

100 Tage beim SWA: die Löcher im Schweizer Werbekuchen

WERBEAUSGABEN Zum Jahresanfang hat Media Focus wieder die Werbespendings des Vorjahres veröffentlicht. Der Werbekuchen ist demnach 2012 praktisch gleich gross geblieben: 4,8 Milliarden CHF! Eine stolze Zahl, auch wenn sie wie immer brutto zu verstehen ist und die Werbekunden unter dem Strich anständige Rabatte und Freespaces von den Medien erhalten haben.

VON ROLAND EHRLER*

■ Somit darf vermutet werden, dass die Werbeausgaben im Wettbewerbsumfeld 2012 eher rückläufig waren und das Verhältnis Brutto/Netto nochmals stark auseinandergedriftet ist. Weil aber auf der anderen Seite Umsätze fehlen – wie das Suchmaschinenmarketing Online und Direktmarketing, das gar nicht gemessen wird –, bleibt die Unsicherheit über die tatsächliche Grösse des Kuchens gross.

Eines ist sicher, die rund 150 SWA-Mitglieder repräsentieren etwa drei Viertel des Werbekuchens. Dabei dürfte dieser mit allen weiteren werberelevanten Kosten eine Grösse von gegen sieben Milliarden CHF erreichen. Viel Geld, welches da in einem kleinen Land mit drei Sprachen in die Kommunikation fliesst.

Umso wichtiger also, dass sich die Werbeauftraggeber für diese Ausgaben interessieren, ihre Agenturen fordern und sicherstellen, dass sie alles bekommen, was ihnen zusteht. Dabei können sich die Mitglieder auf einen gut funktionierenden Verband verlassen, der in allen relevanten Gremien dabei ist, wenn die Weichen für die Zukunft gestellt werden und damit auch über das Portemonnaie der Werbekunden entschieden wird. Dabei spricht der SWA immer wieder heikle Themen wie Rückvergütungen, Kickbacks, DBE, Free-



Die rund 150 SWA-Mitglieder repräsentieren etwa drei Viertel des Schweizer Werbekuchens.

space, Agentur- und Kundenvereinbarungen an. Für alle, die es noch nicht wissen: Fast jedes Medium zahlt neben BK/JUP einen Obolus an die buchende Stelle. Sprechen Sie also mit Ihrer Agentur über diese Dinge, am besten wenn Sie gemeinsam den Agenturvertrag definieren. Auf der SWA-Homepage gibt es Musterverträge dazu, die mittlerweile Branchenstandard sind.

Das neue Werbebarometer Schweiz

Zum Jahresbeginn fragen sich viele Mediaanbieter, wie viel die Werbekunden im neuen Jahr in ihre Medien investieren werden. Der SWA und die Publicitas haben gemeinsam ein neues Instrument geschaffen, welches einen Blick in die Zukunft wagt:

Im «Werbebarometer.ch» geben rund 40 Panellisten aus dem Mitgliederkreis Auskunft über ihre Werbespendings des vergangenen und des kommenden Semesters. Die ersten Ergebnisse zeigen eine stabile Investitionsstimmung für das erste Halbjahr 2013. Dabei wird es wie 2012 Gewinner und Verlierer geben. Ob sich die Zahlen im Markt bestätigen, wird sich Mitte Jahr zeigen. Zu diesem Zeitpunkt folgt auch die zweite Erhebung des Werbebarometers mit Blick auf das zweite Halbjahr.

100 Tage beim SWA

Als Geschäftsführer des SWA bin ich jetzt etwa 100 Tage im Amt. Nicht als Beamter, sondern als einer, der weiss, dass er jeden Tag aufs Neue für seine Mitglieder kämpfen muss. Die Tage zähle ich nicht, aber ich freue mich auf den Frühlinganfang: Am 21. März treffen sich die Mitglieder und Freunde des SWA zum Jahresmeeting in Oerlikon (siehe Box). Da können wir gemeinsam ein Stück vom Werbekuchen essen und über die Löcher im Budget (und im Wissen darüber) sprechen. Melden Sie sich am besten gleich an unter www.swa-asa.ch. ■



* Roland Ehrler
 ist seit 1. November 2012
 neuer Direktor des SWA.

SWA-Jahresmeeting

Das SWA-Jahresmeeting zum Thema «Die Kommunikation der Zukunft hat begonnen. Was heisst das für die Werbeauftraggeber?» wird ein Spitzentreffen des Werbemarktes. Zum Frühlinganfang am 21. März 2013 empfängt der SWA seine Mitglieder und Freunde im StageOne Zürich-Oerlikon. Im öffentlichen Teil ab 15.45 Uhr werden sich über 200 Werbeauftraggeber, Agentur-, Medien- und Verbandsvertreter begegnen.

Zum Jahresthema sprechen:

■ Roger de Weck, Generaldirektor der SRG: «Wie tickt die Schweizer Gesellschaft? Ein Blick auf unser digitales Land.»

■ Prof. Dr. Sven Reinecke, Direktor des Instituts für Marketing, Uni St.Gallen (HSG), und Patrick Warnking, Country Manager Google Schweiz: «Marketinginnovation im Silicon Valley: Ein kurzer Erfahrungsbericht.»

■ Unter der Moderation von Patrik Müller, Chefredaktor «Der Sonntag», diskutieren unsere Referenten im Anschluss die Erkenntnisse aus den Vorträgen in einem Round-Table-Gespräch.

18.30 Apéro riche

Erstmals ist die Teilnahme für zwei Personen pro SWA-Mitglied kostenlos und weitere Mitarbeitende von SWA-Verbandsmitgliedern bezahlen nur CHF 100. Für alle anderen Teilnehmer kostet der Eintritt CHF 340.

Die Zukunft der Kommunikation ist auch Ihre. Darum bitte gleich anmelden unter:

<http://www.swa-asa.ch/de/JM/JM2013.php>

Wir freuen uns auf Sie!

Anzeige

Inserat 200x32