Markentrend Schweiz 2018



©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Q1 - Q4 2018: Quartalsentwicklung

Sichtbarkeit 6.4 Mrd.: Ø 12.3 Mio. pro Brand

Die gemessene Gesamtsichtbarkeit der 523 Marken beträgt im Jahr 2018 insgesamt 6.4 Milliarden Bruttofranken.

Quartalsweise Zunahme der Gesamtsichtbarkeit

Im Q4 wurde die höchste Sichtbarkeit erzielt – diese umfasst ca. 30% des Jahrestotals. Q3 umfasst einen Anteil von 24%, Q2 und Q1 je 23%.

182 Marken = 53% der Markenpräsenzen

Die drei grössten Branchen **Detailhandel & Nahrungsmittel, Fahrzeuge** und **Finanzen** generieren über die Hälfte der Gesamtsichtbarkeit.

Markensichtbarkeit: 51% nicht steuerbar

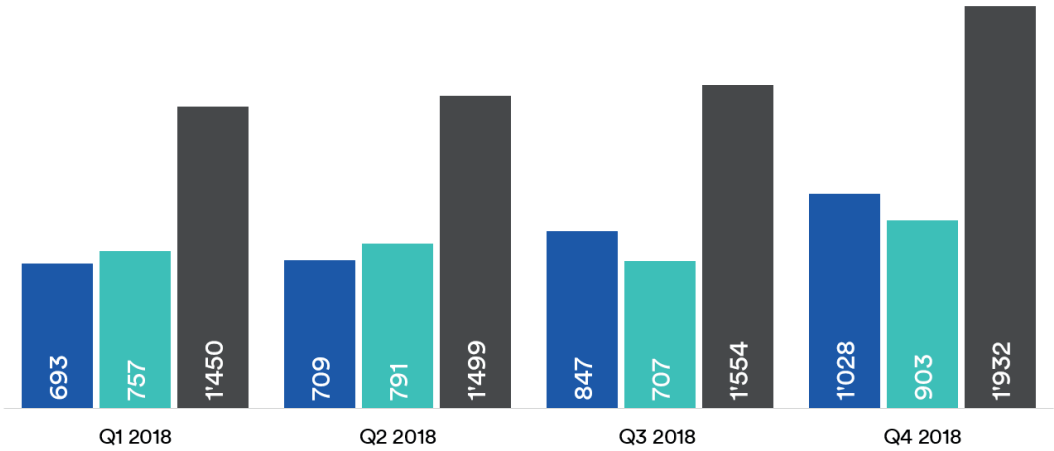
Die bezahlte und die verdiente Sichtbarkeit halten sich 2018 die Waage. Das Verhältnis zwischen Werbe- und Medienpräsenz beträgt 49:51.

Sichtbarste Branchen: Detailhandel & Fahrzeuge

Die Branche **Fahrzeuge** erzielt mit 866 Mio. die grösste Earned-Sichtbarkeit. Detailhandel & Nahrungsmittel generiert mit 848 Mio. am meisten Werbedruck.

Weihnachtsboom: Steigerung um 24%

Im Q4 ist die gesamte Markensichtbarkeit verglichen zum Q3 um 24 Prozent erhöht. Grund dafür ist neben der Werbeoffensive zur Weihnachtszeit (+28%) auch eine verstärkte Earned-Präsenz (+22%).



Sommergrippe: Pharma bricht ein

Die Branche **Pharma & Gesundheit** verzeichnet im Q2 (-18%) und Q3 (-35%) einen hohen Rückgang der Markensichtbarkeit und kann sich davon erst im Q4 (+51%) wieder erholen. Treiber dieser Entwicklung ist die bezahlte Sichtbarkeit.

