

# Online-Werbemarkt wächst

Das Internet wird für den Werbemarkt immer wichtiger: Zwischen 2014 und 2016 ist der Werbeumsatz im Onlinebereich um knapp ein Drittel gewachsen. Das trifft vor allem die Presse hart. Im gleichen Zeitraum sind die Umsätze dort um 18 Prozent eingebrochen. Insgesamt war das Werbevolumen nur leicht rückgängig.

## Netto-Werbeumsätze in der Schweiz (in Millionen Franken)

### Printmedien

- Tages-, regionale Wochen-, Sonntagspresse
- Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse
- Spezialpresse (richtet sich an Interessierte)
- Fachpresse (richtet sich an Fachpersonen)

### Elektronische Medien

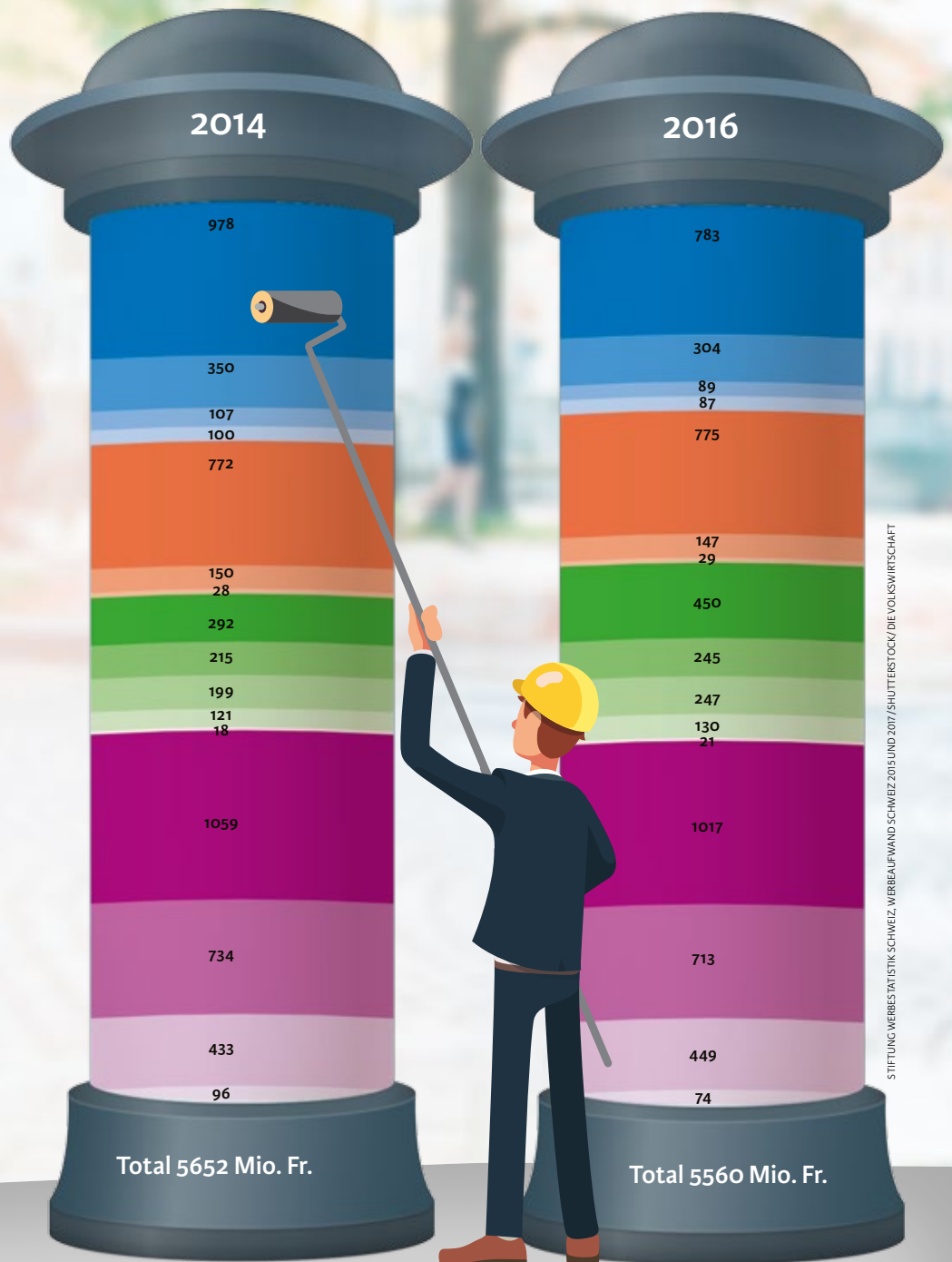
- Fernsehen (inkl. Sponsoring)
- Radio (inkl. Sponsoring)
- Kino

### Online

- Suchmaschinen-Werbung<sup>a</sup>
- Online-Rubrikenmarkt (Job/Immobilien/Auto)
- Online-Display-Werbung (inkl. Bewegtbild und Onlineauftritte Printmedien)
- Online-Verzeichnisse (wie z. B. Search.ch, Local.ch)
- Affiliate-Marketing<sup>a/b</sup>

### Übrige Werbekanäle

- Direktwerbung (Werbebriefe, Kataloge)
- Werbe- und Promotionsartikel
- Aussenwerbung
- Adressverzeichnisse gedruckt (z. B. Gelbe Seiten)



<sup>a</sup> Expertenschätzung der Bruttoumsätze / Media Focus.

<sup>b</sup> Vertriebspartnerschaften, bei denen nicht Klicks, sondern nur getätigte Verkäufe vergütet werden.