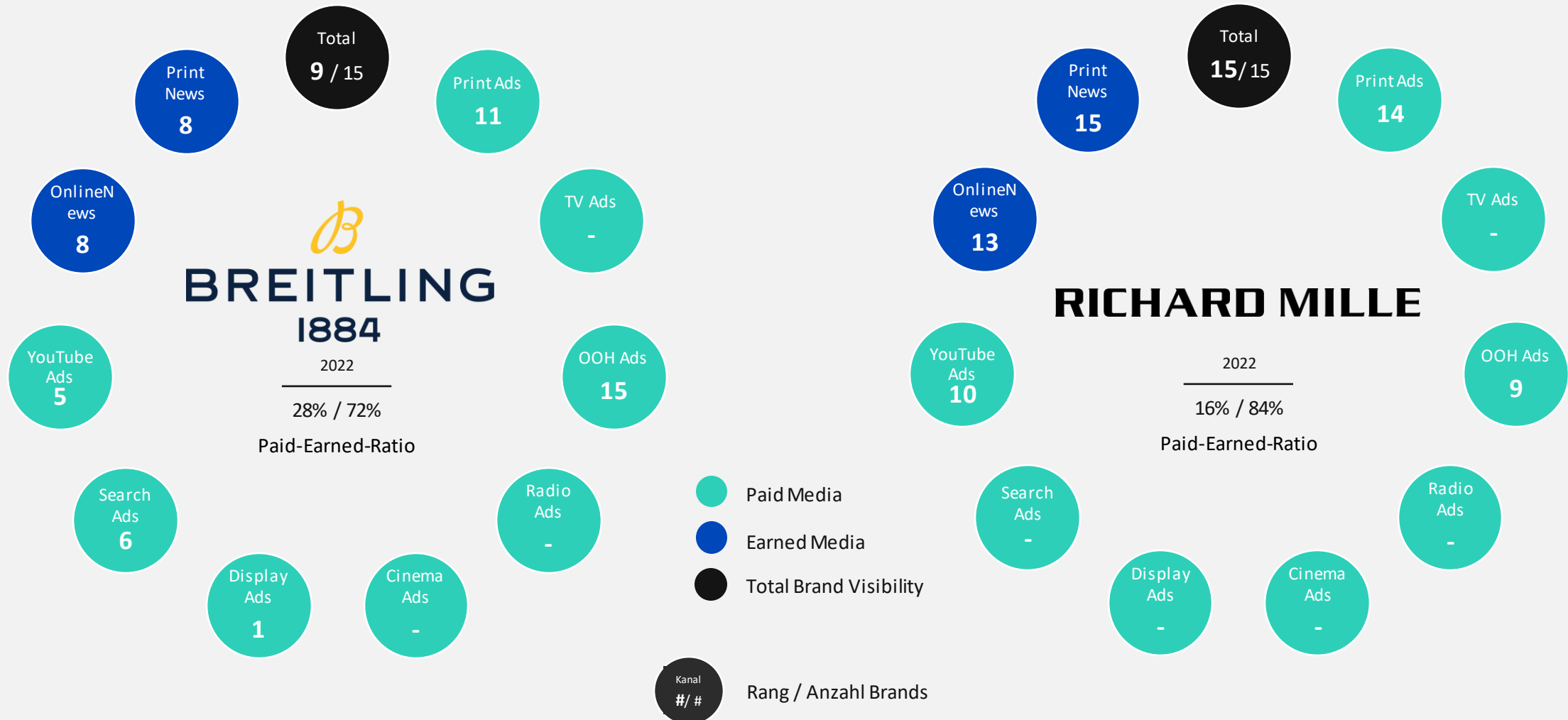
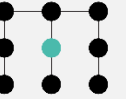
Battle of the Brands

