

Paid

# Markentrend Schweiz

H1 2023

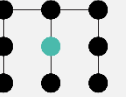


Earned

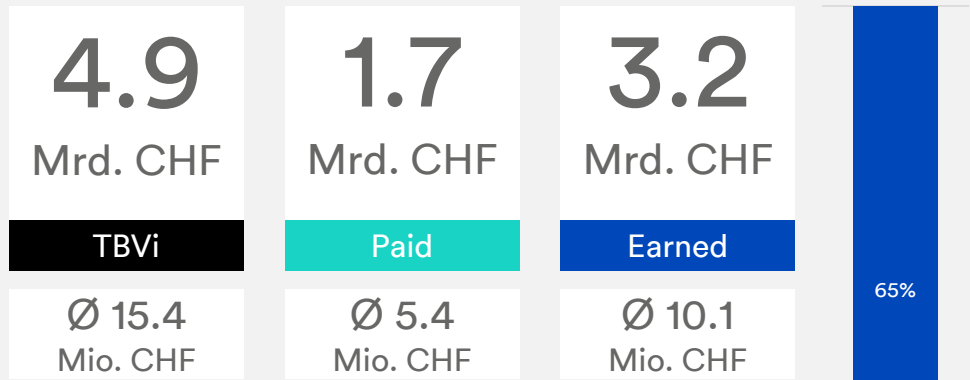


> 300 Brands  
22 Branchen

# Total Brand Visibility



Markentrend Schweiz H1 2023



**H1  
2023**

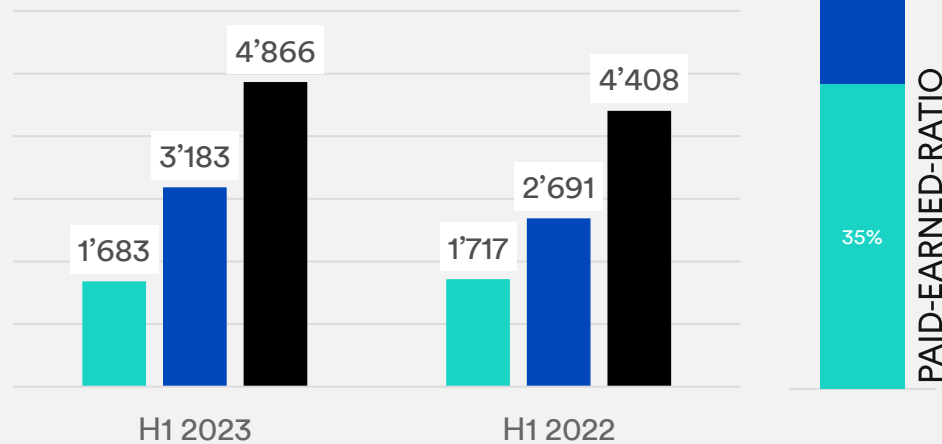
**Gesamtsichtbarkeit 4.9 Mrd.:** ø 15.4 Mio. pro Brand  
Die Gesamtsichtbarkeit der 315 erfassten Brands betrug im ersten Halbjahr 2023 4.9 Milliarden Bruttofranken.

**Ratio**

**Paid-Earned-Ratio zugunsten von Earned-Media**  
65% der Gesamtsichtbarkeit entfällt auf Earned-Media, was 3.2 Mrd. Franken entspricht. Dem gegenüber stehen 1.7 Mrd. Franken Bruttowerbedruck (35%).

**+10%**

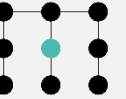
**Sichtbarkeitsanstieg von H1 2022 auf H1 2023**  
Die Gesamtsichtbarkeit ist im 1. Halbjahr 2023 im Vergleich zum 1. Halbjahr 2022 um 457.7 Mio. CHF gestiegen (+10%). Ausschlaggebend hierfür ist der Anstieg der Earned-Präsenz (+18%). Die Paid-Präsenz ist unterdessen geringfügig gesunken (-2%). Prozentual den höchsten Sichtbarkeitsanstieg hat die Branche Finanzinstitute (+88%) vorzuweisen (CS/UBS Merger). Hingegen die höchsten Sichtbarkeitseinbußen verbucht die Branche Energie (-31%).



