



Medienmitteilung

Studie zum volkswirtschaftlichen Beitrag der Schweizer Aussenwerbung

- Starkes Medium für KMU und gemeinwohlorientierte Organisationen**
- Grosser Teil der Wertschöpfung von insgesamt 701 Mio. Franken fliesst direkt oder indirekt an die Bevölkerung und die öffentliche Hand.**

Eine Studie von PwC Schweiz im Auftrag des Verbandes Aussenwerbung Schweiz (AWS), erhebt erstmals den volkswirtschaftlichen Beitrag der klassischen, analogen und digitalen Werbung auf Standardformaten im öffentlichen Raum und untermauert mit Zahlen und Fakten aus dem Jahr 2022 die grosse gesellschaftliche und wirtschaftliche Bedeutung dieses Teilbereichs der Aussenwerbung für die Schweiz. Die Studie zeigt eindrücklich die Wichtigkeit und Akzeptanz der Aussenwerbung als lokales und nationales Werbemedium auf. Sie belegt, dass das Plakat ein bedeutendes Element der Wirtschafts-, Informations- und Meinungsfreiheit ist.

Das sind die wichtigsten Ergebnisse der Studie:

- Der untersuchte Teilbereich der Aussenwerbung generierte im Jahr 2022 mit rund 82'500 Werbeträgern (94% analog/6% digital) eine direkte Wertschöpfung von 397 Mio. Franken und eine indirekte Wertschöpfung von 304 Mio. Franken.
- Für jeden Franken Bruttoumsatz fließen insgesamt rund 0.6 Franken direkt und indirekt als finanzielle Beiträge zurück an die Bevölkerung und die öffentliche Hand. Dabei können besonders lokale Akteure profitieren.
- Von 227 Mio. Franken Konzessionen und Mietabgaben für die Werbeträger fließen 152 Mio. Franken an öffentlich-rechtliche Eigentümer. Davon profitiert insbesondere die Bevölkerung vor Ort, da ein signifikanter Teil der Abgaben den Kantonen und Gemeinden zugutekommt. 7 Mio. Franken Steuereinnahmen gehen zudem an Bund, Kanton und Gemeinde.
- Die klassische Aussenwerbebranche beschäftigt insgesamt 779 Mitarbeitende und bietet 16 Lernenden die Möglichkeit sich auszubilden. Sie zahlt insgesamt 93 Mio. Franken Löhne und Sozialabgaben.
- Die Aussenwerbung arbeitet eng mit gemeinwohlorientierten Organisationen zusammen und unterstützt diese mit Leistungen im Wert von 47 Mio. Franken. Sie bietet gesellschaftlich relevanten Themen einen Kanal. Dazu zählen insbesondere Kulturangebote, Wohltätigkeit, Wahlen und Abstimmungen, Notfall- und Krisenkommunikation sowie Aufklärungskampagnen.
- Die Aussenwerbung wird stark von der lokalen Wirtschaft genutzt. So liegt der Anteil der kleineren und mittleren Unternehmen sowie Organisationen mit weniger als 10'000 Franken jährlichen Ausgaben für Aussenwerbung bei rund 63%.
- Der Energieverbrauch der Schweizer Aussenwerbung ist bescheiden und entspricht ungefähr 1.5 Prozent der Energiebilanz der schweizweiten Strassenbeleuchtung in 2021, sowie nur 0.3% des Stromverbrauchs von Schweizer Rechenzentren in 2019.
- Die Aussenwerbung trägt zu einem belebten, aber auch gepflegten Stadt- und Ortsbild bei, indem sie - eng abgestimmt hinsichtlich städtebaulicher und räumlicher Aspekte im Rahmen von Plakatierungskonzepten - in Städten und Gemeinden auch öffentliche Infrastruktur finanziert und unterhält (z.B. Citypläne, Tramstationen und Buswartehallen).



Der AWS begrüsst die Erkenntnisse der Studie und wird diese in der Weiterentwicklung der Mediengattung miteinbeziehen. Im Fokus stehen dabei die lokale Wertschöpfung, die hohen Standards in Bezug auf Selbstregulierung und Konsumentenschutz sowie die Corporate Social Responsibility der Unternehmen.

Studie (PDF in d und f) im Anhang

Ergänzende Informationen zur Studie:

Sie bietet eine Übersicht der Schweizer Aussenwerbung – auch häufig als «Out of Home Media» bezeichnet - und ihren volkswirtschaftlichen Beitrag im Jahr 2022. Sie ist die erste Studie dieser Art und wurde im Februar 2023 das erste Mal erhoben und veröffentlicht. Die Studie untersucht einen Teilbereich der Aussenwerbung, der sich mit der klassischen, analogen und digitalen Werbung auf Standardformaten im öffentlichen Raum (u.a. Plakate an Strassen und öffentlichen Plätzen) befasst. Nicht untersucht und nicht erhoben im Rahmen dieser Studie wurde die Werbung in und an öffentlichen Verkehrsmitteln. Zur Datenerhebung wurden die fünf grössten Anbieter der Aussenwerbung befragt (APG | SGA, Clear Channel, Neo Advertising, Horizon sowie Livesystems). Unter der Annahme, dass diese Unternehmen rund 95% der klassischen Aussenwerbeindustrie abdecken, wurden die Daten auf die gesamte klassische Industrie hochgerechnet. Die Studie wurde vom Verband der Schweizer Aussenwerbung in Auftrag gegeben und von der Firma PwC Schweiz durchgeführt.

Auskunft für Medienschaffende

AWS Verband Aussenwerbung Schweiz:

- Nadja Mühlemann, Geschäftsführerin AWS
- Markus Ehrle, Präsident AWS
- Christoph Marty, Vizepräsident AWS

Tel. +41 58 220 70 71, office@ausserwerbung-schweiz.ch

Zürich, 21. Februar 2023