

Admeira Studie

Werbewirkung statt nur Effizienz: Was Marken für nachhaltiges Wachstum brauchen

Zürich, 6. Oktober 2026

Welche Marketingziele bestimmen heute die Mediaplanung? Wie wichtig ist Reichweite ausserhalb der Kernzielgruppe? Welche Risiken birgt ein zu spitzes Targeting? Der neue Admeira Studienreport «Markt-Echo 2026» untersucht zentrale Erfolgsfaktoren moderner Kampagnenstrategien und zeigt, wie Schweizer Werbe- und Medienfachleute Effektivität, Effizienz und die Rolle verschiedener Medienkanäle beurteilen.

Für das «Markt-Echo 2026 – Werbeeffektivität: Marketingziele erfolgreich realisieren» hat Admeira gemeinsam mit GfK Switzerland 47 Fachpersonen aus Agenturen und werbetreibenden Unternehmen in der ganzen Schweiz befragt. Im Fokus steht das Spannungsfeld zwischen kurzfristiger Effizienz und langfristiger Werbeeffektivität.

Der Realitäts-Check: Effizienz ist nicht gleich Effektivität

Ein günstiger Kontakt garantiert noch keine Markenwirkung. Die Studie zeigt diesbezüglich Unterschiede zwischen den Medienkanälen: Lineares TV erreicht mit 81% den höchsten Effektivitätswert und bietet gleichzeitig eine starke Balance zwischen Wirkung und Effizienz. Bei Videoplattformen hingegen liegt die wahrgenommene Effektivität teilweise deutlich unter der Effizienz. Der Vergleich zeigt: Kosteneffizienz allein ist kein Gradmesser für Werbewirkung.

Wenn Präzision zur Unsichtbarkeit führt

72% der Befragten sehen ein hohes Risiko, dass Marken durch eine zu spitze Zielgruppendefinition langfristig an Sichtbarkeit verlieren. Auch der Verzicht auf Massenmedien kann die Verankerung einer Marke im Relevant Set schwächen. Gerade mit zunehmender KI-getriebener Automatisierung gewinnt die Präsenz im Relevant Set zusätzlich an Bedeutung. Für gesundes Markenwachstum braucht es Kontakte ausserhalb der Kernzielgruppe – denn Wachstum entsteht vor allem durch neue Kundschaft. Als besonders stark für diesen essenziellen Streugewinn werden lineares TV und OOH beurteilt.

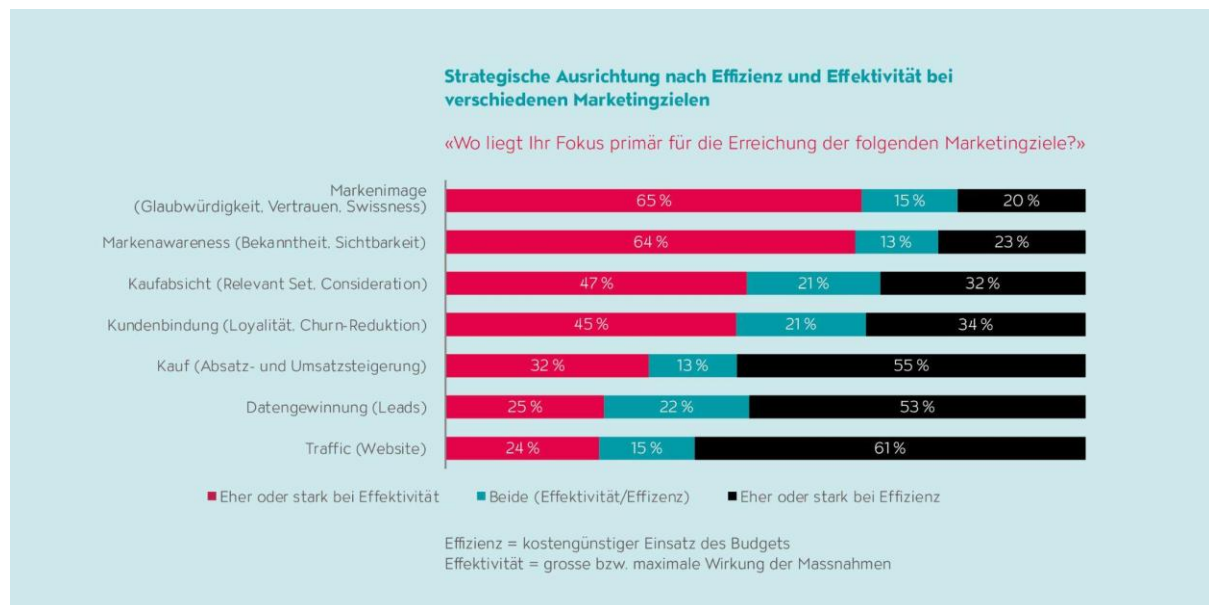
TV schafft Breite und Wirkung

94% der Medienfachleute attestieren linearem TV eine hohe Effektivität beim Aufbau von Markenawareness. Gleichzeitig wirkt eine breite TV-Präsenz über das Medium hinaus: 62% sehen darin einen Beschleuniger für die Effektivität gezielter digitaler Massnahmen.

Yvonne Rüegg, Research Specialist bei Admeira: «Effizienz allein garantiert noch keine nachhaltige Werbewirkung. Marken brauchen Reichweite und Breite, um sichtbar und relevant zu bleiben. Lineares Fernsehen schafft diese Basis und verbindet sie mit hoher Wirkung. Davon profitieren auch gezieltere digitale Massnahmen entlang des Sales Funnels.»

Der «Markt-Echo 2026» beleuchtet darüber hinaus die Marketingziele der Schweizer Werbebranche, Streugewinn und Markenwachstum sowie die zukünftige Rolle von Connected TV, TV Replay und digitalen Videoformaten.

Alle Ergebnisse und detaillierten Medienvergleiche finden sich im vollständigen Studienreport «Markt-Echo 2026 – Werbeeineffektivität: Marketingziele erfolgreich realisieren». Der Report steht ab sofort kostenlos auf der Admeira Website zum Download bereit.



Bildlegende: Markenaufbau setzt auf Effektivität, verkaufsnähe Ziele stärker auf Effizienz.

Informationen

Admeira, Corporate Communications, media@admeira.ch

Weitere Informationen finden Sie unter: <https://admeira.ch/forschung/markt-trends/detailseite/markt-echo-studienreport-2026>

Den Studienreport finden Sie anbei **für den persönlichen Gebrauch** und nicht zu Publikationszwecken.

Über Admeira

Admeira vermarktet Bewegtbildwerbung in der Schweiz, mit einem starken Fokus auf Swissness und Qualität. Mit den Sendern der SRG SSR und dem privaten Anbieter CANAL+ vertreten wir hochwertige Marken in einem erstklassigen TV-Werbeumfeld. Unser Portfolio umfasst vielfältige Werbeumfelder nationaler sowie internationaler Fernsehsender. Diese Premiumprodukte bieten der Schweizer Werbewirtschaft höchste Reichweiten, beste Kontaktqualität und hervorragende Abverkaufschancen.

Dank langjähriger Erfahrung setzen wir Standards in unseren Kernkompetenzen Beratung, Planung, Abwicklung und Forschung. Wir engagieren uns für effiziente, umsetzungsstarke und kundenorientierte Lösungen, welche die Kampagnen unserer Kund:innen erfolgreich machen. Mit Standorten in allen Landesteilen stehen unsere Dienstleistungen nationalen und internationalen Werbeauftraggebern und Agenturen offen.