

Medienmitteilung

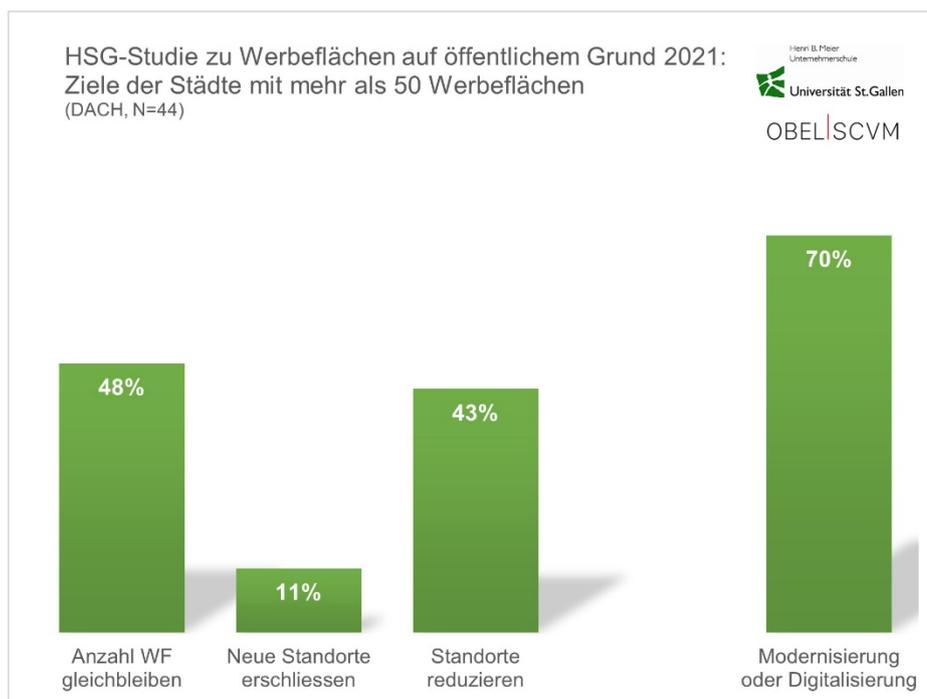
Zollikon, 7. Oktober 2021

Viel ungenutztes Potential in der Aussenwerbung auf öffentlichem Grund

Die explorative Studie von Obeliscum und der Universität St. Gallen hat bestätigt: Aussenwerbung auf öffentlichem Grund schöpft das grosse qualitative und finanzielle Potential noch nicht aus. Noch immer bestehen lange Vertragslaufzeiten und nur ein kleiner Teil der Werbeflächen ist digitalisiert.

Bei der genannten Studie zu Werbeträgern auf öffentlichem Grund im DACH-Raum haben 66 von 292 angeschriebenen Städte und Gemeinden teilgenommen. Das Ergebnis zeigt, dass über 2/3 aller Städte das Ziel haben, ihre Werbeflächen zu modernisieren bzw. zu digitalisieren.

Oftmals versprechen sich die Städte davon eine qualitative Verbesserung des Werbeflächen- Angebots verbunden mit einer gleichzeitigen Konsolidierung bzw. Reduktion der Standorte.



(Quelle: Obeliscum GmbH)

Trotz des starken Bedürfnisses ist die **Digitalisierungslücke** in der Schweiz bei einer Digitalisierungsquote von nur 1.1% aller Flächen noch entsprechend weit; auch verglichen mit den deutschen Städten, die eine Digitalisierungsquote von immerhin 2.4% aufweisen.

Obwohl in der Schweiz in den letzten sieben Jahren wichtige neue Player in den Markt eingetreten sind (Neo Advertising, Livesystems, ESH Médias), sind die beiden grossen Vermarkter (APG SGA und Clear Channel) weiterhin bei über 85% der Städte – meistens exklusiv - vertreten. Dies könnte ein Hinderungsgrund dafür sein, dass die Digitalisierung stockt. Innovationen – hier die Digitalisierung von Werbeflächen auf öffentlichem Grund – entstehen erfahrungsgemäss in einem wettbewerbsintensiven

Umfeld und setzen innovative Aktivitäten aller Marktteilnehmer voraus, seitens der Vermarkterseite, aber auch seitens der Eigentümerseite, also der Städte und Gemeinden selbst.