In MCHF

# Total Industry Visibility

Paid Media + Earned Media = Total Brand Visibility



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



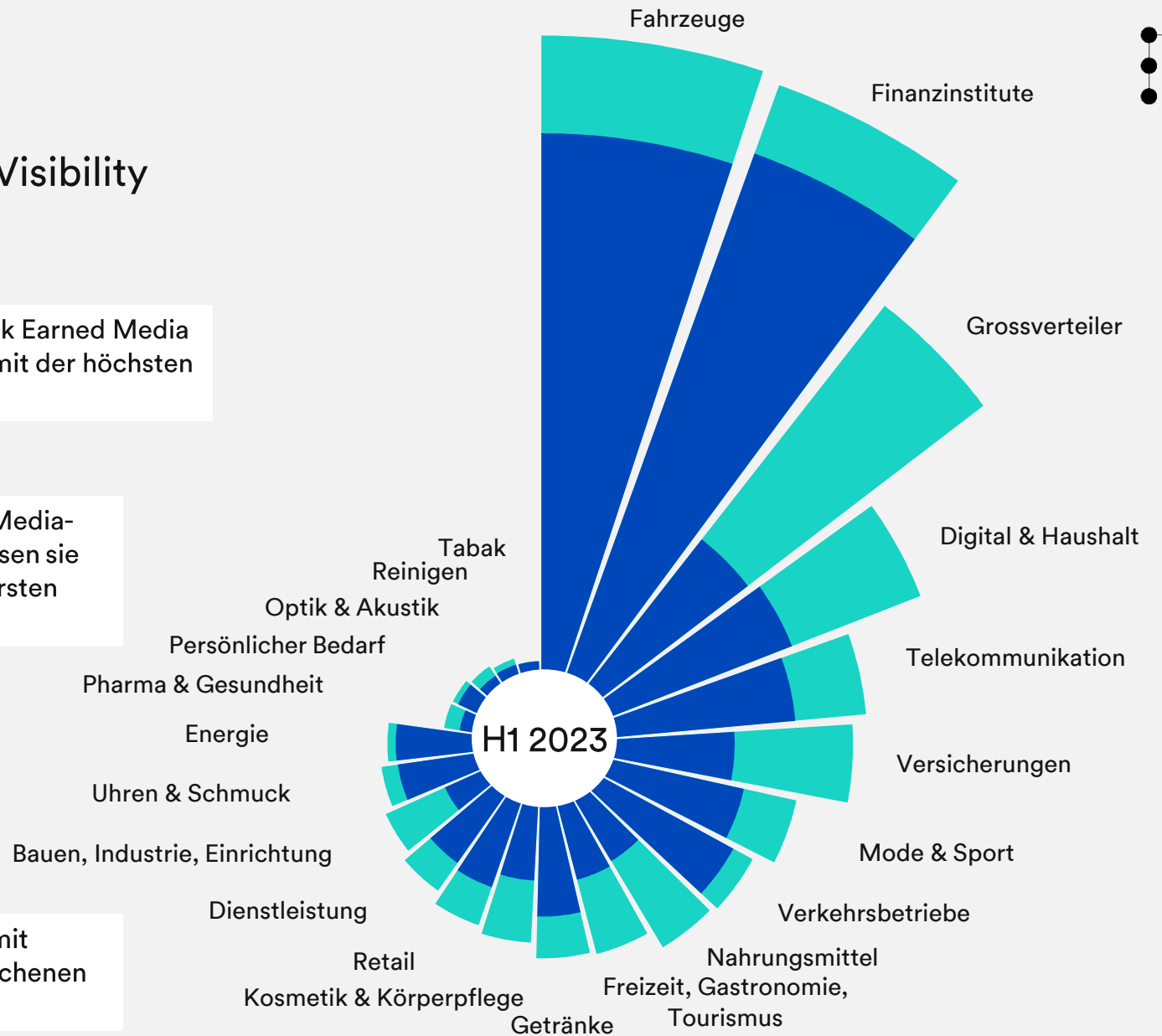
Obwohl Finanzinstitute bei der Earned-Media-Präsenz den ersten Rang belegen, verpassen sie bei der Total Brand Visibility knapp den ersten Rang und landen auf Rang 2.



Die Grossverteiler Migros, Coop & Co. fallen im Vergleich zum Vorjahr einen Rang zurück und belegen nun Rang 3.

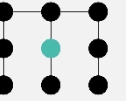


Digital + Haushalt auf Rang 4 mit einem vergleichsweise ausgeglichenen Paid-Earned-Ratio (42%/58%).



