

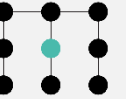
316 Brands  
22 Branchen



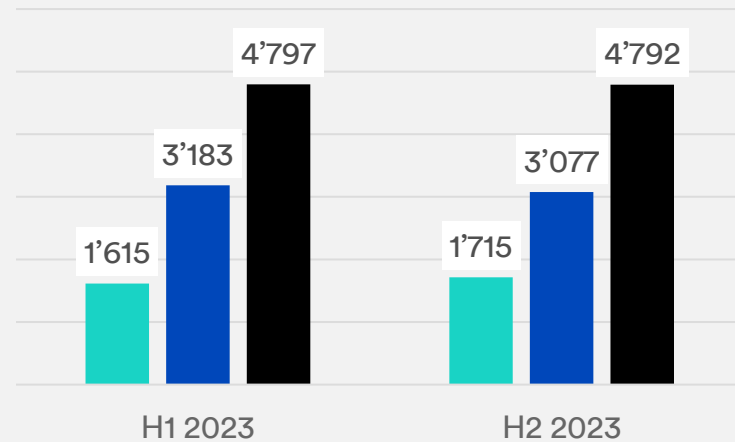
# Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz 2023

316 Brands



<b>9.6</b> Mrd. CHF	<b>3.3</b> Mrd. CHF	<b>6.3</b> Mrd. CHF
<b>TBVi</b>	<b>Paid</b>	<b>Earned</b>
Ø 30.3 Mio. CHF	Ø 10.5 Mio. CHF	Ø 19.8 Mio. CHF
+4.6% +/- VJ%	-9.4% +/- VJ%	+13.9% +/- VJ%



In MCHF



**2023**

**Gesamtsichtbarkeit 9.6 Mrd.:** ø 30.3 Mio. pro Brand  
Die Gesamtsichtbarkeit der 316 erfassten Brands betrug im 2023 9.6 Milliarden Bruttofranken.

**Ratio**

**Paid-Earned-Ratio zugunsten von Earned-Media**  
65% der Gesamtsichtbarkeit entfällt auf Earned-Media, was 6.3 Mrd. Franken entspricht. Dem gegenüber stehen 3.3 Mrd. Franken Bruttowerbedruck (35%).

**H1 = H2**

**Fast gleichbleibende Sichtbarkeit im H1 2023 und H2 2023**  
Die Gesamtsichtbarkeit ist im 2. Halbjahr 2023 im Vergleich zum 1. Halbjahr 2023 praktisch identisch (-0.12%). Der Rückgang der Earned-Präsenz (-3.3%) wird durch den Anstieg der Paid-Präsenz (+6.2%) ausgeglichen. Grösster Treiber für den Rückgang der Earned-Präsenz war die sich abflachende mediale Diskussion über den UBS/CS Merger. Prozentual den höchsten Sichtbarkeitsanstieg hat die Branche **Reinigen** (+89%), gefolgt von der Branche **persönlicher Bedarf** (+48%). Hingegen verbucht die Branche **Finanzinstitute** die höchsten Sichtbarkeitseinbussen (-26%).