Earned Media

Neu inkl. erweitertem Print-Medienuniversum

Paid Media

Total Brand Visibility

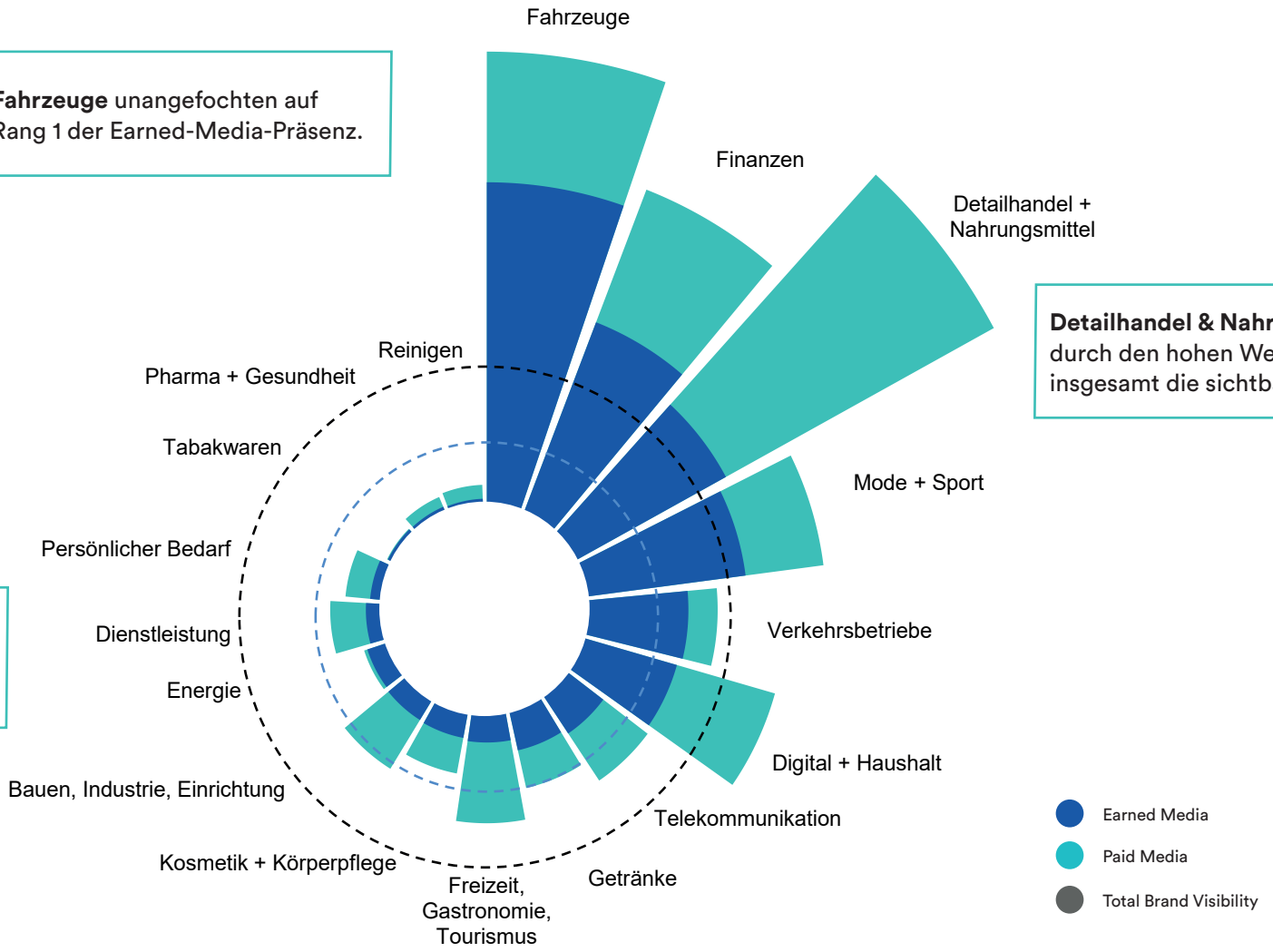
©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Total Industry Visibility

Fahrzeuge unangefochten auf Rang 1 der Earned-Media-Präsenz.

Detailhandel & Nahrungsmittel ist durch den hohen Werbedruck insgesamt die sichtbarste Branche.

Dienstleistung und **Kosmetik & Körperpflege** mit ähnlichem Paid-Earned-Ratio und -Volumen.



©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Top 10 Brands Visibility

Brand	Visibility Ranking				
Migros	1	1	1	1	1
Coop	2	2	2	2	2
SBB	3	4	3	4	7
Swisscom	4	3	5	7	3
Apple	5	5	4	5	4
Mercedes	6	6	6	3	6
UBS	7	8	8	6	5
VW	8	7	7	11	9
Credit Suisse	9	9	9	8	8
BMW	10	12	12	10	11
	2018	Q1	Q2	Q3	Q4

Der Markentrend verknüpft die Werbepräsenz einer Marke mit ihrer Medienpräsenz und ermittelt so die komplette Sichtbarkeit einer Marke über alle Medien hinweg.

An der Spitze des Visibilitätsrankings gibt es für das Gesamtjahr 2018 keine Überraschungen. Die beiden Detailhandelsriesen Migros und Coop dominieren das Schweizer Markensample. Dabei behauptet Migros ihren Vorsprung auf den grossen Rivalen dank einer deutlich höheren Sichtbarkeit bei Earned-Medien.

Die SBB, Swisscom und Apple folgen mit grossem Abstand auf den Plätzen 3 bis 5, die Unterschiede bezüglich der Gesamtsichtbarkeit sind zwischen diesen Marken dafür minim. Die Schweizerischen Bundesbahnen heben sich dank der zweitgrössten Earned-Visibilität aufs Podest. Swisscom und Apple profitieren dagegen stärker von bezahlter Markensichtbarkeit und weisen eine ausgeglichenere Paid-Earned-Ratio auf als die SBB.

Die Top 10 werden von Marken aus der Fahrzeug- sowie der Bankenbranche komplettiert. Mercedes ist der sichtbarste Autohersteller und UBS das sichtbarste Finanzinstitut. Die 10 sichtbarsten Marken vereinen 22 Prozent der Sichtbarkeit des gesamten Schweizer Markensamples auf sich.

Top 10 Brands Virality

Brand	Virality Ranking				
UBS	1	1	4	4	6
Nestlé	2	4	1	3	2
Canon	3	5	3	1	23
Credit Suisse	4	3	5	7	5
Tesla	5	6	6	5	7
SBB	6	13	7	8	4
MySwitzerland	7	36	10	2	1
Audi	8	2	26	30	11
Mercedes	9	15	19	6	26
Sony	10	9	8	22	19
	2018	Q1	Q2	Q3	Q4

Über das gesamte Jahr 2018 betrachtet, zeigen sich UBS, Nestlé und Canon als die drei viralsten Marken. Die UBS profitiert zu Jahresbeginn von verbreitungsstarken Artikeln in Finanzmedien. Nestlé besitzt als wertvollste Marke der Schweiz per se ein hohes Verbreitungspotenzial. Und Canon wird – wie auch Sony – oftmals in Verbindung mit Bildern und Videos auf sozialen Netzwerken erwähnt und profitiert von der Kundennutzung seiner Kameras.

