Markentrend Schweiz
Q2 2018

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Q2 2018: Quartalsentwicklung

Sichtbarkeit 1.2 Mrd.: Ø 2.4 Mio. pro Brand

Die gemessene Gesamtsichtbarkeit der 513 Marken beträgt im Q2 2018 insgesamt 1.2 Milliarden Bruttofranken.

Geringe Veränderungen gegenüber erstem Quartal

Während «Earned Media» im Vergleich zum Vorquartal um 3 Prozent sinkt, steigt «Paid Media» um 5 Prozent.

160 Marken = 51% der Markenpräsenzen

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

Detailhandel: Werbung ist Trumpf

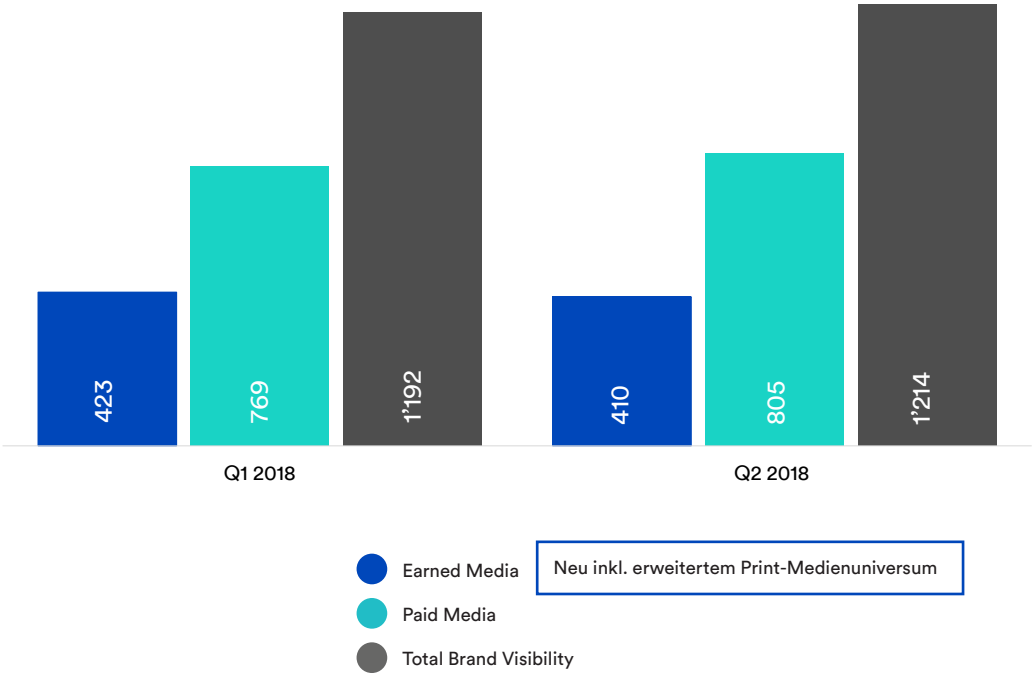
Mit 218 Millionen investiert die Branche **Detailhandel & Nahrungmittel** mit Abstand am meisten in Werbung.

Markensichtbarkeit: 34% nicht steuerbar

Die Medienpräsenz ist im Vergleich zum Vorquartal leicht angestiegen. Das Verhältnis zwischen Werbung und Medienpräsenz beträgt 66:34.

Wachstum: Getränke

Verdoppelung der Sichtbarkeit im Vergleich zum ersten Quartal im Jahr 2018. Dies ist insbesondere auf die starke Steigerung der Werbepräsenz zurückzuführen.