# Total Industry Visibility

Paid Media + Earned Media = Total Brand Visibility

316 Brands



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



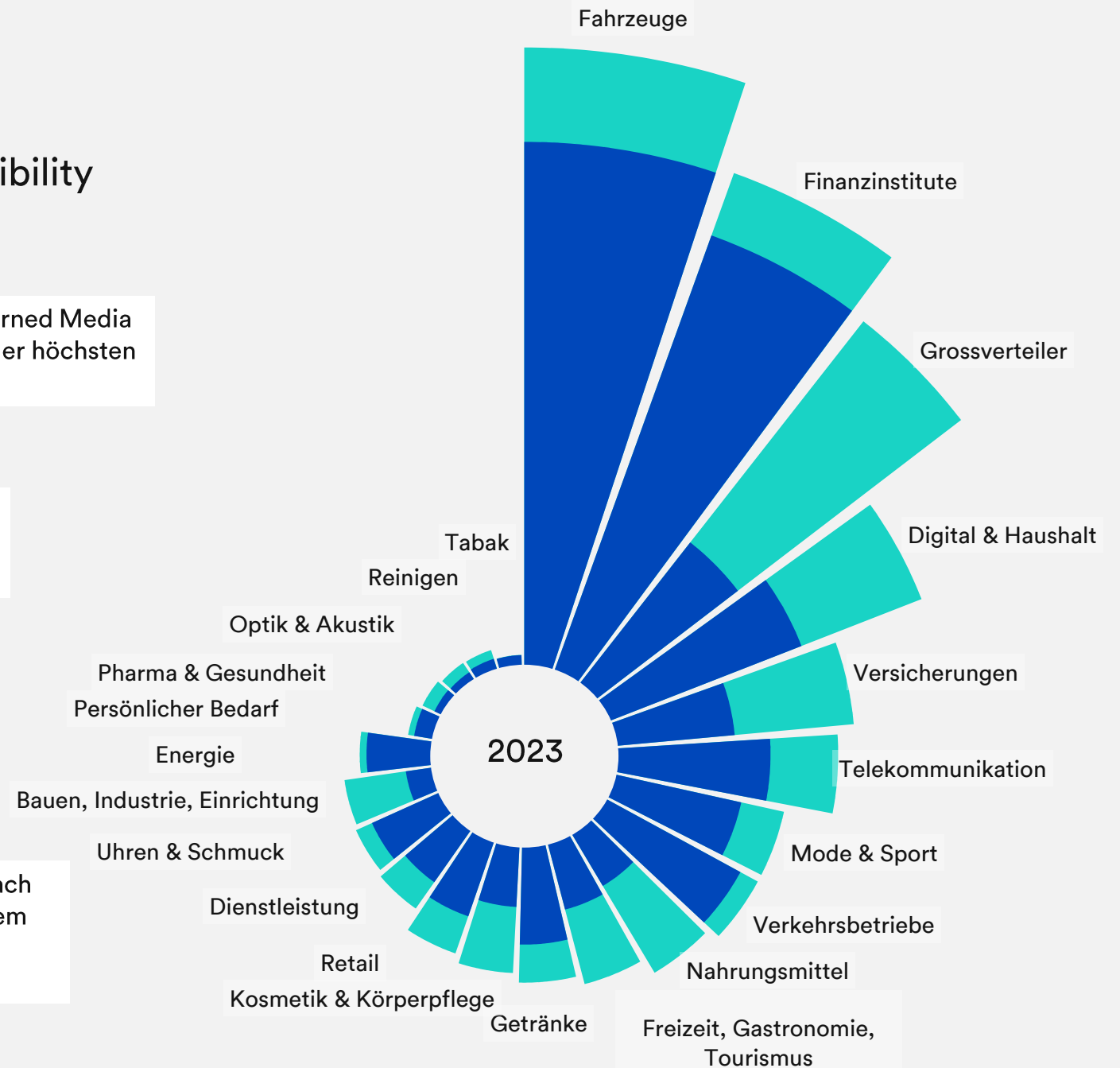
Trotz Rückgang von Earned Media im 2. Halbjahr (-26%) belegen die Finanzinstitute weiterhin den Rang 2.



Die Grossverteiler Migros, Coop & Co. halten sich, dank starker werblicher Präsenz, auf Rang 3.



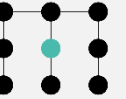
Digital & Haushalt belegen auch nach dem 2. Halbjahr den Rang 4 mit einem etwas weniger ausgeglichenen Paid-Earned-Ratio (39% / 61%).