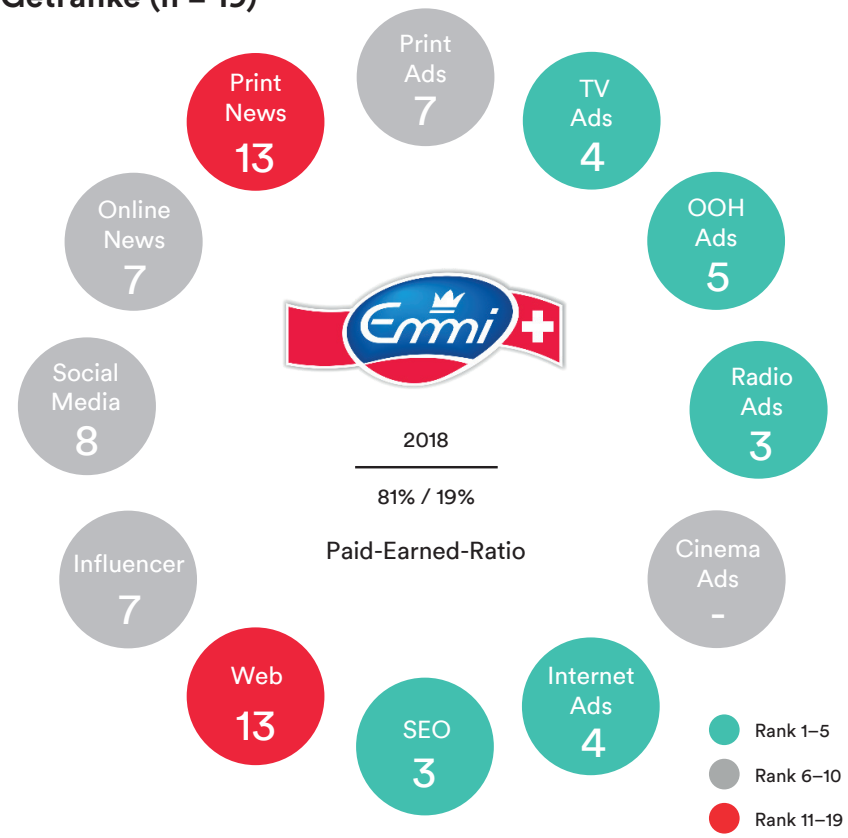
Die Fahrzeugbranche erlebt jeweils im März durch den Genfer Autosalon einen viralen Höhenflug, was sich bspw. bei Audi exemplarisch zeigt. Danach flaut die Verbreitungsstärke von Automarken ab. Einzige Ausnahme bildet Tesla. Mediale Beiträge zum amerikanische Elektropionier verbreiten sich über das ganze Jahr hinweg zuverlässig.

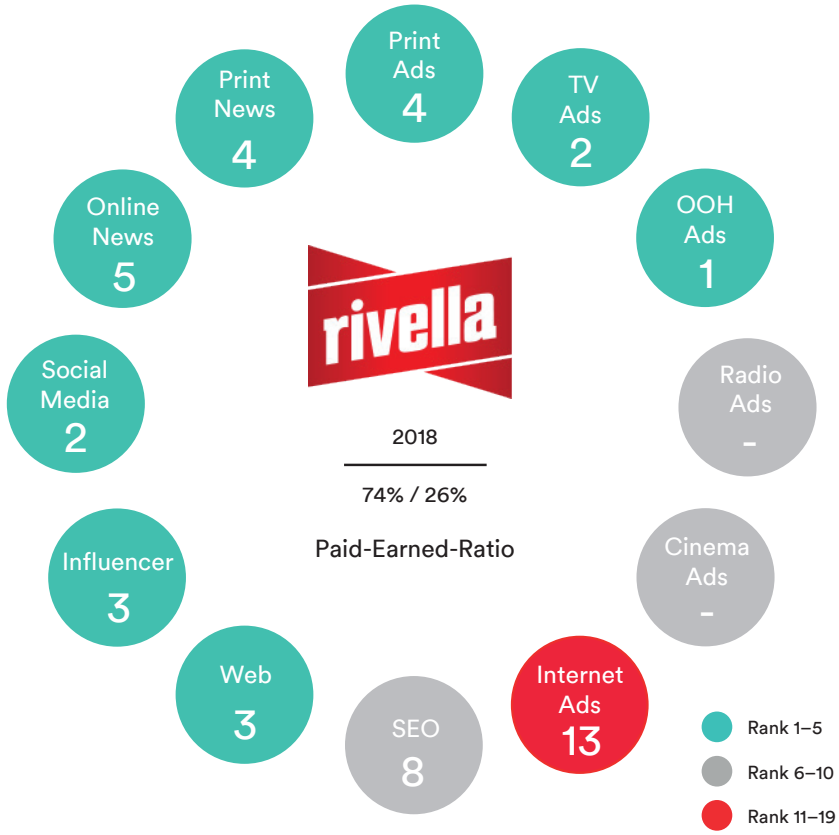
Der SBB sowie MySwitzerland.com kommen hingegen die Verbreitungsstärke von Reise- und Tourismusbildern zu Gute, welche vor allem im zweiten Halbjahr medialen Anklang finden.