Ungesund: Grösster Rückgang im Q2

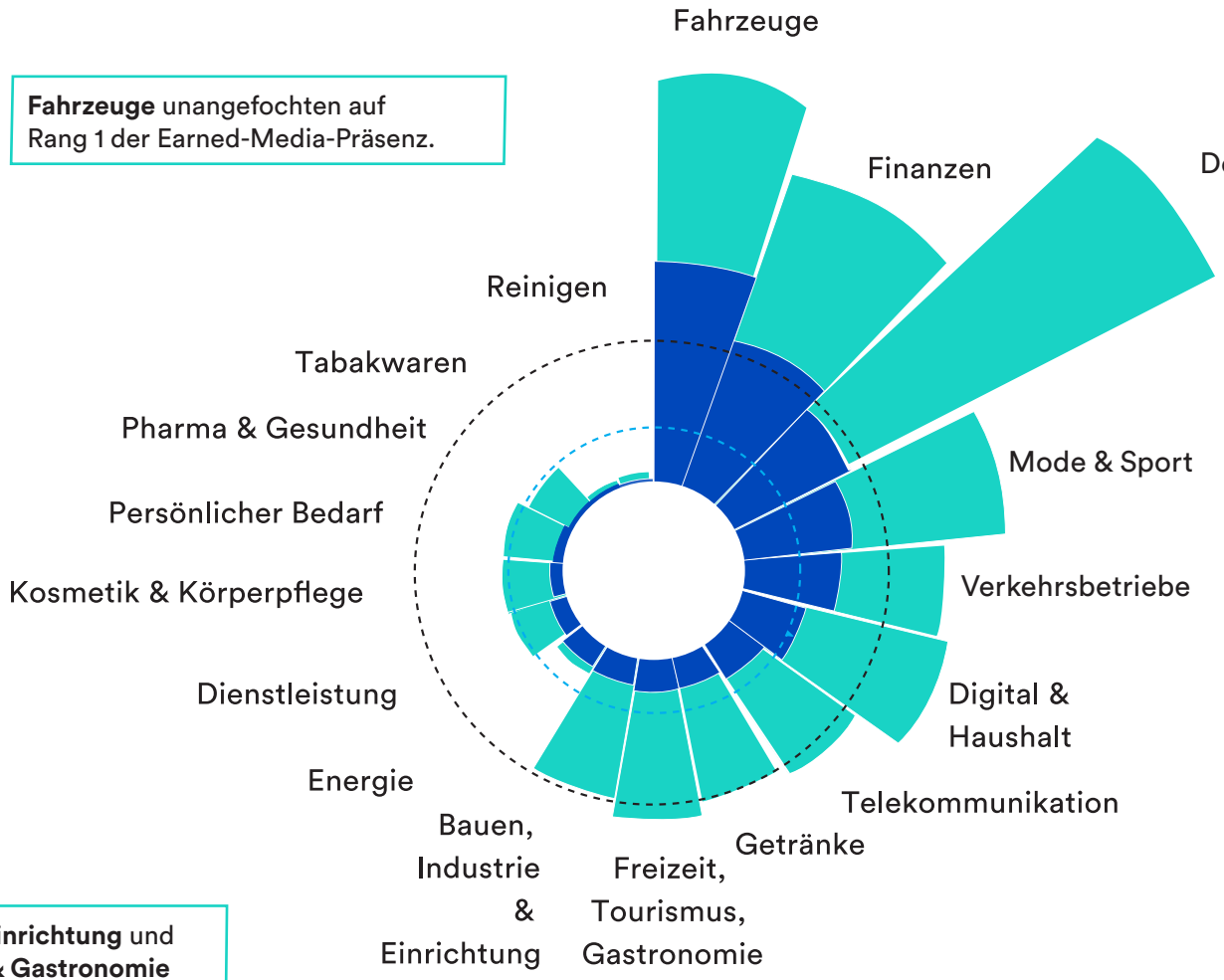
Die Branche **Pharma & Gesundheit** verzeichnet den grössten Rückgang im Vergleich zum Vorquartal - dies ist vor allem durch eine geringere Werbepräsenz zu erklären (-25%).

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Total Industry Visibility

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



Detailhandel & Nahrungsmittel rutscht im Earned-Media Ranking auf Rang 3 ab. Insgesamt bleibt die Kombi-Branche durch den hohen Werbedruck am sichtbarsten.

Bauen, Industrie & Einrichtung und **Freizeit, Tourismus & Gastronomie** mit fast identischem Paid-Earned-Ratio und -Volumen.

Paid
Earned

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Top 10 Brands Visibility

Brand	Visibility Ranking		Virality Ranking	
Migros	1	1	9	21
Coop	2	2	56	66
SBB	3	4	7	13
Swisscom	4	3	15	22
Mercedes	5	8	20	14
VW	6	5	13	17
Apple	7	6	24	10
Samsung	8	10	11	28
UBS	9	15	4	1
Credit Suisse	10	14	5	3
	Q2/18	Q1/18	Q2/18	Q1/18

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

Migros bleibt, wie bereits im Vorquartal, die sichtbarste Marke im Schweizer Markensample (Visibility Earned & Paid Media). Coop hält sich weiter mit deutlichem Vorsprung vor der SBB auf Rang 2. Coop konnte den Rückstand auf Migros im Vergleich zum vorherigen Quartal leicht verkleinern. Migros generiert diesen Vorsprung einzig durch die Medienpräsenz, denn die Werbepräsenzen der beiden grossen Detailhändler sind in etwa auf dem gleichen Niveau.

Mercedes und VW können sich nach wie vor in den Top 10 halten. Die beiden Grossbanken UBS und Credit Suisse sind im Vergleich zum Vorquartal wieder in die Top 10 zurückgekehrt. Dagegen haben sich die beiden beliebten Brands Zalando und Kinder wieder aus den Top 10 verabschiedet. Samsung konnte im aktuellen Quartal noch näher an den Hauptkonkurrenten Apple heranrücken.

Top 10 Brands Virality

Brand	Visibility Ranking		Virality Ranking	
Nestlé	21	21	1	4
Emirates	210	175	2	39
Canon	232	272	3	5
UBS	9	15	4	1
Credit Suisse	10	14	5	3
Tesla	48	43	6	6
SBB	3	4	7	13
Sony	111	74	8	8
Migros	1	1	9	21
MySwitzerland	273	217	10	35
	Q2/18	Q1/18	Q2/18	Q1/18