# Paid-Earned-Ratio

Markentrend Schweiz 2023

316 Brands

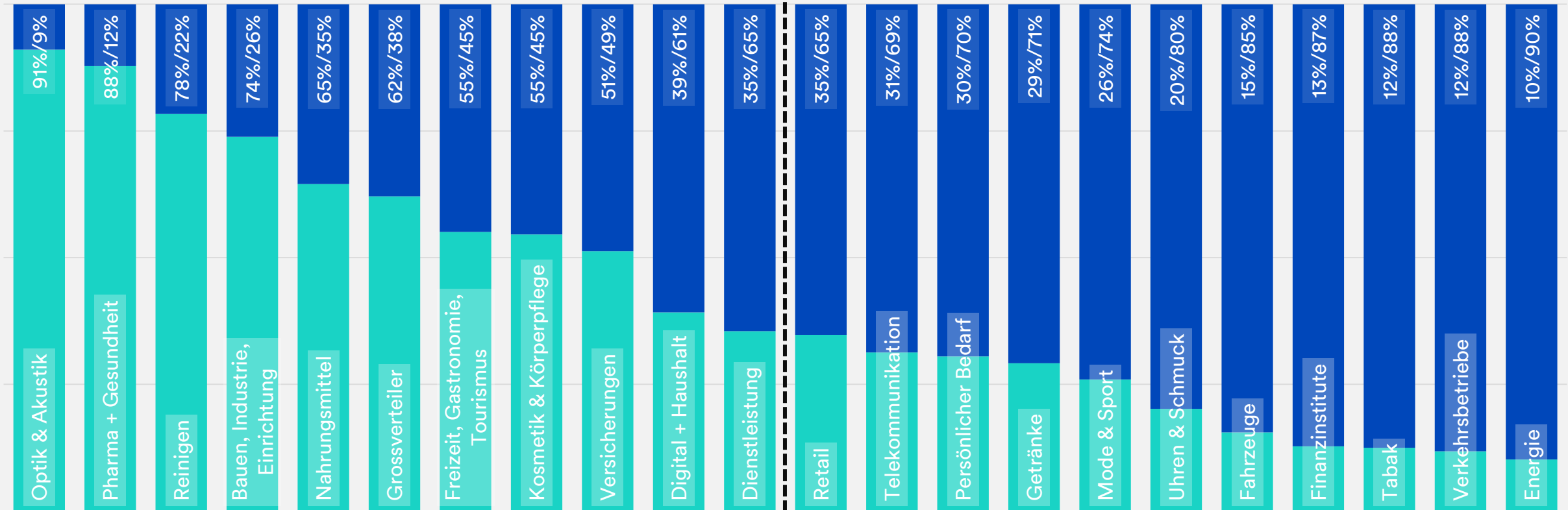


Swiss Benchmark:

35% / 65%

← Paid Fokus

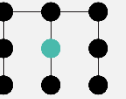
→ Earned Fokus



# Total Brand Visibility

Markentrend Schweiz 2023

316 Brands



## Ranking Top 20 Brands

TBVi	Brand	Paid	Earned	Paid-Earned-Ratio	
1	Coop	1	11	77%/23%	
2	UBS	24	1	7%/93%	
3	Migros	2	5	55%/45%	
4	Credit Suisse	70	2	3%/97%	
5	Google	249	3	0%/100%	
6	SBB	62	4	7%/93%	
7	Apple	37	6	11%/89%	
8	Mercedes	57	7	8%/92%	
9	Red Bull	65	8	8%/92%	
10	VW	29	9	16%/84%	
11	Swisscom	6	22	43%/57%	
12	Tesla	307	10	0%/100%	
13	Amazon	162	12	5%/95%	
14	BMW	100	14	8%/92%	
15	Ferrari	301	13	0%/100%	
16	Rega	198	15	4%/96%	
17	Nestlé	64	17	16%/84%	
18	Audi	58	20	18%/82%	
19	Galaxus	5	50	63%/37%	
20	TCS	30	26	29%/71%	