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Battle of the Brands

Getränke (n = 19)



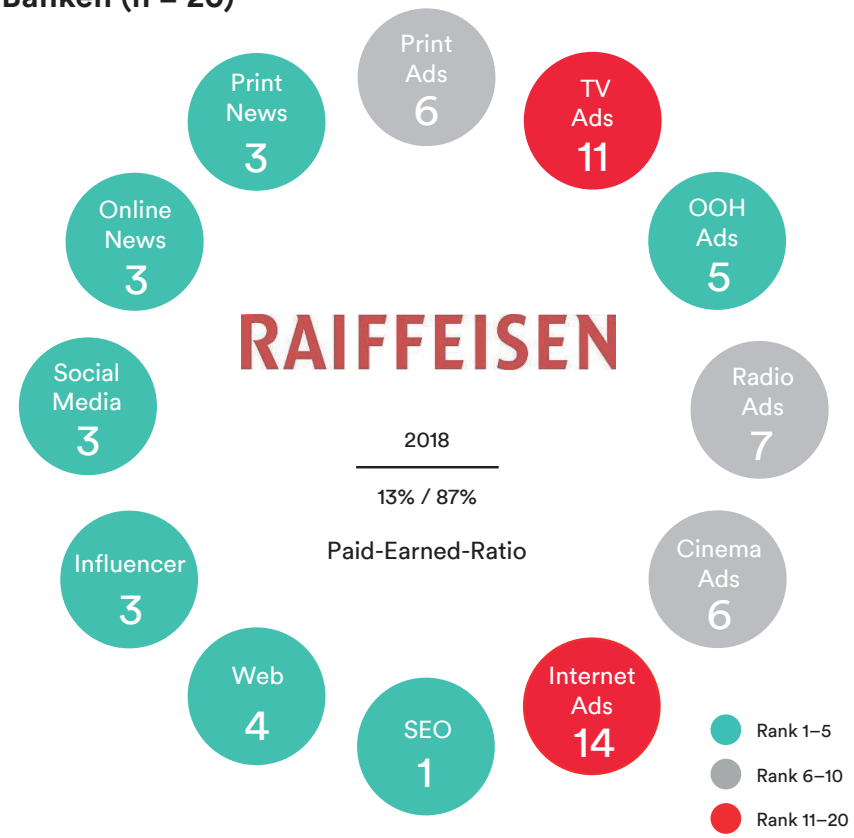


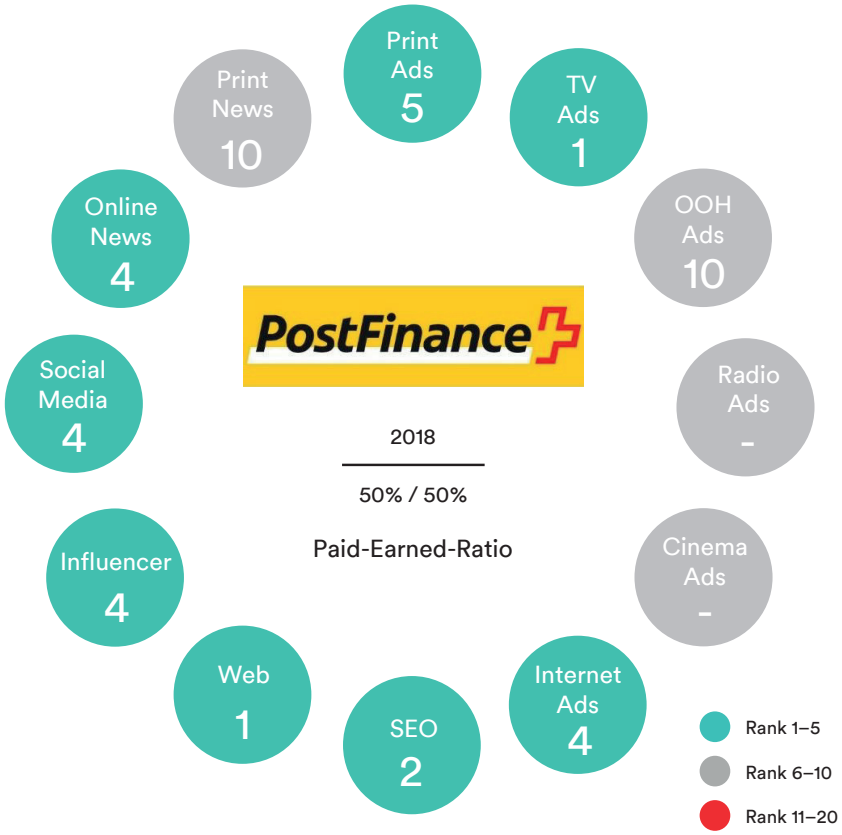
- Rivella (4) liegt was Getränke anbelangt klar vor Emmi (7)
- Dieses Ergebnis erzielt Rivella mit einem fast doppelt so hohen Werbedruck (13.4 Mio.) wie Emmi (7.4 Mio.). Auch im Earned-Bereich ist Rivella (4.7 Mio.) dem Konkurrenten aus Luzern (1.7 Mio.) überlegen.
- Emmi schlägt sich trotz den geringeren Bruttousgaben vor allem in Sachen Internetsuche beachtlich: Bei den Internet Ads, welche auch SEA-Sichtbarkeit umfassen, belegt das Unternehmen den vierten Rang. In der organischen Suche reicht es sogar für Platz 3.
- Dass bezahlte Werbung für die Getränkebranche eine höhere Rolle spielt, als verdiente Sichtbarkeit, wird durch die Paid-Earned-Ratios beider Marken verdeutlicht.
- Beide Getränkehersteller investieren hauptsächlich in TV- und Out-of-Home-Werbemassnahmen und ähneln sich daher in ihrem Paid Media Mix.