# Paid-Earned-Ratio

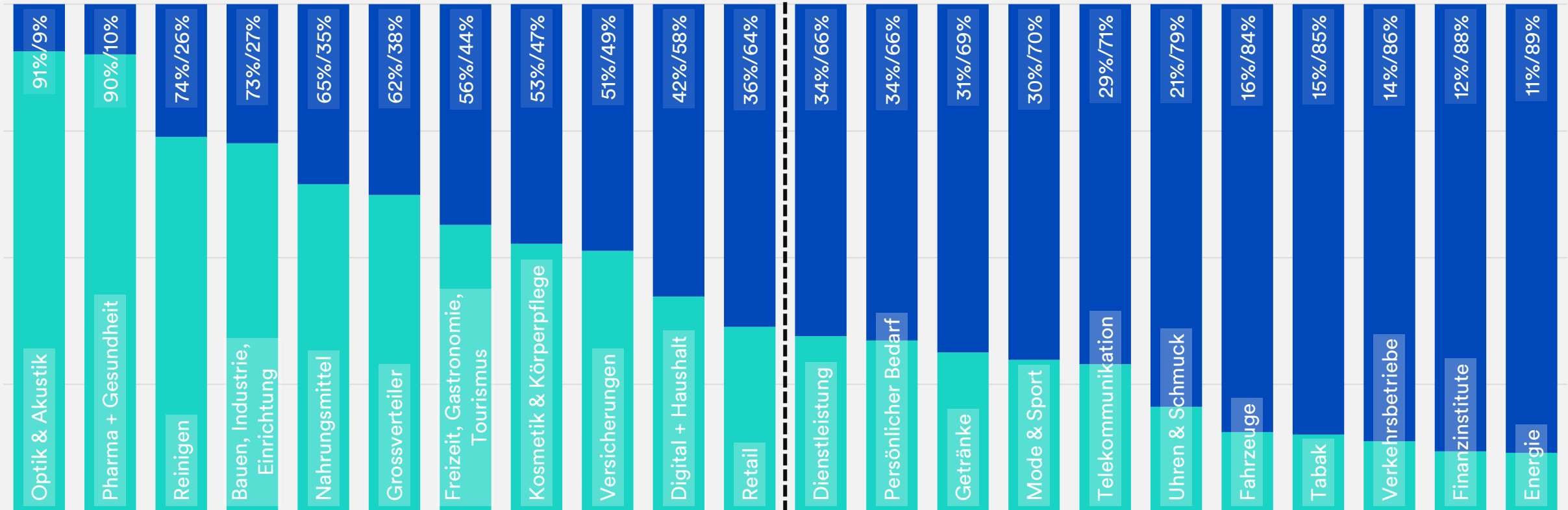
Markentrend Schweiz H1 2023



Swiss Benchmark:  
35% / 65%

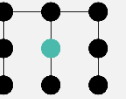
← Paid Fokus

→ Earned Fokus



# Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz H1 2023



## Ranking Top 20 Brands

TBVi	Brand	Paid	Earned	Paid-Earned-Ratio	
1	Credit Suisse	68	1	3%/97%	
2	Coop	1	10	76%/24%	
3	UBS	43	2	4%/96%	
4	Migros	2	4	55%/45%	
5	Google	248	3	0%/100%	
6	SBB	64	5	8%/92%	
7	Apple	44	7	10%/90%	
8	Mercedes	101	6	5%/95%	
9	Red Bull	66	8	10%/90%	
10	VW	35	9	15%/85%	
11	Swisscom	6	20	41%/59%	
12	BMW	93	12	9%/91%	
13	Tesla	309	11	0%/100%	
14	Ferrari	-	13	0%/100%	
15	Amazon	132	14	7%/93%	
16	Raiffeisen	48	16	19%/81%	
17	Rega	203	15	3%/97%	
18	Audi	49	17	20%/80%	
19	Postfinance	10	30	47%/53%	
20	Nestlé	62	18	18%/82%	



Credit Suisse  
sichtbarste Marke,  
gefolgt von Coop mit  
stärkster  
Werbepräsenz.



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



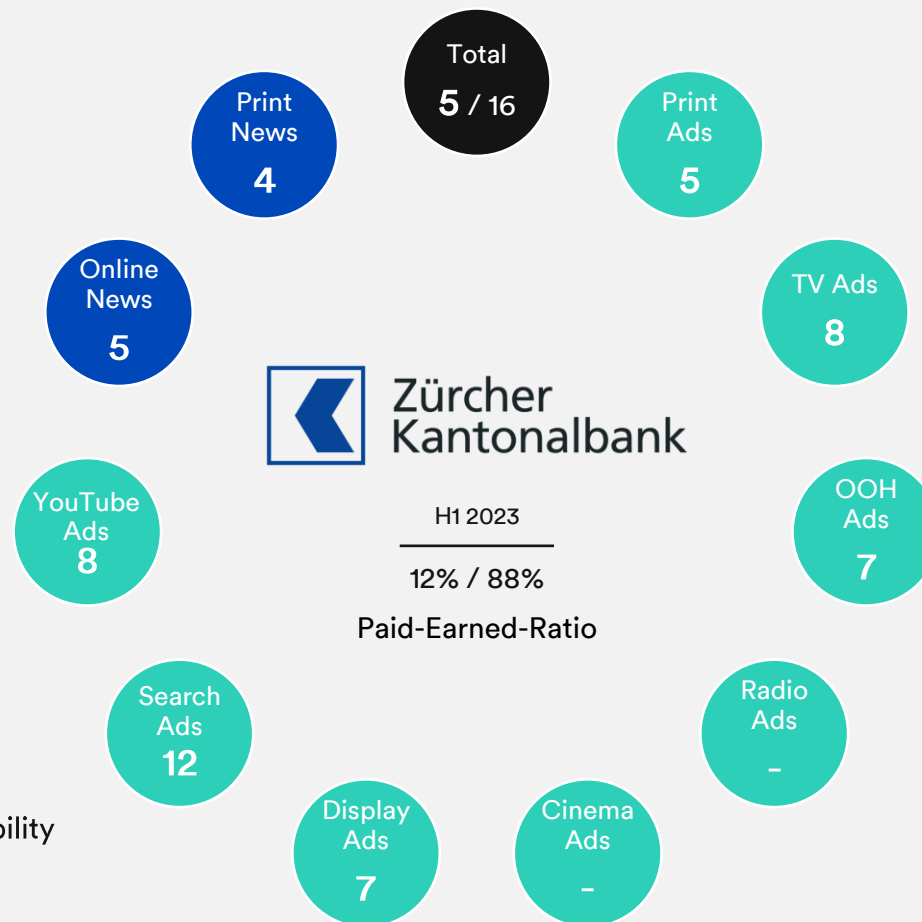
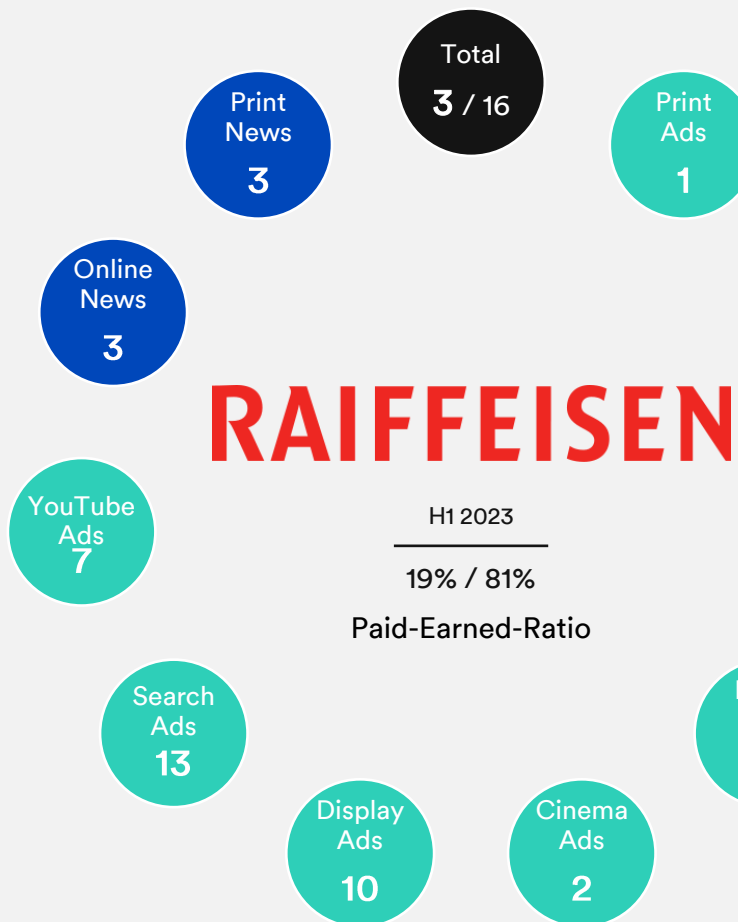
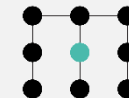
Top 10 Brands  
generieren 31%, die  
Top 20 41% der  
Gesamtsichtbarkeit.