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



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



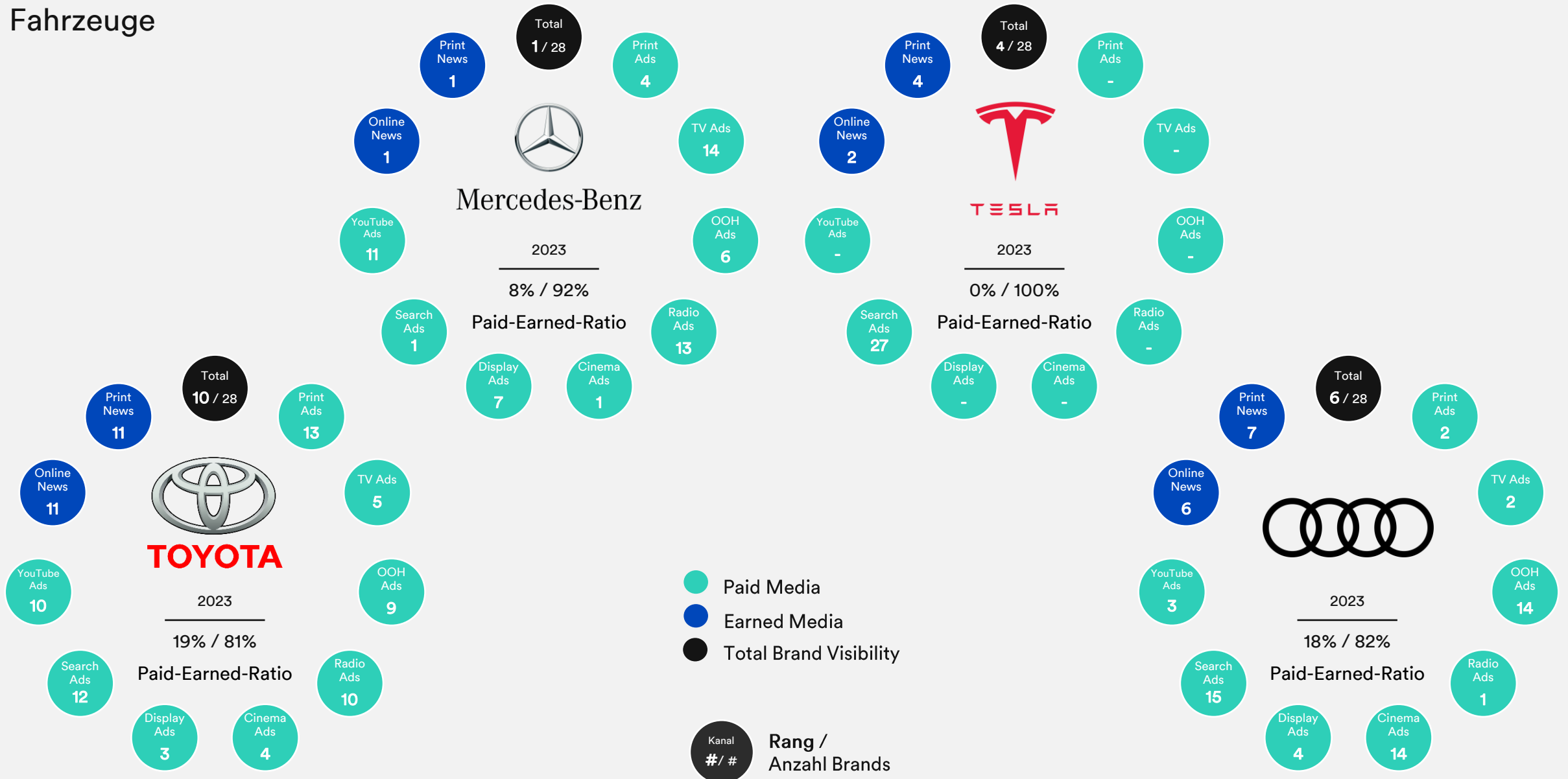
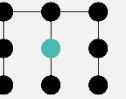
Top 10 Brands generieren 30%, die Top 20 40% der Gesamtsichtbarkeit.



Fahrzeuge mit 6 Brands am stärksten vertreten.