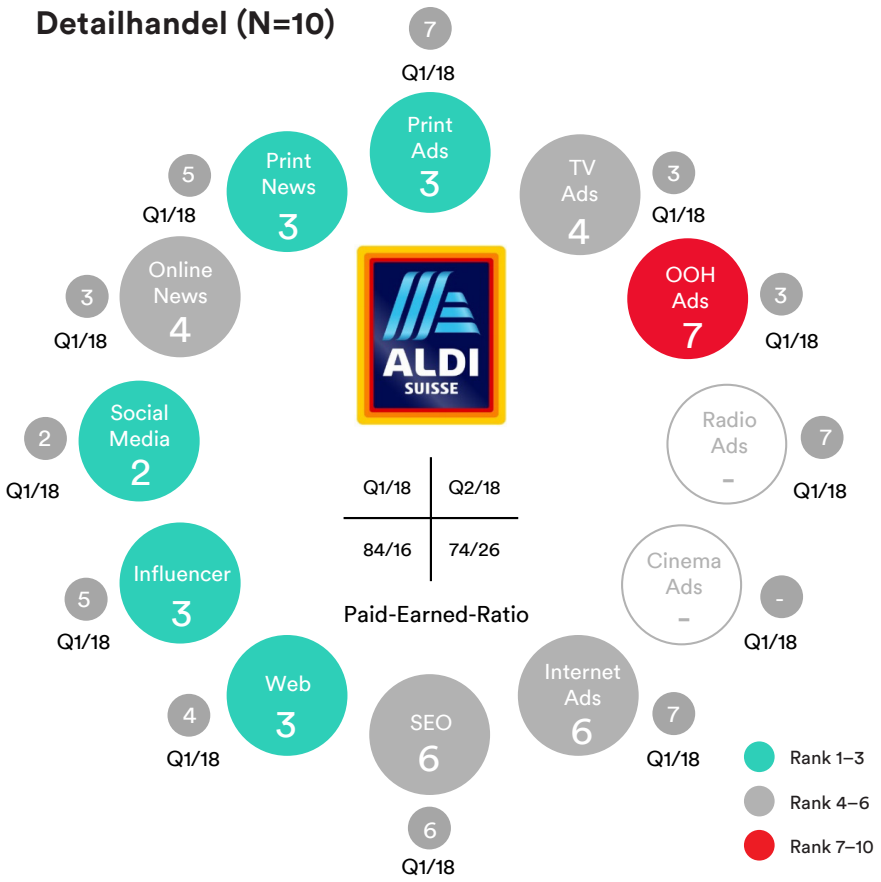
In den Top 10 der viralsten Marken gab es auch im zweiten Quartal wieder einige Veränderungen. Nestlé rückt vom vierten Rang auf den ersten Rang vor und ist nun die viralste Brand. Artikel zum Wachstum des Schweizer Lebensmittelriesen sorgen für Presse. Ebenfalls auf dem Podest und damit neu in den Top 10 sind die Fluggesellschaft Emirates sowie die Brand Canon.
Zum ersten Mal in den Top 10 ist auch MySwitzerland aus der Tourismusbranche. Dies verdankt die Brand unter anderem einem Twitterpost sowie einem Artikel von theguardian.com.

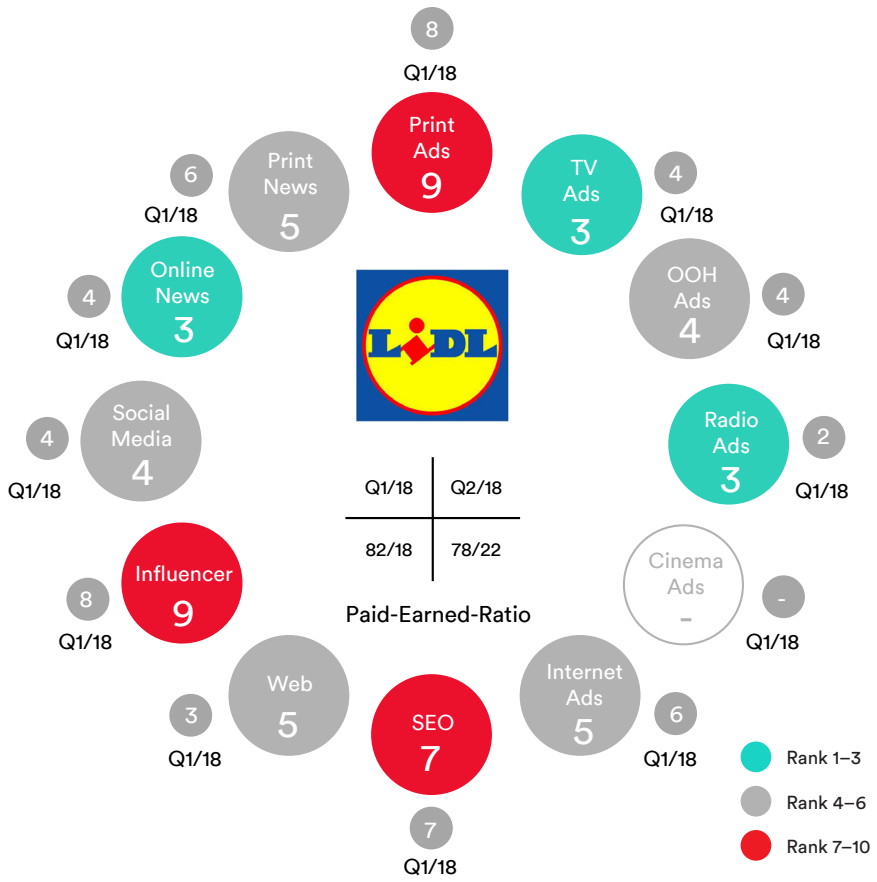
Die Automarken, die im ersten Quartal dank dem Autosalon Genf in der Top 10 waren, sind wieder von den Spitzenplätzen verschwunden. Nur Tesla konnte sich auch im zweiten Quartal einen Platz unter den ersten Zehn sichern.