Fahrzeuge mit 6  
Brands am stärksten  
vertreten, gefolgt von  
Finanzinstituten mit  
4 Brands.

# Battle of the Brands

Finanzinstitute

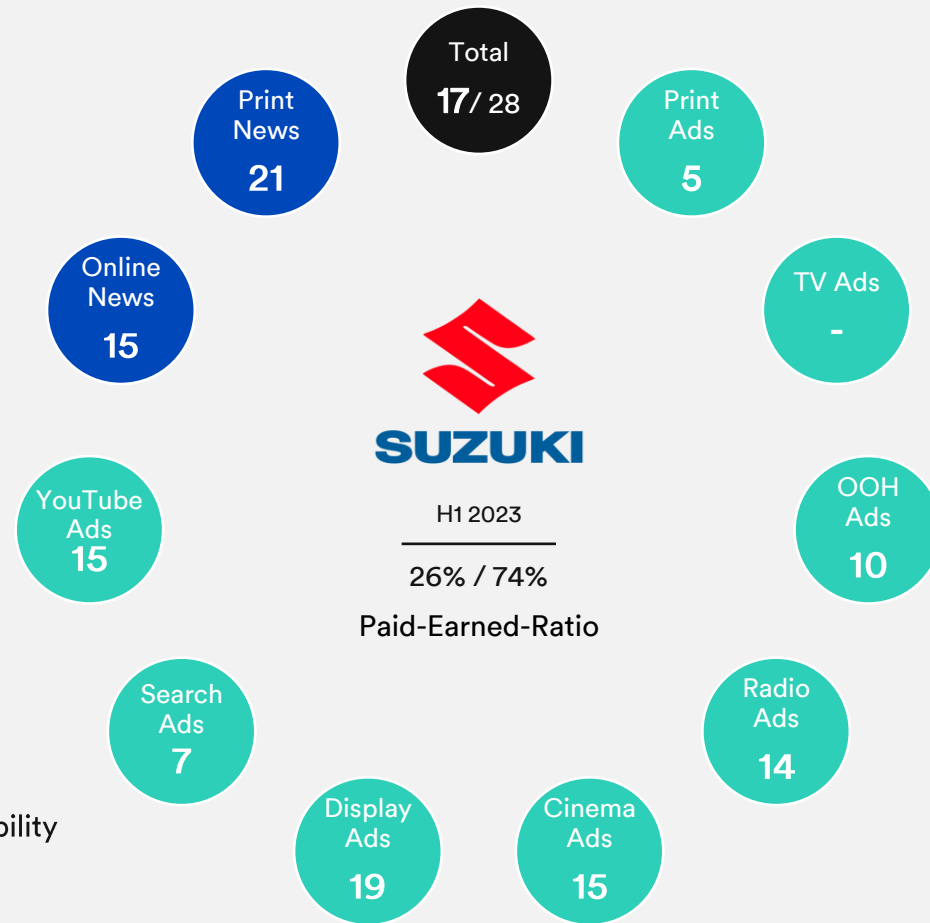
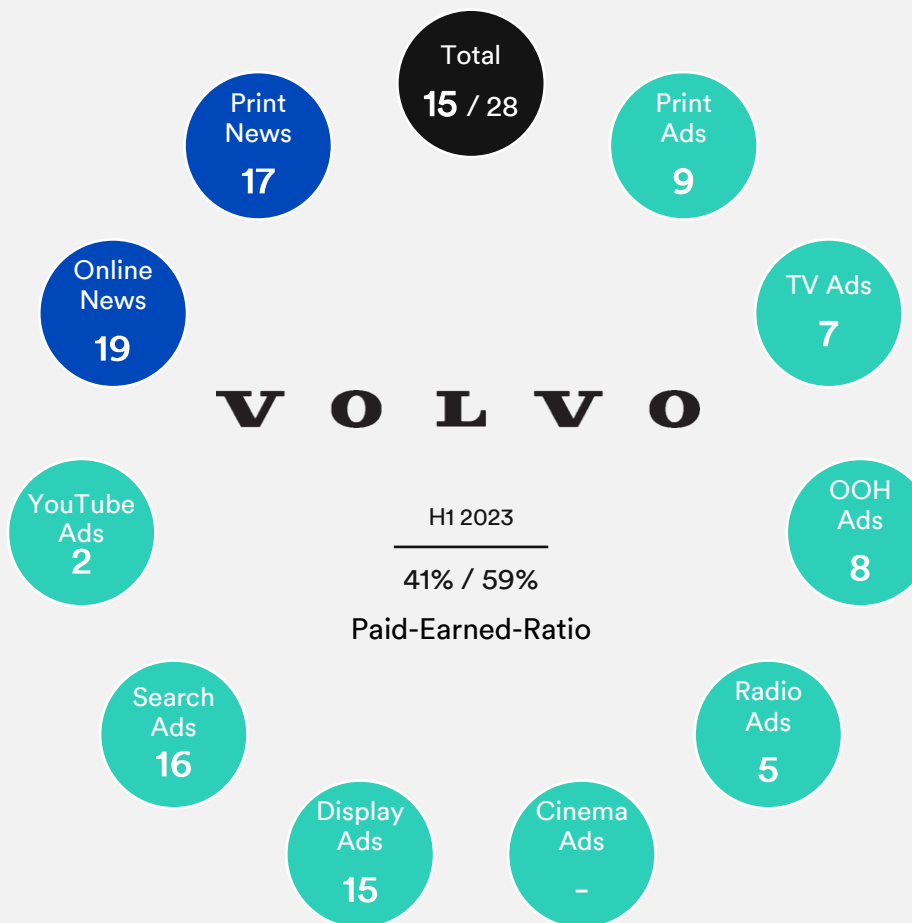
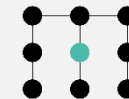