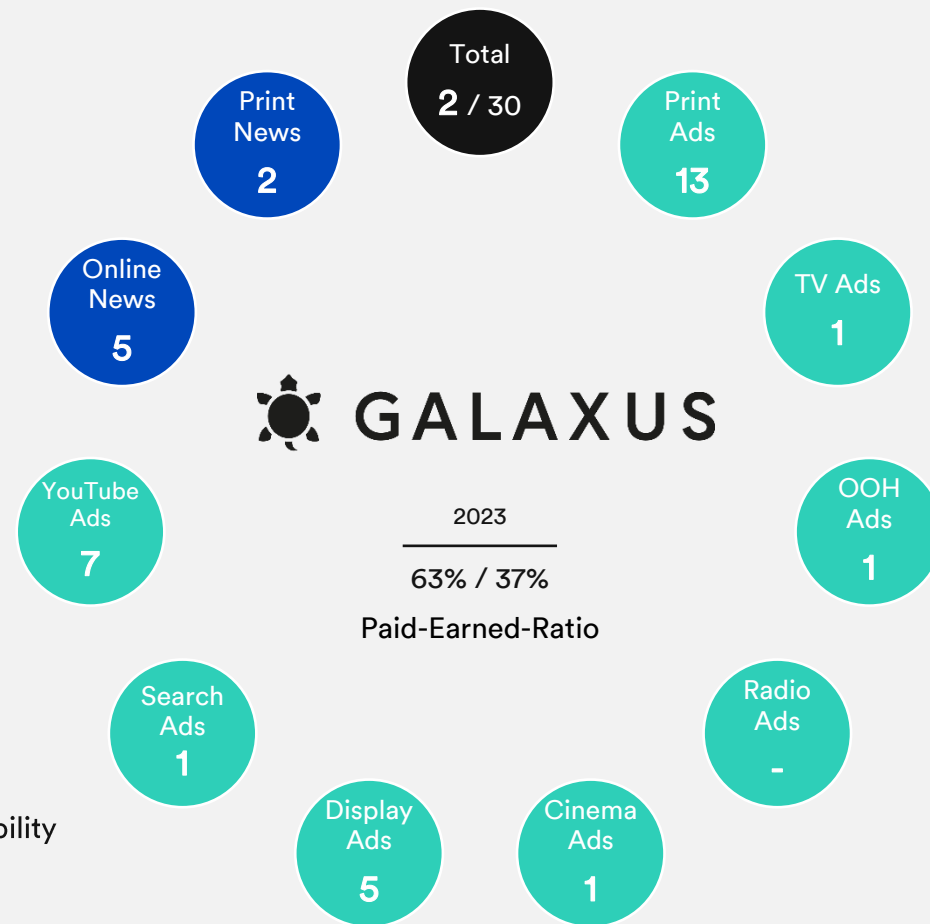
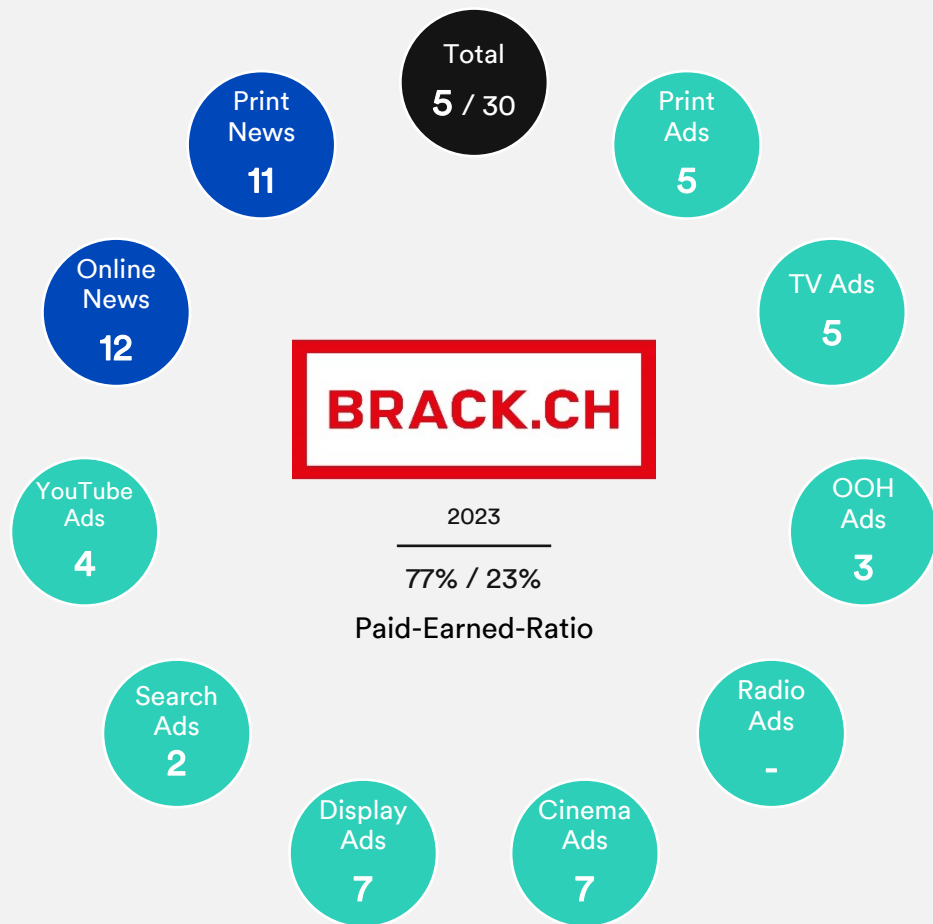
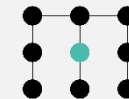
# Battle of the Brands