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Battle of the Brands

Detailhandel (N=10)



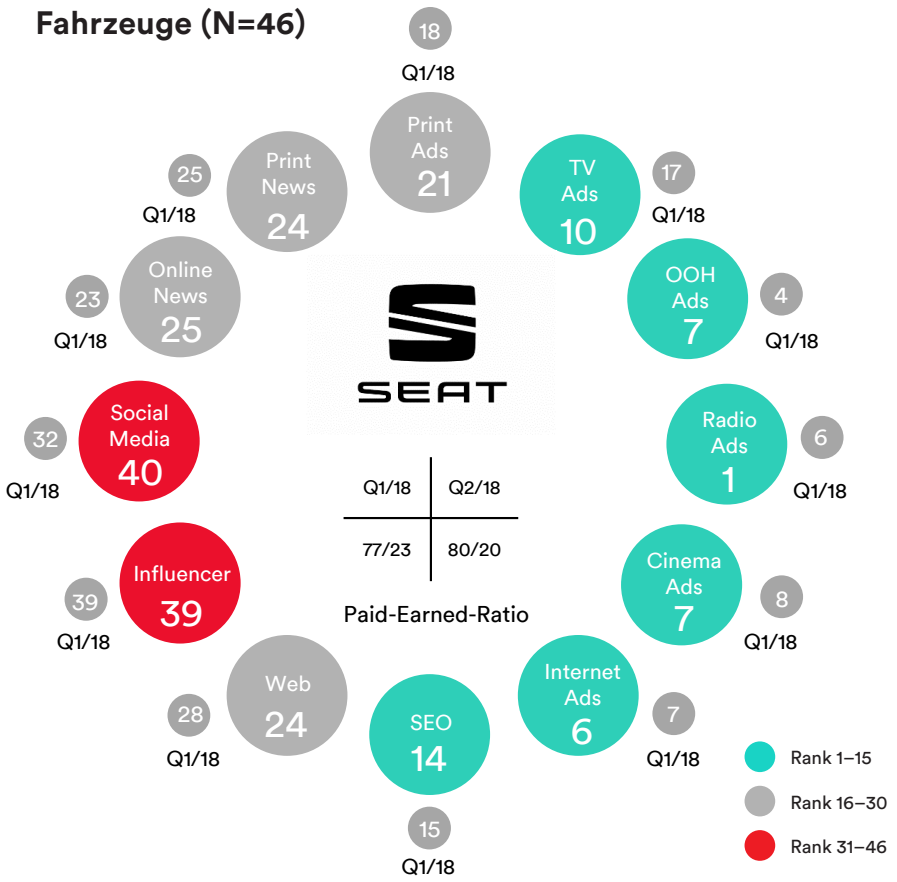


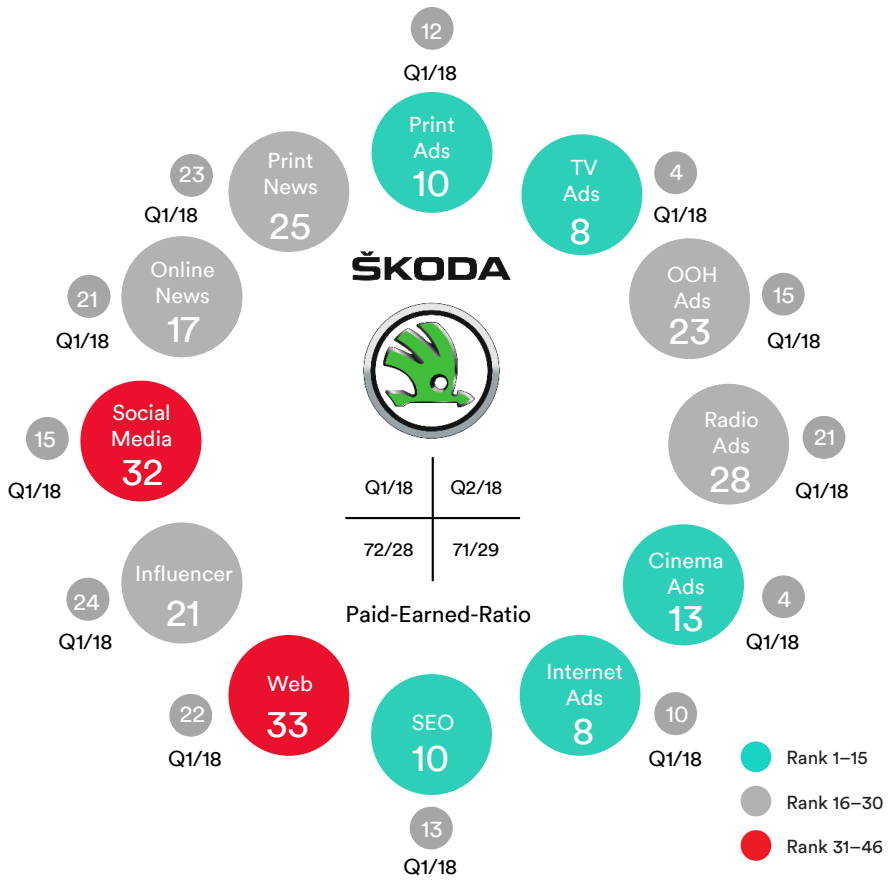
- Lidl (4) liegt knapp vor Aldi(5)
- Lidl (7.1 Mio.) mit einer etwas höheren Gesamtsichtbarkeit als Aldi (6.6 Mio.), Media Mix ähnlich, beide mit einer breitangelegten TV-Kampagne
- Lidl erhöht den Werbedruck um 25 Prozent, wobei insbesondere in TV investiert wurde und erreicht in diesem Kanal einen guten 3. Platz, hinter Coop und Migros
- Während Lidl den höheren Werbedruck als Aldi aufweist, liegt Aldi im Earned-Bereich vor Lidl. Beide Detailhändler blieben im Vergleich auf einem ähnlichen Niveau
- Die beiden einseitigen Paid-Earned Ratios verdeutlichen die Wichtigkeit von Werbemassnahmen in der Nahrungsmittelbranche