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Battle of the Brands

Banken (n = 20)



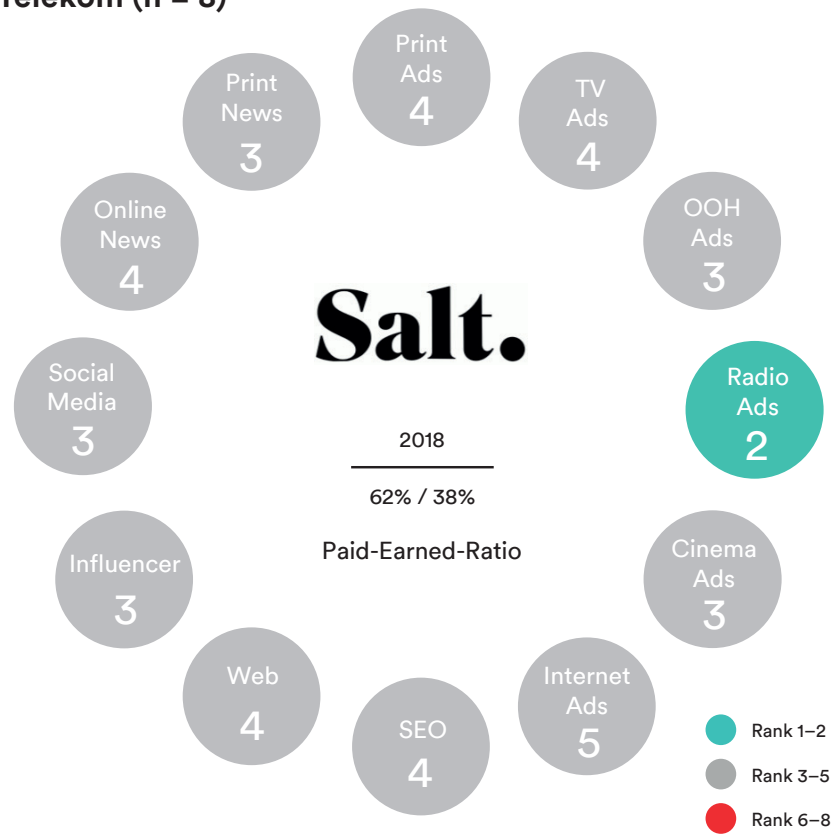


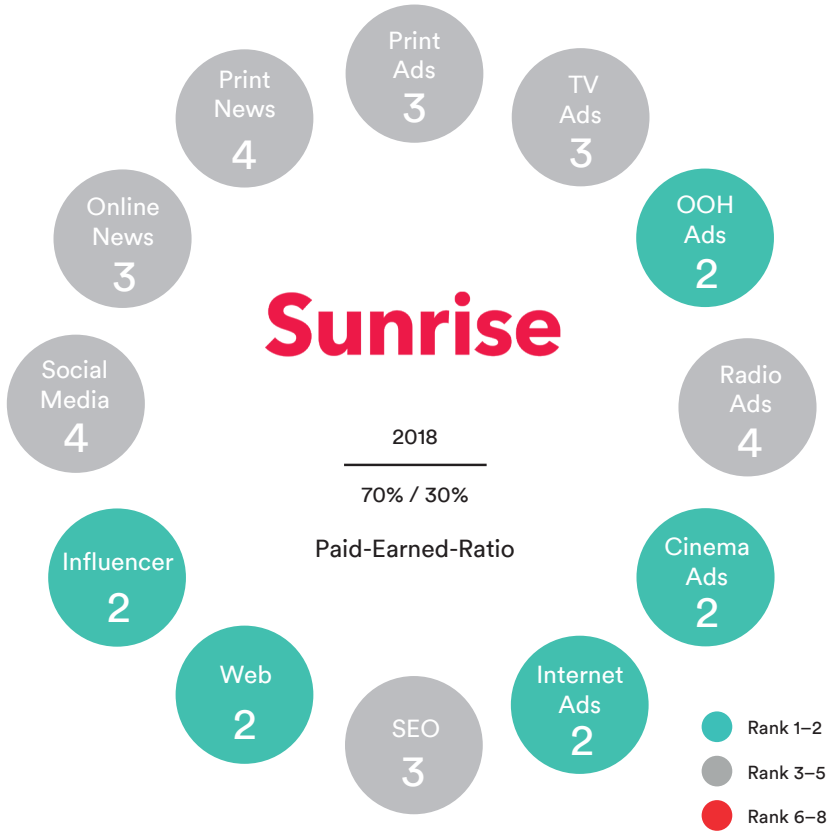
- PostFinance (52.7 Mio.) und Raiffeisen (48.2 Mio.) weisen in der Schweiz eine fast gleich hohe Gesamtsichtbarkeit auf. PostFinance ist dabei die drittsichtbarste Bank gefolgt von Raiffeisen auf Platz 4.
- Raiffeisen erreicht diese Sichtbarkeit hauptsächlich durch Earned-Erwähnungen (42 Mio.), welche im Licht der Vincenz-Affäre aber stark negativ getrieben sind. Die Genossenschaftsbank dürfte sich über die rege Berichterstattung in den Earned-Medien deshalb kaum freuen.
- Die PostFinance weist dagegen eine ausgeglichene Paid-Earned-Ratio auf. Ihr Werbedruck von 26.3 Mio. ist dabei der Spitzenwert unter den 20 sichtbarsten Banken. Dieser Werbedruck konzentriert sich stark auf TV-Medien, über welche die Bank unter anderem ihr Engagement im Sport-Sponsoring ausspielt.