## Fahrzeuge



# Battle of the Brands

Digital + Haushalt

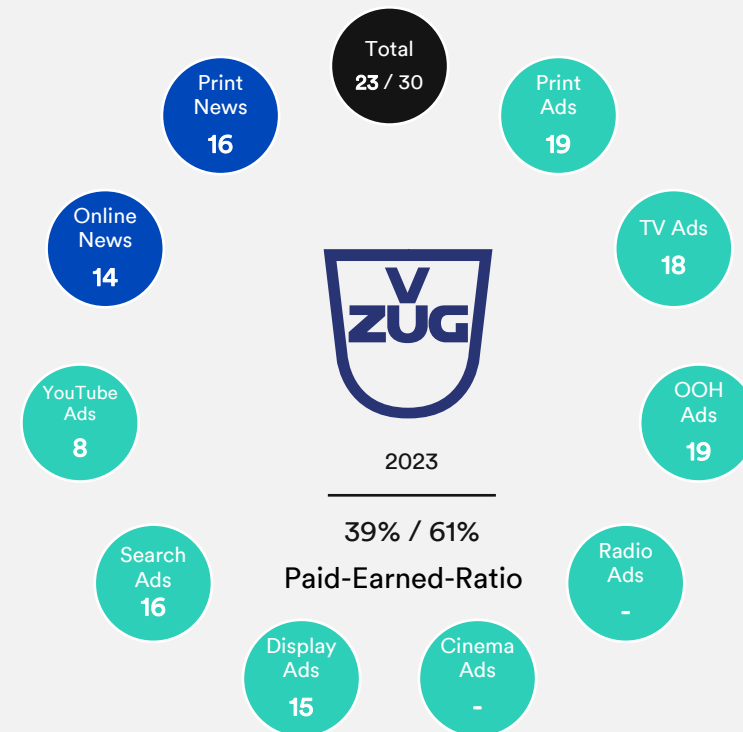
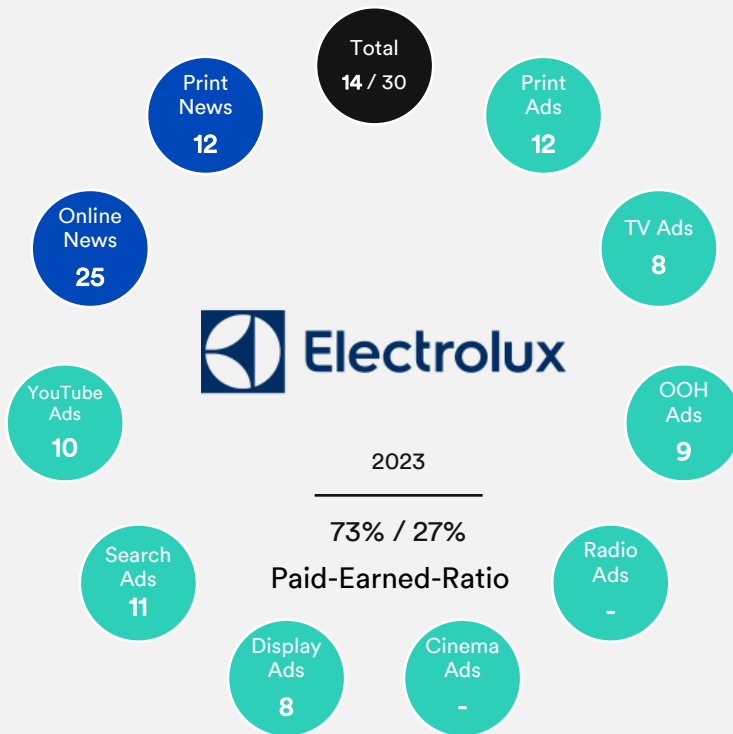
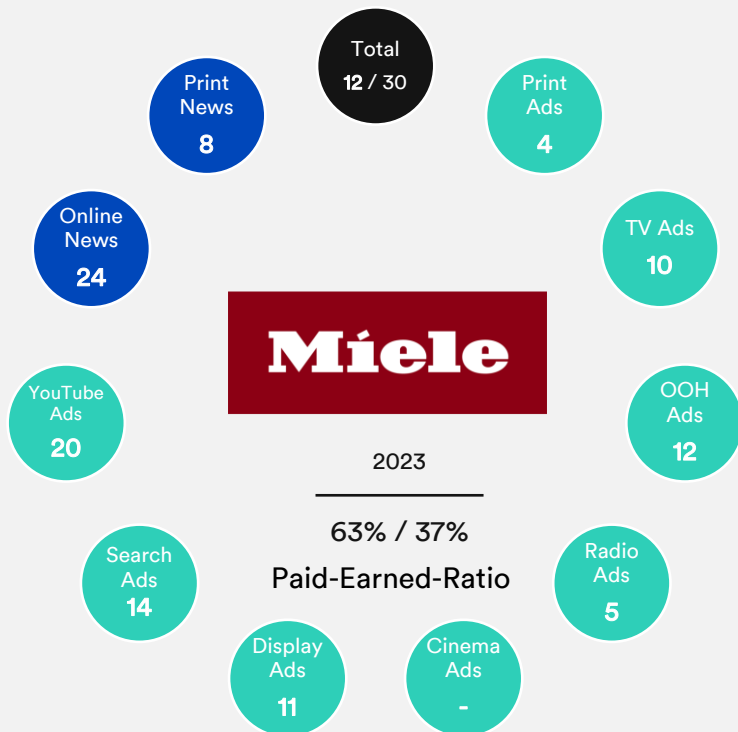
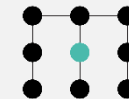


- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

Kanal  
# / #  
Rang /  
Anzahl Brands

# Battle of the Brands

Digital + Haushalt



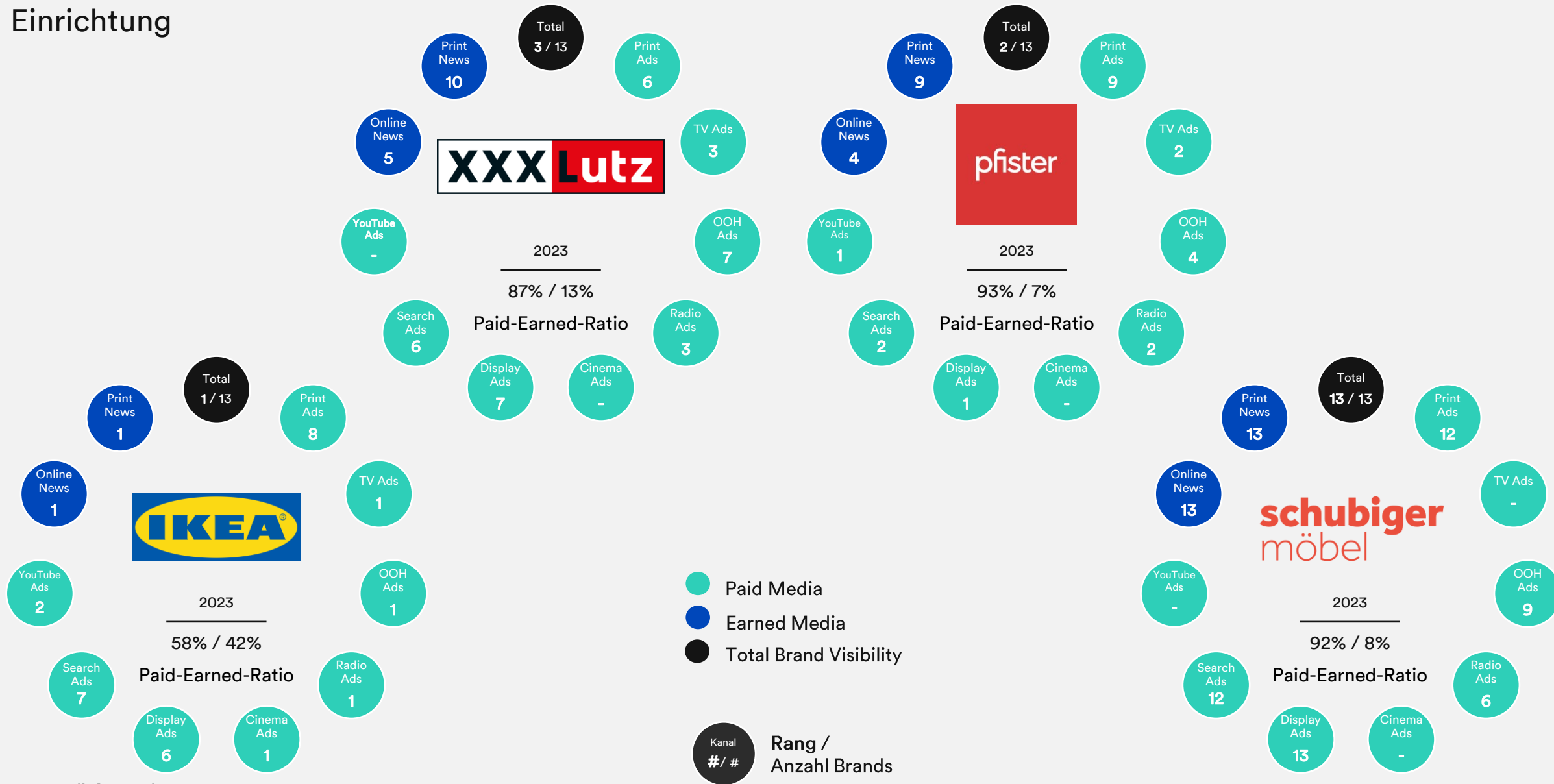
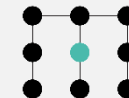
- Paid Media
- Earned Media
- Total Brand Visibility

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



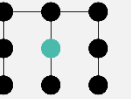
# Battle of the Brands

Einrichtung





# 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 März 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](mailto:mediafocus@mediafocus.ch)  
[www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)