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal  
#/ # Rang / Anzahl Brands

# Battle of the Brands

## Fahrzeuge

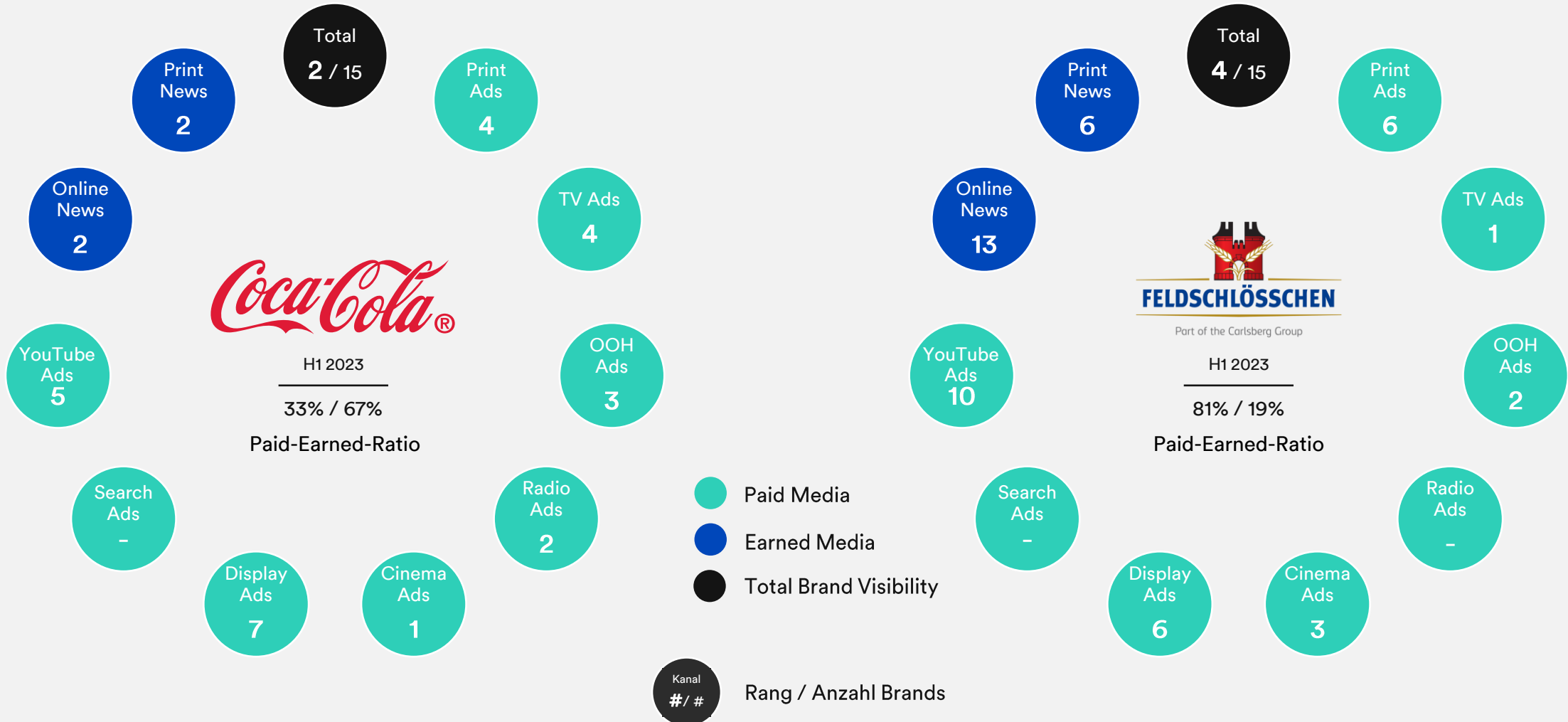
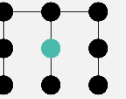


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal  
#/ # Rang / Anzahl Brands