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Battle of the Brands

Telekom (n = 8)

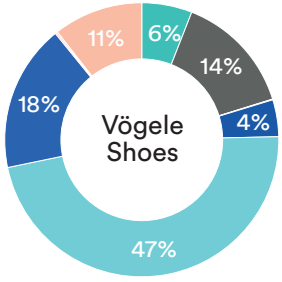




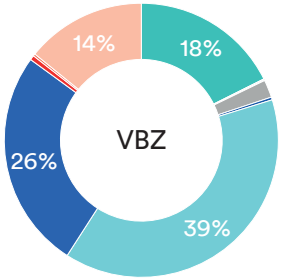
- In der Telekommunikationsbranche liefern sich UPC (2. / 33 Mio.), Sunrise (3. / 32 Mio.) und Salt (4. / 26 Mio.) hinter Primus Swisscom (1. / 125 Mio.) einen erbitterten Kampf um die zweithöchste Sichtbarkeit. Durch die Übernahme von UPC Ende 2019 dürfte Sunrise diesen Kampf vorerst zu ihren Gunsten entscheiden.
- Salt benötigt deshalb eine clevere Markenstrategie, um ihre Sichtbarkeit trotz der Konzentration des Marktumfeldes und trotz des geringeren Werbedrucks (16 Mio. bei Salt vs. je 22 Mio. bei UPC und Sunrise) auch 2019 beibehalten zu können.
- Salt hält bei TV- und Out-of-Home-Werbung mit Sunrise mit, verliert bei Print- und Internetwerbung jedoch entscheidend an bezahlter Markensichtbarkeit.
- In Sachen Earned-Präsenz halten sich Salt (9.8 Mio.) und Sunrise (9.7 Mio.) die Waage.

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Zwillingsanalyse 2018



9.4 Mio.



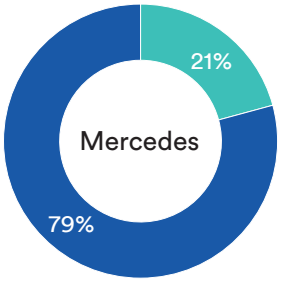
11.6 Mio.

Omnichannel Mix Twins

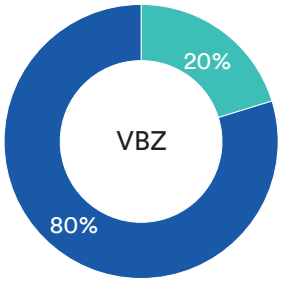
Vögele Shoes sowie die Verkehrsbetriebe Zürich weisen verglichen mit der SBB eine ähnliche Verteilung der Sichtbarkeit über alle Earned- und Paid-Medien hinweg auf.

Paid-Earned-Ratio Twins

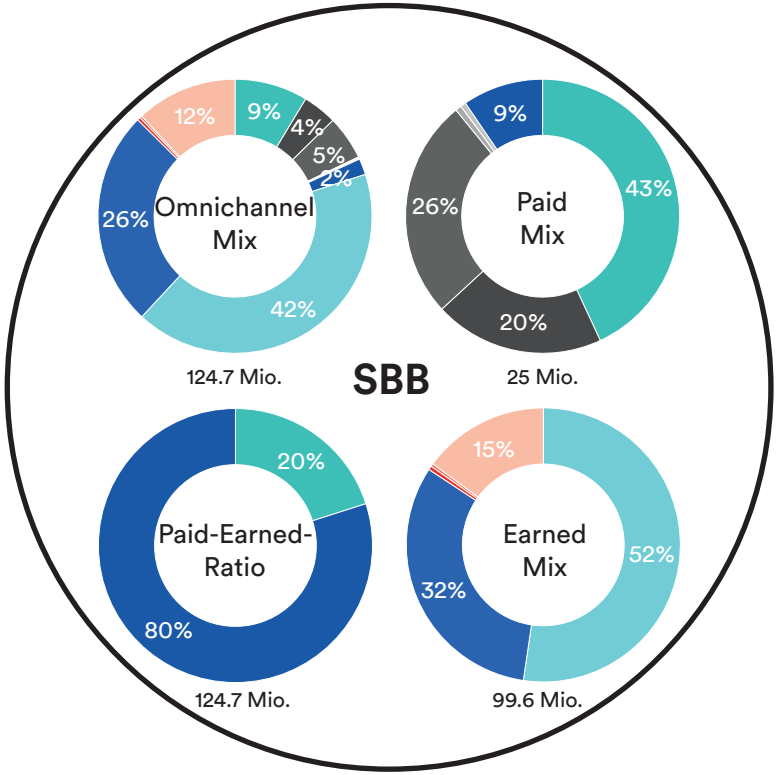
Die VBZ und Mercedes weisen in ihrer Markensichtbarkeit ein sehr ähnliches Paid-Earned-Verhältnis wie die SBB auf. Vor allem Mercedes lässt sich aufgrund ihrer hohen absoluten Sichtbarkeit gut mit den Bundesbahnen vergleichen.



