



Werbemarktstudie 2016

«Werbeauftraggeber»

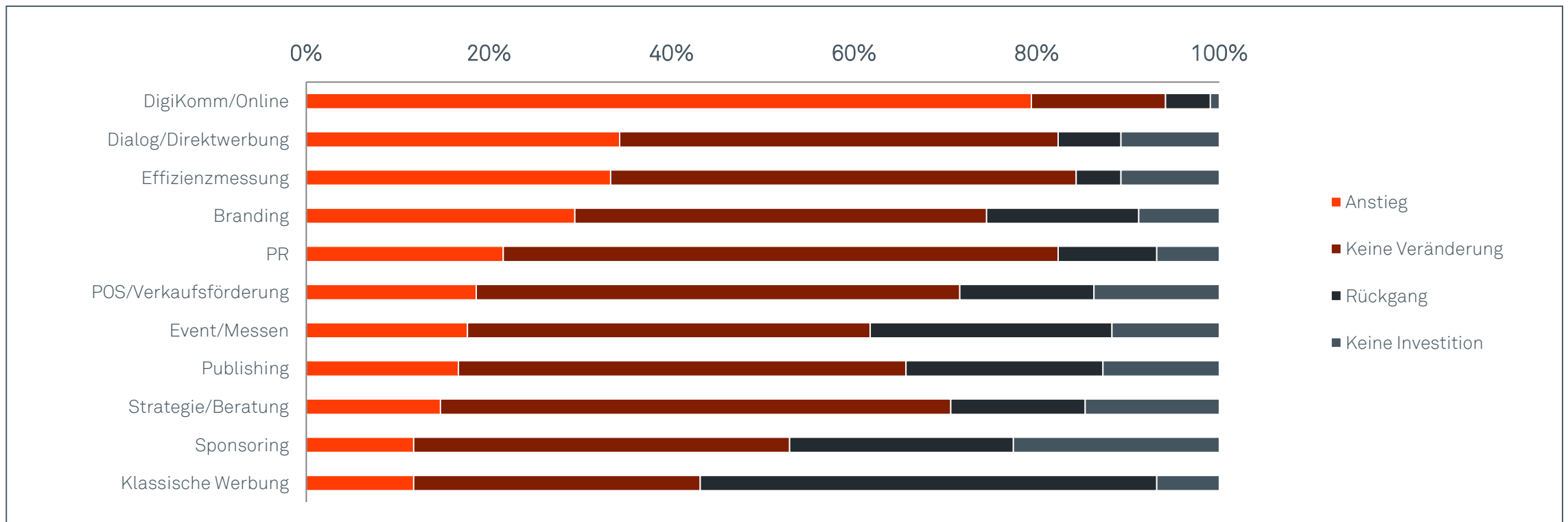
Auszug

Universität St. Gallen
Institut für Customer Insight

St. Gallen, 27.01.2017

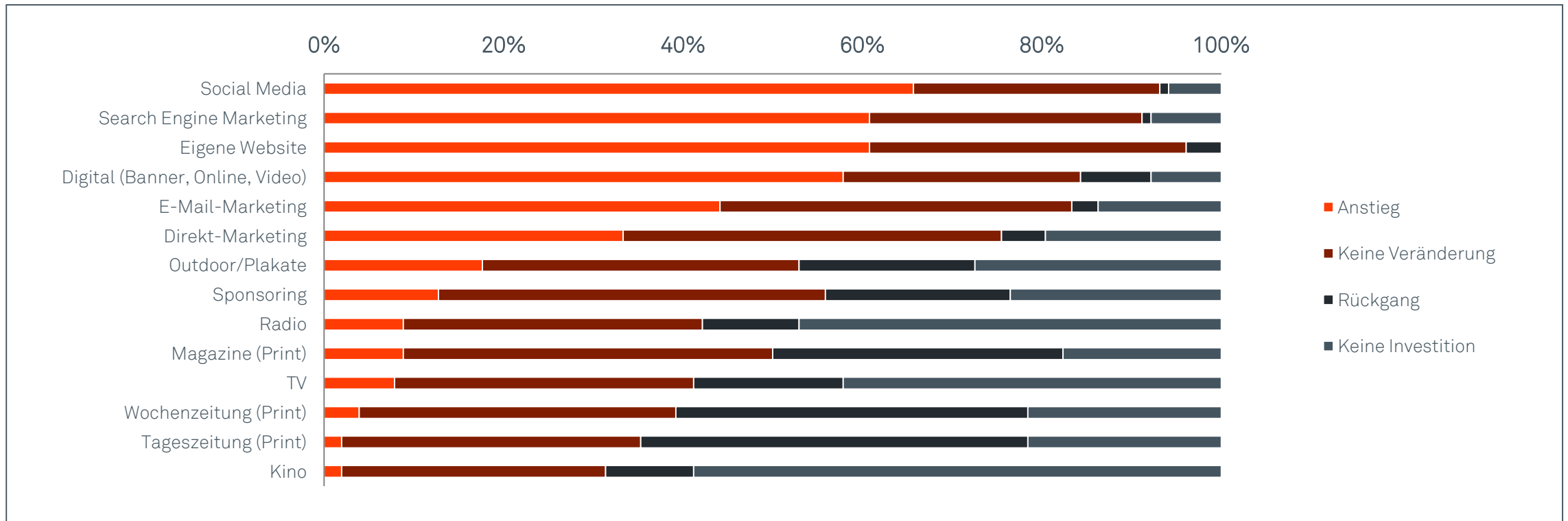
Wie im Vorjahr, **Digitale Kommunikation & Online** als am stärksten wachsender Investitionsbereich