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Battle of the Brands

Fahrzeuge (N=46)



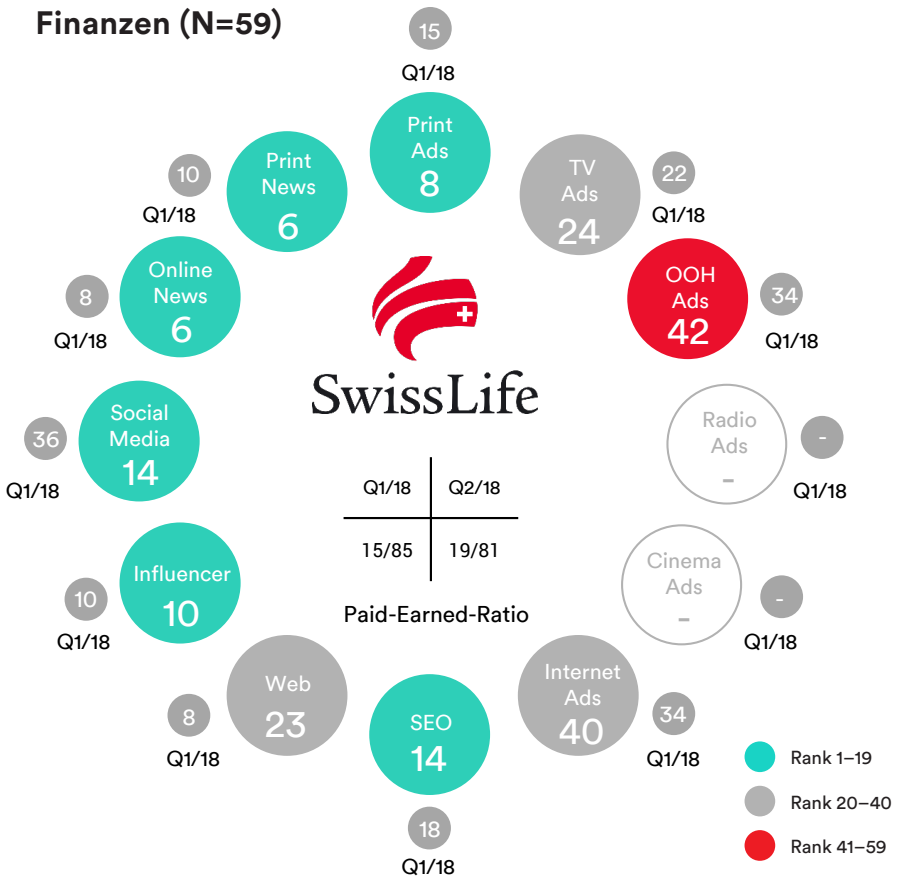


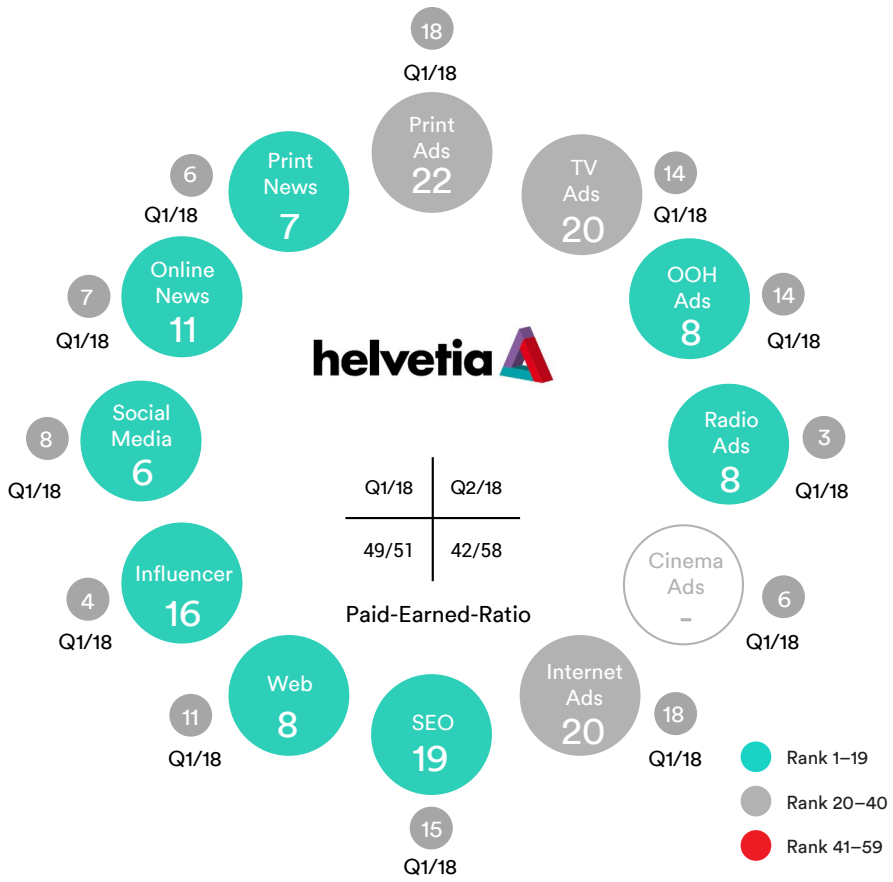
- Der spanische Autohersteller Seat (13) schlägt Škoda (20) klar in der Gesamtsichtbarkeit
- Seat investierte rund 20 Prozent weniger als Škoda in Werbung, trotzdem mit Top-Platzierung in Radio
- Im Earned-MediaBereich liegt die Sichtbarkeit von Seat und Škoda auf dem gleichen Niveau
- Sowohl für Seat als auch für Škoda sind die Paid-Media-Kanäle die dominanten Kanäle, bei Seat machen sie 80 Prozent der totalen Markenpräsenz aus, bei Škoda 71 Prozent

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Battle of the Brands

Finanzen (N=59)

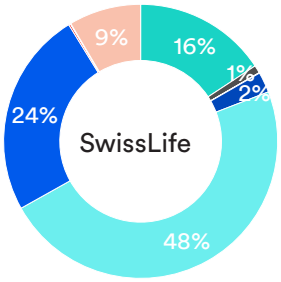




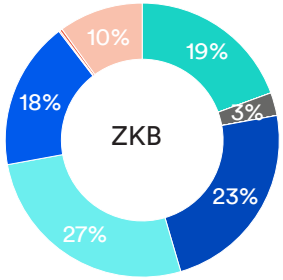