# Battle of the Brands

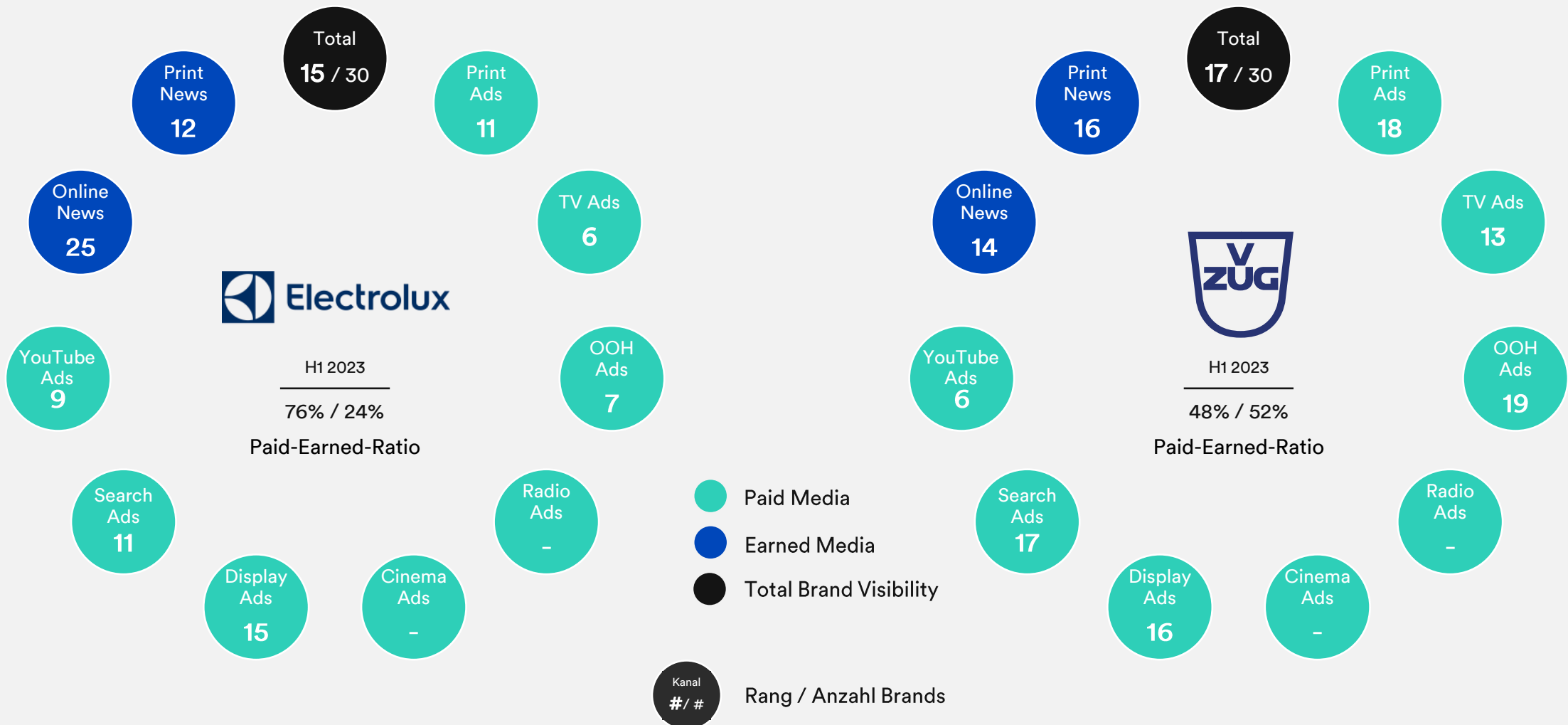
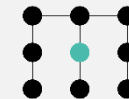
Getränke





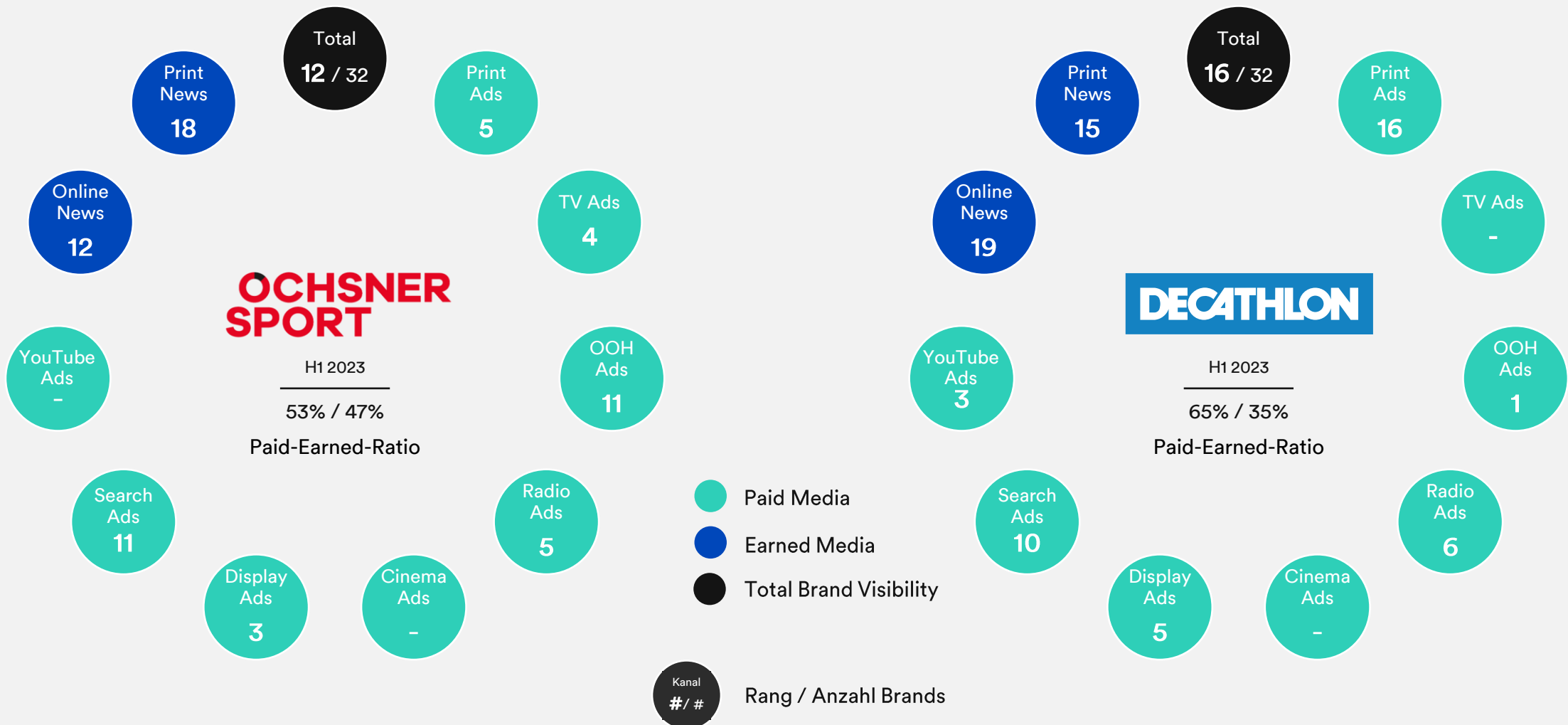
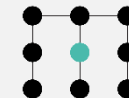
# Battle of the Brands