Optik & Akustik



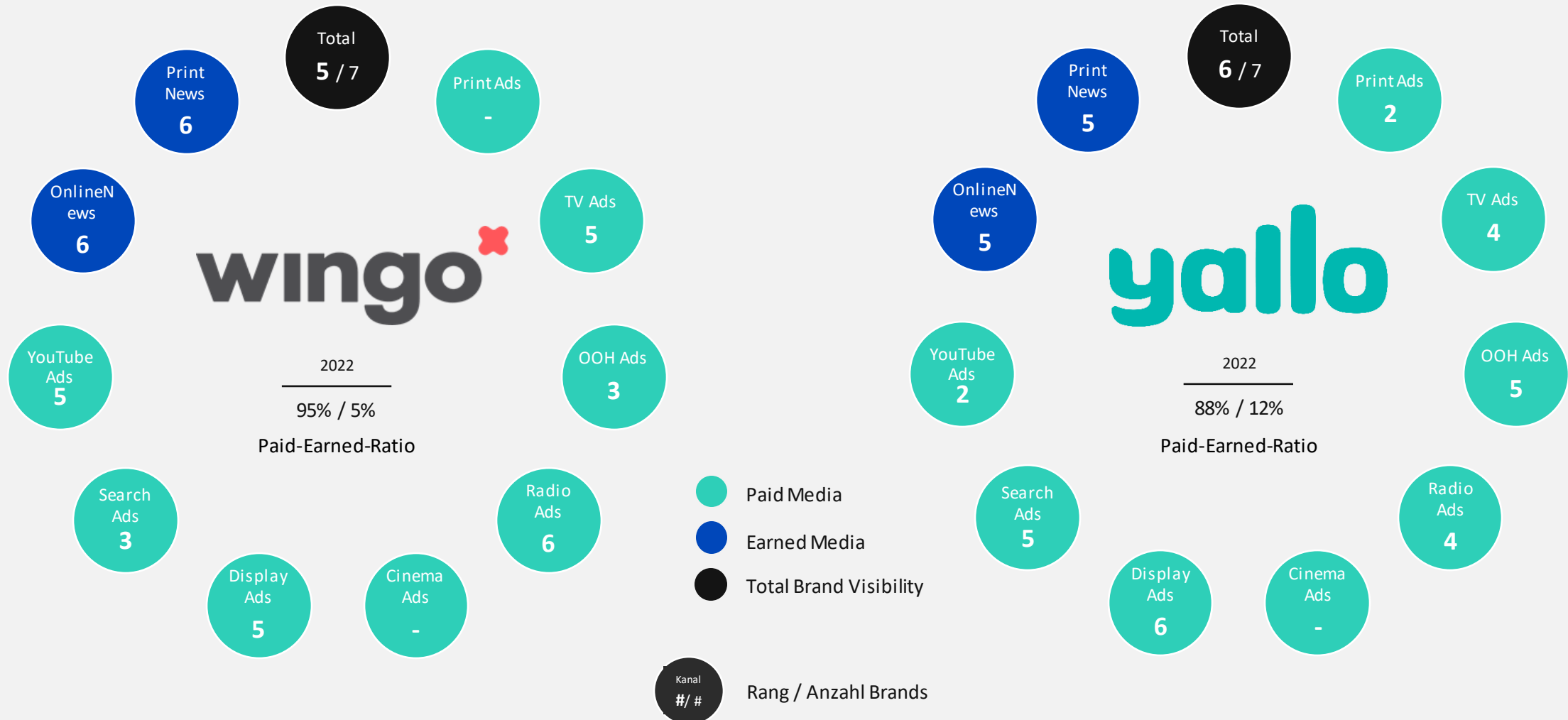
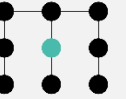
Battle of the Brands

Uhren & Schmuck

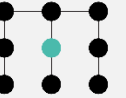


Battle of the Brands

Telekommunikation



Medienabdeckung



Die **Werbpräsenz** 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.

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)
379 Titel



OUT OF HOME

Analoge und digitale Plakatwerbung



TV

Öffentlich-Rechtlich wie Privat
36 Sender



RADIO

21 Privatsender



INTERNET

Display Crawler, Search- und YouTube-Werbung (Pre-, Post-, Mid-Rolls)



KINO

>500 Kinosäle



PRINT NEWS

Zeitungen, Zeitschriften, Fach- & Spezialpresse
>130 Titel (ungewichtet)



ONLINE NEWS

Newsportale
>200 Titel (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
www.mediafocus.ch