- SwissLife (15) ist im zweiten Quartal an Helvetia (17) vorbeigezogen, im ersten Quartal war Helvetia noch auf dem 13. Rang und SwissLife auf dem 22. Rang
- SwissLife und Helvetia im aktuellen Quartal mit fast identischer Gesamtsichtbarkeit (3.4 Mio.)
- Paid-Earned-Ratio der beiden Brands unterscheidet sich; SwissLife mit einem sehr hohen Earned-Anteil von 81 Prozent
- Im Earned-Bereich erreichen SwissLife und Helvetia gute Platzierungen
- Helvetia punktet im Social-Media-Bereich, während SwissLife in den Online News einen Vorsprung aufweist

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

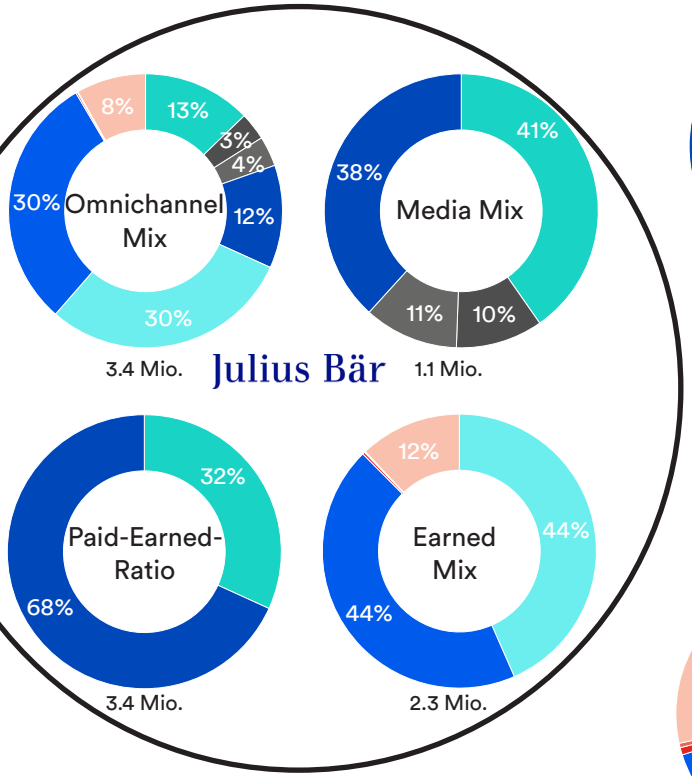
Zwillingsanalyse Q2 2018



3.4 Mio.



4.1 Mio.

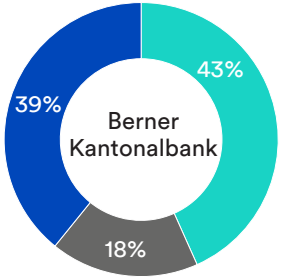


3.4 Mio.

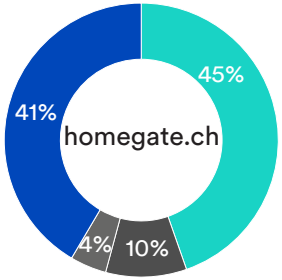
1.1 Mio.