Entwicklung des Kommunikationsbudgets* in den kommenden Jahren



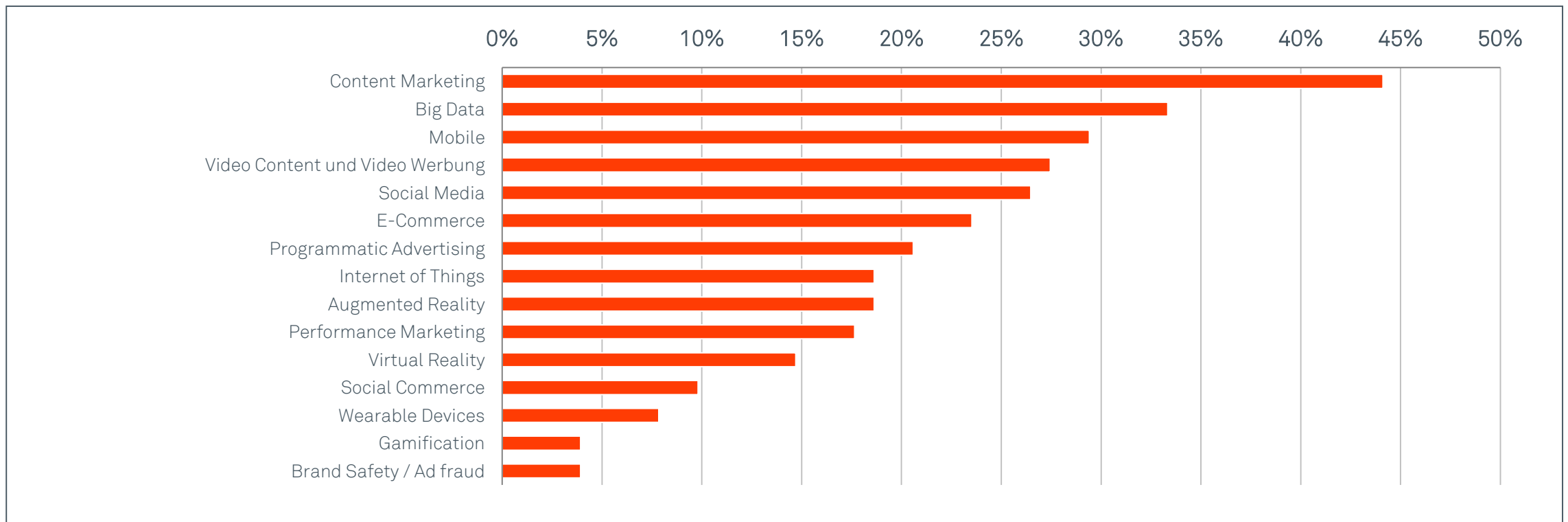
Weiterhin zunehmende Investition in Online-Medien erwartet