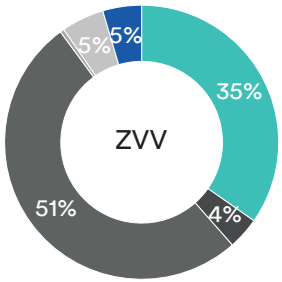
115.1 Mio.



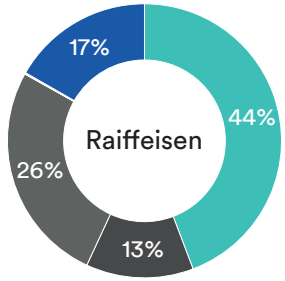
11.6 Mio.







3.4 Mio.



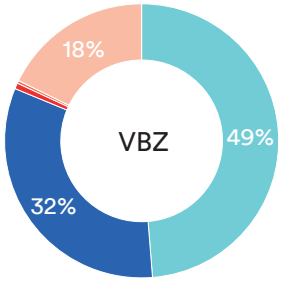
6.1 Mio.

Paid Mix Twins

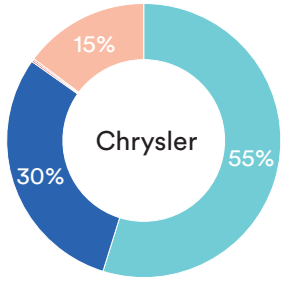
Die SBB setzen in Sachen Werbung vor allem auf Print, TV und Out-of-Home. Die ZVV und Raiffeisen verfolgen sehr ähnliche Strategien, wenn auch mit wensentlich kleineren Werbebudgets.

Earned Mix Twins

Die SBB verdienen sich sowohl über Print- und Online-Newsportale wie auch Web-Erwähnungen Medienpräsenz. Branchenintern verhält sich dies bei den VBZ gleich. Branchenextern lässt sich mit Chrysler ein Earned-Zwilling finden.



9.3 Mio.



6.5 Mio.

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Omnichannel Earned 2018

TOP 10

PRINT	CHF
Migros	96.1 Mio.
UBS	59.8 Mio.
Coop	53.8 Mio.
SBB	52.1 Mio.
Mercedes	48.6 Mio.
Credit Suisse	44.9 Mio.
Apple	41.6 Mio.
VW	41.2 Mio.
Swisscom	36.7 Mio.
BMW	36.7 Mio.

NEWS	CHF
SBB	31.8 Mio.
UBS	26.7 Mio.
Credit Suisse	20.5 Mio.
Migros	18.5 Mio.
VW	15.4 Mio.
Mercedes	14.4 Mio.
Swisscom	14.2 Mio.
Apple	12.9 Mio.
New Yorker	12.4 Mio.
Nestlé	11.4 Mio.

WEB	CHF
Ferrari	29.3 Mio.
Mercedes	27.9 Mio.
Red Bull	17.9 Mio.
SBB	14.9 Mio.
Renault	14.3 Mio.
Apple	12.7 Mio.
BMW	11.8 Mio.
Postfinance	10.4 Mio.
Samsung	10.0 Mio.
Migros	8.0 Mio.

INFLUENCER	CHF
SBB	461'865
Comparis	314'239
Credit Suisse	205'760
Migros	197'713
UBS	190'693
Esprit	164'919
Apple	161'723
Ikea Schweiz	157'446
Raiffeisen	122'236
Mercedes	119'844

SOCIAL	CHF
MySwitzerland.com	791'435
SBB	327'792
Nestlé	253'408
UBS	235'512
Canon	226'184
Migros	207'751
Mercedes	182'837
Ford	175'691
Apple	168'664
Tesla	165'304

FLOP 10

PRINT	CHF
ThermaCare	900
Vitasprint	1'000
Cillit Bang	1'200
Esmara	2'100
Avanex	5'800
Trendmail	8'100
Calgon	8'400
Benedict Schulen	11'500
Ab-in-den-Urlaub	13'600
Brita	14'500

NEWS	CHF
123gold	1
Mediashop	2
Jelmoli Versand	2
Vögele Reisen	2
Esmara	3
Paul Hewitt	7
yallo	13
Delonghi	19
Migros Bio	23
PCP.ch	38