3.4 Mio.

2.3 Mio.



1.0 Mio.



3.3 Mio.

Omnichannel Mix Twins

Zürcher Kantonalbank sowie SwissLife sind zwei Marken, die verglichen mit Julius Bär eine ähnliche Verteilung der Sichtbarkeit über alle Earned und Paid Mediakanäle hinweg haben.

Paid-Earned-Ratio Twins

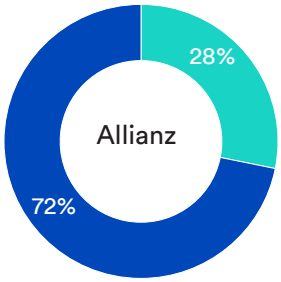
Das Verhältnis der steuerbaren und nicht-steuerbaren Sichtbarkeit ist bei Julius Bär und Fiat identisch, das Volumen bei beiden auf gleichem Niveau. Innerhalb der Branche kommt Allianz Julius Bär am nächsten.

Media Mix Twins

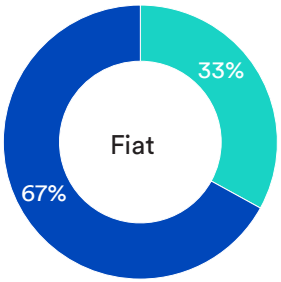
Julius Bär legt den Fokus klar auf Print-Werbung, ergänzt durch TV, Out-of-Home und Internet. Auch homegate.ch verfolgt diese Strategie. Berner Kantonalbank innerhalb der Branche Finanzen ohne TV, jedoch mit verlgeichbaren Anteilen und Volumina.

Earned Mix Twins

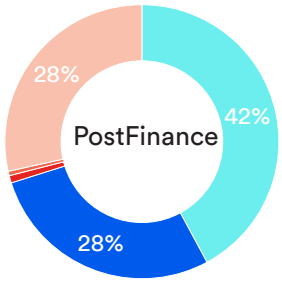
Die öffentliche Diskussion um die Marke Julius Bär findet vor allem in Print sowie in den Online News statt. Dasselbe gilt für PostFinance innerhalb der Branche sowie McDonald's.



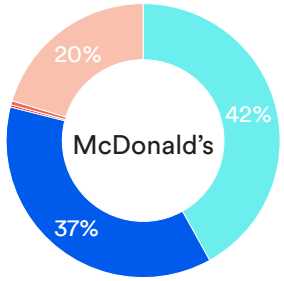
3.4 Mio.



3.9 Mio.



2.5 Mio.



5.5 Mio.

Paid Media: Print, Radio, TV, Kino, Out-of-Home, Internet

Earned Media: Print, Online News, Social Media, Influencer, Web

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Omnichannel Earned Q2 2018

TOP 10

PRINT	CHF	NEWS	CHF	WEB	CHF	INFLUENCER	CHF	SOCIAL	CHF
Migros	10.3 Mio.	SBB	6.8 Mio.	SBB	4.7 Mio.	SBB	169‘362	MySwitzerland.com	256‘942
SBB	7.4 Mio.	UBS	4.0 Mio.	Mercedes	2.6 Mio.	UBS	68‘247	SBB	113‘943
Mercedes	5.6 Mio.	Mercedes	3.9 Mio.	Migros	2.4 Mio.	Credit Suisse	66‘672	UBS	95‘931
Raiffeisen	4.4 Mio.	VW	3.2 Mio.	VW	2.0 Mio.	Apple	53‘732	Nestlé	94‘808
Credit Suisse	4.4 Mio.	Credit Suisse	3.1 Mio.	BMW	1.9 Mio.	Postauto	48‘896	Canon	72‘123
AXA	4.3 Mio.	Migros	3.0 Mio.	Apple	1.9 Mio.	Swisscom	47‘485	Migros	53‘307
UBS	4.2 Mio.	Ferrari	3.0 Mio.	Samsung	1.7 Mio.	Flughafen Zürich	45‘828	Emirates	48‘310
Swisscom	4.2 Mio.	Heidi	2.4 Mio.	UBS	1.7 Mio.	Mercedes	44‘021	Tesla	47‘860
Ferrari	4.1 Mio.	Raiffeisen	2.4 Mio.	Ferrari	1.7 Mio.	Esprit	41‘643	Aldi	45‘075
Coop	3.8 Mio.	Swisscom	2.4 Mio.	Heidi	1.7 Mio.	Red Bull	41‘503	Nikon	43‘446