Digital & Haushalt



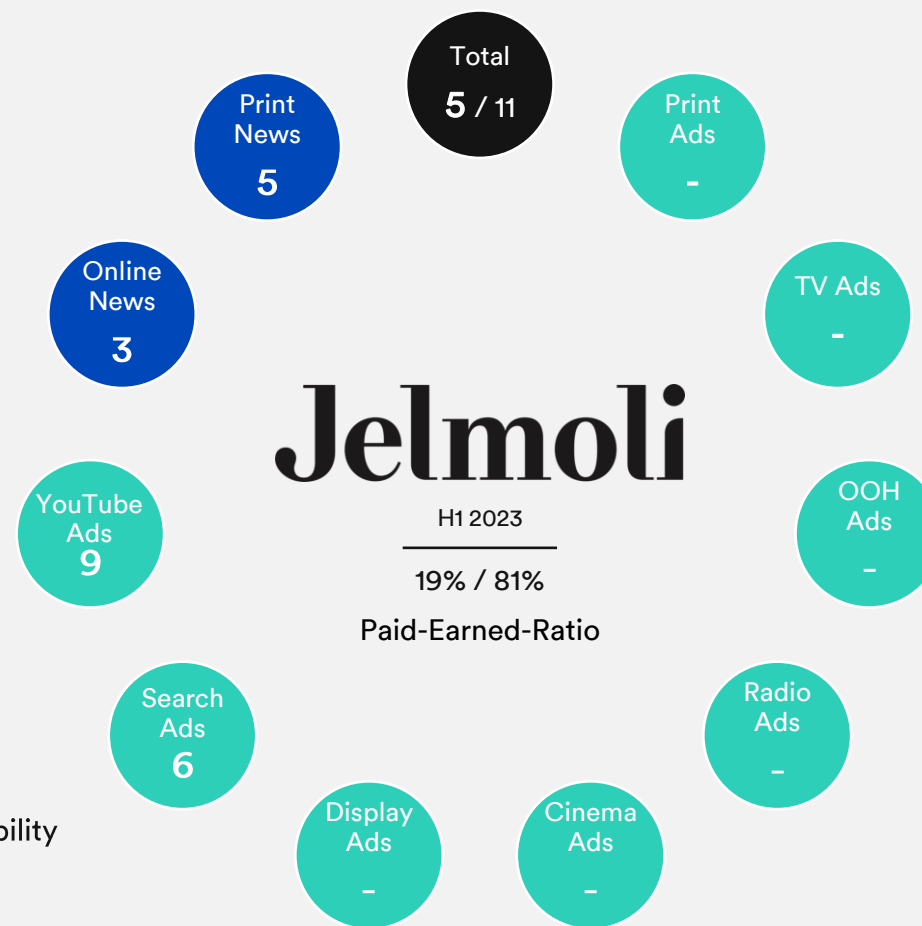
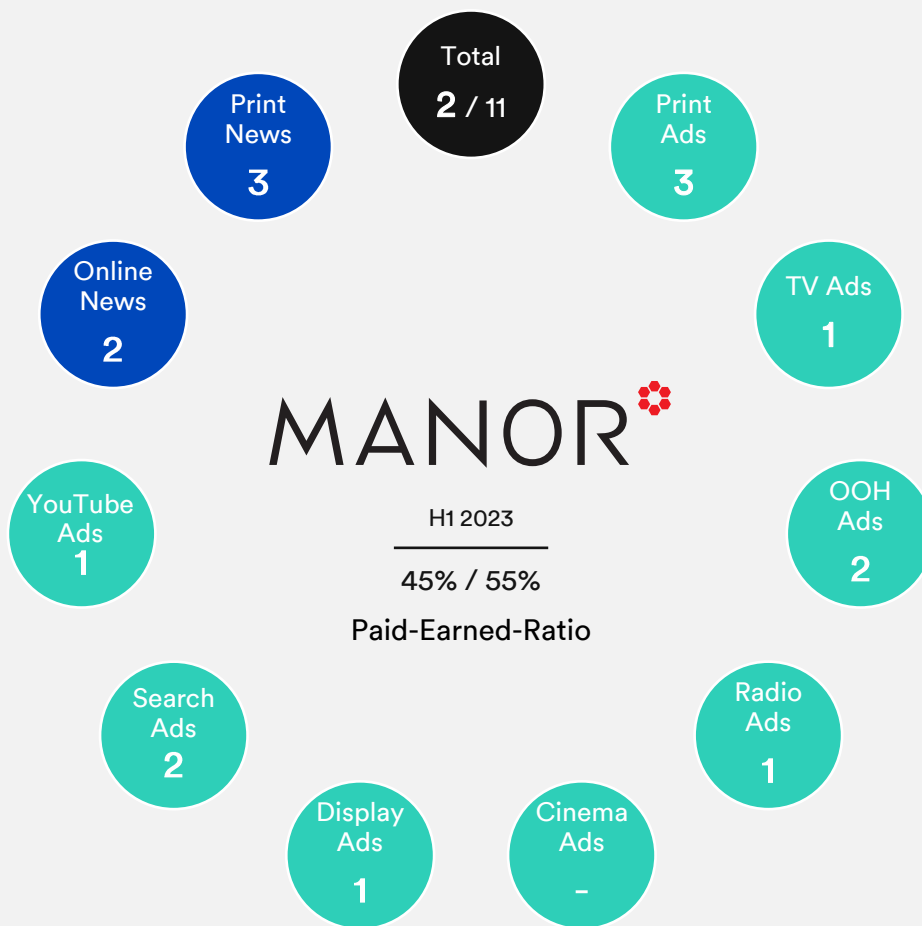
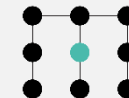
# Battle of the Brands