WEB	CHF
Finish	5
Peek & Cloppenburg	5
Northface	6
FashionFriends	7
Paul Hewitt	7
Groupe E Celsius	8
be2.ch	9
Jelmoli Versand	9
1818	9
Ask.com	9

INFLUENCER	CHF
NeoCitran	4
1818	4
Neuroth	4
Agrisano	5
Northface	5
Bico	6
Pall Mall	7
Gonser	7
Pantène	7
Jelmoli Versand	7

SOCIAL	CHF
eDarling	4
Calgon	4
Pedigree	4
baloisedirect.ch	5
Vögele Reisen	5
Nulu	5
Naturaline	6
Omo	6
Riposa	6
PCP.ch	6

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken

Omnichannel Paid 2018

TOP 10

OOH	CHF
Swisscom	22.5 Mio.
Migros	18.5 Mio.
Ford	12.0 Mio.
Mercedes	9.7 Mio.
Coop	8.8 Mio.
Renault	8.2 Mio.
Peugeot	7.8 Mio.
Opel	7.4 Mio.
Audi	7.0 Mio.
Sunrise	6.6 Mio.

TV	CHF
Kinder	57.5 Mio.
Coop	36.5 Mio.
Migros	34.0 Mio.
Trivago	28.3 Mio.
Nivea	20.1 Mio.
Apple	19.5 Mio.
Coca Cola	16.3 Mio.
Swisscom	15.5 Mio.
Postfinance	14.8 Mio.
Lindt	14.6 Mio.

INTERNET	CHF
ebookers	35.6 Mio.
home24	30.5 Mio.
Migros	28.9 Mio.
Apple	26.2 Mio.
Zalando	22.0 Mio.
Trivago	17.3 Mio.
Media Markt	16.9 Mio.
Swisscom	16.0 Mio.
Comparis	15.2 Mio.
Jelmoli	13.6 Mio.

PRINT	CHF
Coop	157.2 Mio.
Migros	111.1 Mio.
Coop City	16.0 Mio.
Thurgau Travel	13.9 Mio.
Volg	11.9 Mio.
SBB	10.8 Mio.
Mittelthurgau	10.6 Mio.
Swisscom	10.4 Mio.
Manor	10.3 Mio.
Denner	8.9 Mio.

RADIO	CHF
Universal Music	3.6 Mio.
Migros	3.2 Mio.
Schubiger	3.1 Mio.
BMW	2.2 Mio.
VW	2.1 Mio.
Ford	2.1 Mio.
Ikea Schweiz	2.0 Mio.
Aboutyou	1.5 Mio.
Hornbach	1.5 Mio.
Möbel Pfister	1.4 Mio.

FLOP 10

OOH	CHF
Schulthess	1'345
Terra Suisse	1'365
Tesla	1'411
Nikon	1'510
Hasbro	1'838
Calanda	2'467
Agrola	3'300
Motorex	3'402
Tefal	3'420
CKW	4'859

TV	CHF
scout24	580
Miini Region	997
Transa	3'162
Groupe E Celsius	3'474
Mini	3'631
Sympany	3'762
TGV	7'413
Jobs.ch	7'689
VBZ	8'697
Edelweiss Air	8'896

INTERNET	CHF
Michel	11
Prada	59
Jacobs	84
Littlest Pet Shop	133
SodaStream	201
Aus der Region	203
Nerf	215
Esprit	312
Ovomaltine	377
Head & Shoulders	463

PRINT	CHF
Outfittery	2'140
Lehner Versand	2'940
Levi's	3'241
Esprit	4'811
Notenstein	5'560
Shell	5'900
Sarenza	6'000
Sanitas	6'260
Austrian Airlines	6'800
geschenkidee.ch	7'200

RADIO	CHF
Banque Cantonale Vaudoise	1'164
Visana	1'485
LG	1'815
Raiffeisen	1'940
Globus	2'966
Heineken	4'414
Obi	4'976
EWB	5'715
Helvetia	5'874
Jack Wolfskin	5'896

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.

N=523 Marken

Ihre Ansprechpartner

Geschäftsführung & Sales



Jens Windel
CEO

+41 43 322 27 53
jens.windel@mediafocus.ch



Katja Funk
Senior Consultant

+41 43 322 27 58
katja.funk@mediafocus.ch



Jetmir Selmanaj
Sales Accountant

+41 43 322 27 79
jetmir.selmanaj@mediafocus.ch

Research



Tina Fixle
Head of Research

+41 43 322 27 66
tina.fixle@mediafocus.ch



Nicola Babamov
Business Analyst

+41 43 322 27 85
nicola.babamov@mediafocus.ch



Roman Hitz
Junior Business Analyst

+41 43 322 27 76
roman.hitz@mediafocus.ch

Marketing & Communication



Francis Boillod
Director Marketing & Operations

+41 43 322 27 57
francis.boillod@mediafocus.ch



Nicole Brunold
Communications Manager

+41 43 322 27 62
nicole.brunold@mediafocus.ch

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | mediafocus@mediafocus.ch | www.mediafocus.ch | Media Focus Schweiz GmbH, Stauffacherstrasse 28, 8004 Zürich
Disclaimer: Wir sind stetig darum bemüht unsere Datengrundlage zu verbessern und zu erweitern. Bitte beachten Sie, dass es dadurch zu minimalen Abweichungen innerhalb der Segmente kommen kann.
N=523 Marken