Bisher werden die öffentlichen Werbeflächen während den Vertragslaufzeiten von den Städten und Gemeinden allerdings weder verwaltet noch administriert. Das Knowhow wird extern abgegeben und der Vermarkterseite überlassen. Städte und Gemeinden verzichten somit freiwillig auf ihren Gestaltungsspielraum während der Vertragslaufzeit und in der Vorbereitung neuer Ausschreibungen.

Obgleich immer noch 47% der Verträge Laufzeiten über 7 Jahre aufweisen, hat sich die Ausschreibungspraxis seit den Empfehlungen des Preisüberwachers im Jahr 2012 deutlich verbessert: Die Laufzeiten liegen in der Schweiz im Schnitt bei 4.5 Jahren und lassen damit offensichtlich sowohl den Städten ausreichend Flexibilität als auch den Vermarktern genügend Zeit, in den Städten Fuss zu fassen und das Inventar erfolgreich zu kommerzialisieren.

Die Schweizer Städte sehen optimistisch in die Zukunft. 78% der Städte erwarten bei Neuausschreibungen eine Steigerung der Konzessionssumme: Einige (28% der Befragten) erwarten sich sogar finanzielle Zuwächse von über 50%. Die Ergebnisse der aktuellen Ausschreibungen, wie in der Stadt Zürich bei den VBZ Zürich oder der Stadt Schaffhausen, übertreffen dieses Ziel bei weitem, insbesondere dann, wenn Werbeflächen in grösserem Stil modernisiert bzw. digitalisiert werden.

Am 28. Oktober 2021 werden die Studienergebnisse in einem Webinar durch Prof. Dr. Christoph Müller präsentiert. Zudem werden die Studienergebnisse als Download zur Verfügung gestellt.

Anmeldung und Bestellung unter: <https://www.obeliscum.ch/studie>

Weitere Informationen:

Studienleitung:

HBM Unternehmerschule an der Universität St.Gallen (HSG)

Prof. Dr. Christoph Müller

E-Mail: christoph.mueller@unisg.ch

Telefon: +41 79 333 0998

www.undernehmerschule.unisg.ch

Obeliscum GmbH

Dr. Holger Haedrich

E-Mail: holger.haedrich@obeliscum.ch

Telefon: +41 79 608 2534

www.obeliscum.ch

Über die Obeliscum GmbH:

Die Obeliscum GmbH wurde Ende 2019 gegründet und engagiert sich für die Interessen der Plakatbesitzer im dynamisch wachsenden und sich verändernden Schweizer Out-of-Home-Markt. Spezieller Fokus liegt auf der Analyse und der Entwicklung von Standorten für Plakatstellen, sowie der Begleitung von Ausschreibungsverfahren und Vertragsverhandlungen mit Out-of-Home-Vermarktern. In der Obeliscum GmbH wird jahrelange Erfahrung aus Marketing, Aussenwerbung, Mediaplanung, Mediaverkauf und der Vermarktung von Media-Angeboten gebündelt.

Über die HBM Unternehmerschule an der Universität St. Gallen (HSG):

Die Executive School der Universität St. Gallen ist die grösste Anbieterin universitärer Weiterbildungsprogramme im deutschsprachigen Raum. Sie konzentriert sich namentlich auf integrative Angebote an den Schnittstellen von Management, Technologie und Recht. Die Henri B. Meier Unternehmerschule setzt die Vision um, durch Managementausbildung einen wesentlichen Beitrag für die zukünftige Wertschöpfung im Unternehmen beizutragen. Dazu bietet sie praxisorientierte Diplom- und Zertifikatsprogramme so-wie Intensivworkshops auf Basis wissenschaftlich fundierter Erkenntnisse an.