Mode & Sport



# Battle of the Brands

Retail

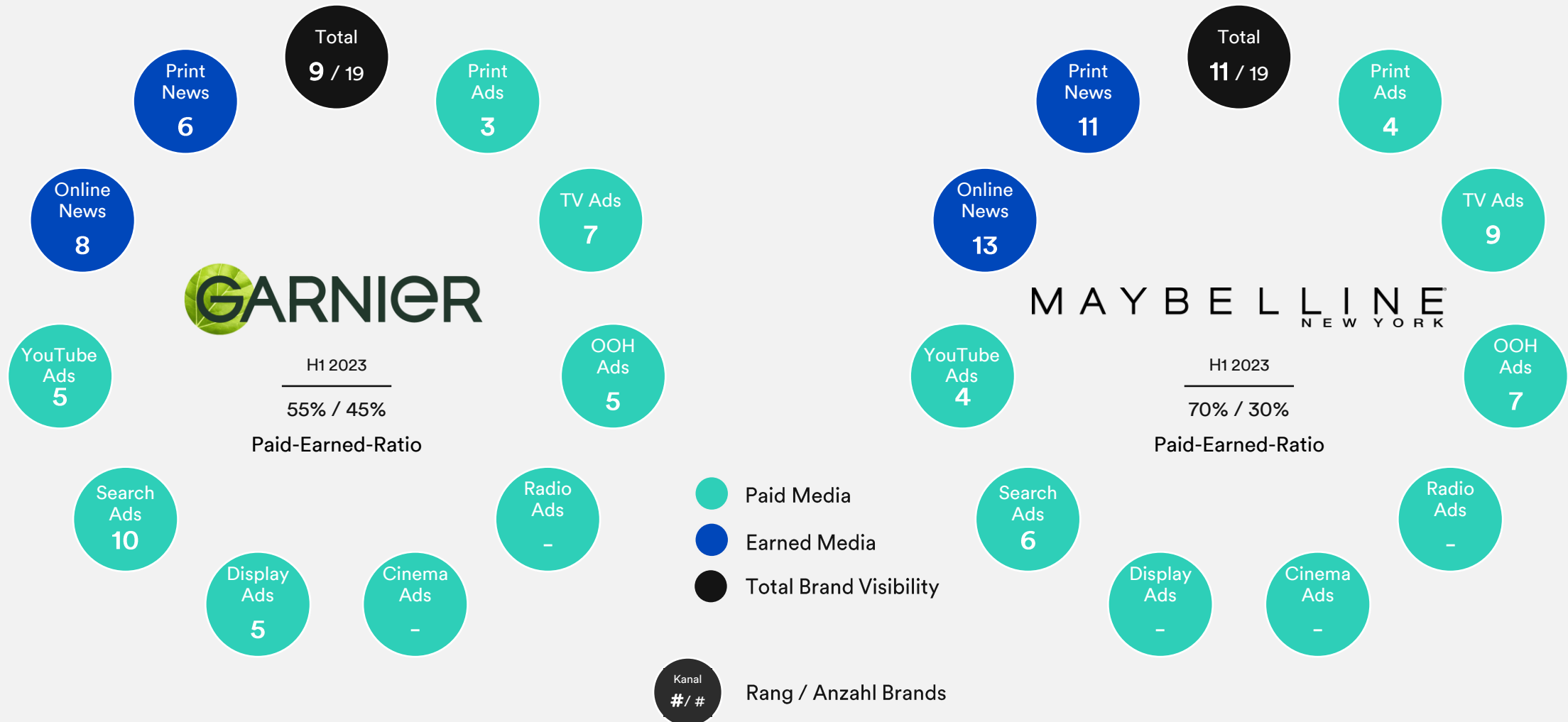
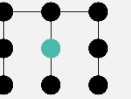


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

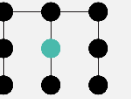
Kanal  
# / # Rang / Anzahl Brands

# Battle of the Brands

Kosmetik & Körperpflege



# 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.

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](http://www.mediafocus.ch)