FLOP 10

PRINT	CHF	NEWS	CHF	WEB	CHF	INFLUENCER	CHF	SOCIAL	CHF
CEWE	700	anibis.ch	5	WIR Bank	4	lululemon	4	Whiskas	4
Schubiger Möbel	1‘200	PCP.ch	5	Sun	4	Dolce & Gabbana	4	Esmara	4
Mulberry	1‘600	Frey	9	Nescafé	5	Bell & Ross	4	Winston	4
creditFinanz	1‘700	Michel	14	Lancôme	5	SportXX	4	Parisienne	4
Brita	2‘100	M&M‘s	21	Mido	6	Oris	4	Assura	4
Always	2‘100	Evian	22	anibis.ch	7	Coop City	4	Vero Moda	4
Cluse	2‘100	Socar	23	smile.direct	7	EGK	4	Bepanthen	5
Neuroth	2‘300	Calzedonia	30	Dextra	7	Certina	4	Mittelthurgau	5
lululemon	2‘500	s.Oliver	37	Calzedonia	8	Eni	4	Purina	5
home24	2‘500	EGK	53	Panerai	8	Cailler	4	Michel	6

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Omnichannel Paid Q2 2018

TOP 10

OOH	CHF	TV	CHF	INTERNET	CHF	PRINT	CHF	RADIO	CHF
Migros	6.9 Mio.	Kinder	11.8 Mio.	ebookers	7.6 Mio.	Coop	38.1 Mio.	Migros	1.0 Mio.
Swissom	6.0 Mio.	Coop	11.5 Mio.	Migros	6.9 Mio.	Migros	28.5 Mio.	Schubiger Möbel	0.8 Mio.
VW	4.0 Mio.	Trivago	8.7 Mio.	home24	6.0 Mio.	Coop City	6.0 Mio.	Universal Music	0.8 Mio.
Ford	3.6 Mio.	Naturaplan	8.3 Mio.	Jelmoli	5.4 Mio.	SBB	3.4 Mio.	aboutyou	0.7 Mio.
Renault	3.4 Mio.	Nivea	6.9 Mio.	Zalando	4.4 Mio.	Volg	3.1 Mio.	Ikea Schweiz	0.7 Mio.
Swatch	3.2 Mio.	Samsung	6.8 Mio.	Trivago	3.7 Mio.	Naturaplan	2.9 Mio.	Seat	0.4 Mio.
Salt	3.1 Mio.	Migros	6.7 Mio.	Comparis	3.4 Mio.	Thurgau Travel	2.8 Mio.	C&A	0.4 Mio.
Sunrise	3.0 Mio.	Apple	5.9 Mio.	LaRedoute	3.0Mio.	Patek Philippe	2.6 Mio.	Hornbach	0.4 Mio.
Apple	2.8 Mio.	Thomy	4.7 Mio.	Ricardo	3.0 Mio.	Swisscom	2.2 Mio.	BMW	0.4 Mio.
Mercedes	2.6 Mio.	Always	4.3 Mio.	Swisscom	2.8 Mio.	Manor	2.1 Mio.	TopTip	0.4 Mio.

FLOP 10

OOH	CHF	TV	CHF	INTERNET	CHF	PRINT	CHF	RADIO	CHF
Coop City	397	UBS	400	Breitling	1	Transa	454	Interio	1‘230
Globus	457	Scout24	580	Vero Moda	13	Oral-B	675	Visana	1‘485
Mammut	499	Ford	688	Lego	19	Esprit	788	Obi	2‘128
Lindt	571	Groupe E Celsius	1‘000	Bico	37	Fanta	942	Helvetia	2‘754
Dolt + Garden	626	Mini	1‘470	Maybelline	273	Cembra Money Bank	1‘278	Alfa Romeo	3‘220
Agrola	823	Kia	2‘880	Persil	491	CKW	1‘300	Heineken	4‘414
Motorex	848	Lexus	3‘795	Perwoll	536	Lipton	2‘324	EGK	5‘148
Alfa Romeo	872	Garnier	3‘951	Mango	558	Calanda	2‘326	Nestlé	5‘882
Swisscanto	1‘055	Sympany	4‘004	Rexona	687	Schwarzkopf	3‘225	Jura	7‘011
Esprit	1‘247	Mazda	5‘219	Cilit Bang	837	Notenstein	5‘560	Subaru	7‘822

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken

Ihre Ansprechpartner

Sales

Ralf Wöstenfeld
Senior Manager Sales

+41 43 322 27 70
ralf.woestenfeld@mediafocus.ch

Katja Funk
Senior Consultant

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

Andrey Svoboda
Senior Consultant

+41 43 322 27 73
andrey.svoboda@mediafocus.ch

Jetmir Selmanaj
Sales Accountant

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

Marketing & Research

Francis Boillod
Senior Manager Marketing & Client Applications
+41 43 322 27 57
francis.boillod@mediafocus.ch

Tina Fixle
Head of Research

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

Stephanie Haas
Business Analyst

+41 43 322 27 85
stephanie.haas@mediafocus.ch

Akin Kahveci
Sales Accountant

+41 43 322 27 72
akin.kahveci@mediafocus.ch

Media Monitoring & Digital Services

Wolfgang Kunz
Senior Manager Digital & Monitoring

+41 43 322 27 84
wolfgang.kunz@mediafocus.ch

Julie Bordessoule
Senior Digital Account Manager

+41 43 322 27 81
julie.bordessoule@digitalfocus.ch

Sebastian Langer
Digital Account Manager

+41 43 322 27 82
sebastian.langer@digitalfocus.ch

Christoph Maag
Account Manager Media Monitoring

+41 43 322 27 71
christoph.maag@mediafocus.ch

©Media Focus Schweiz GmbH | +41 43 322 27 50 | info@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=513 Marken