Entwicklung des Mediabudgets* in den kommenden Jahren



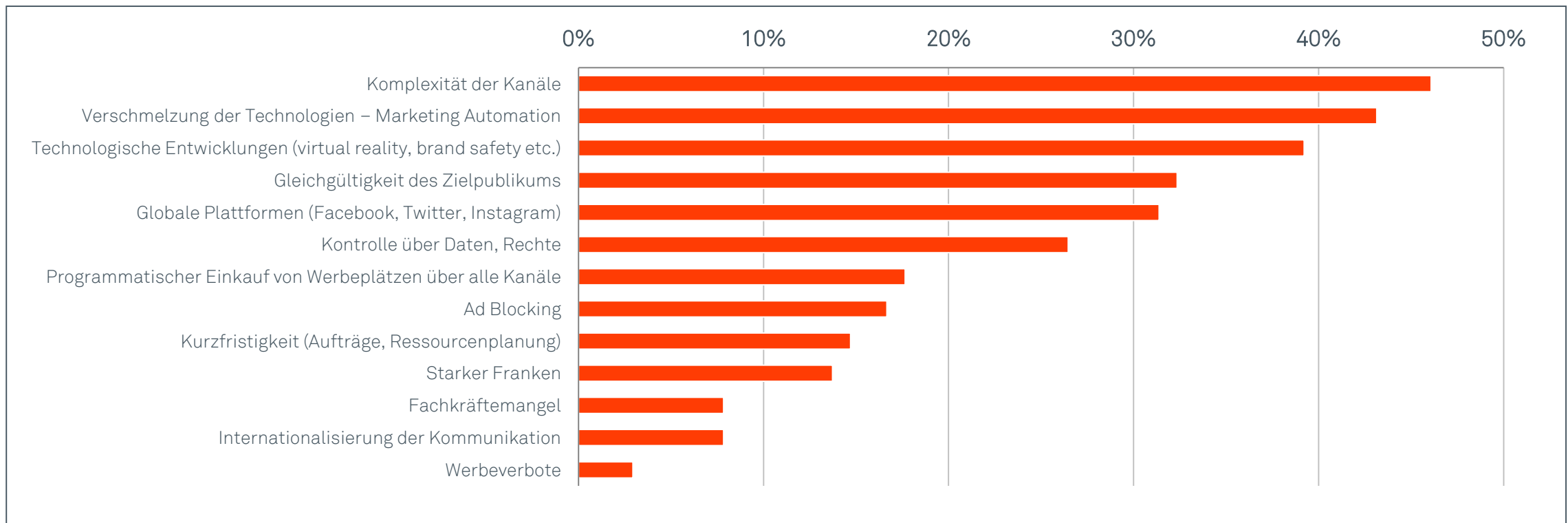
Top 3-Trends: Content Marketing, Big Data und Mobile

Markt –und Kommunikationstrends mit dem grössten Potenzial in den kommenden Jahren*



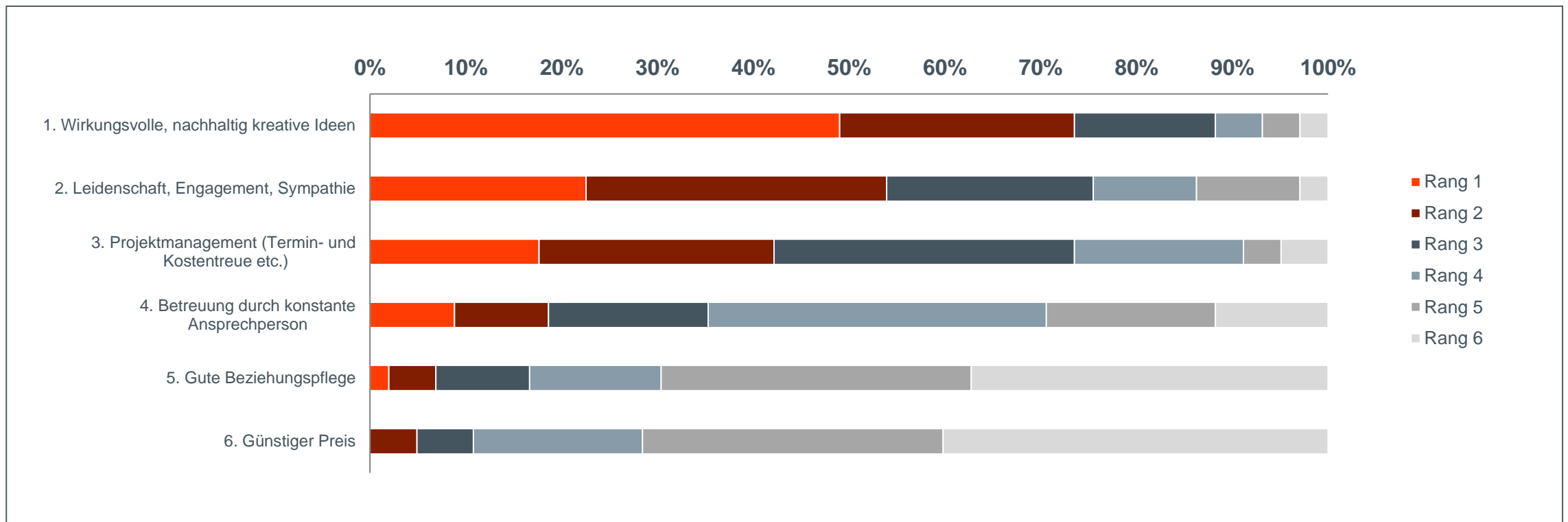
Top 3-Herausforderungen: Komplexität der Kanäle, Marketing Automation und technologische Entwicklung

Wichtigste Herausforderungen der Schweizer Werbewirtschaft in den kommenden Jahren*



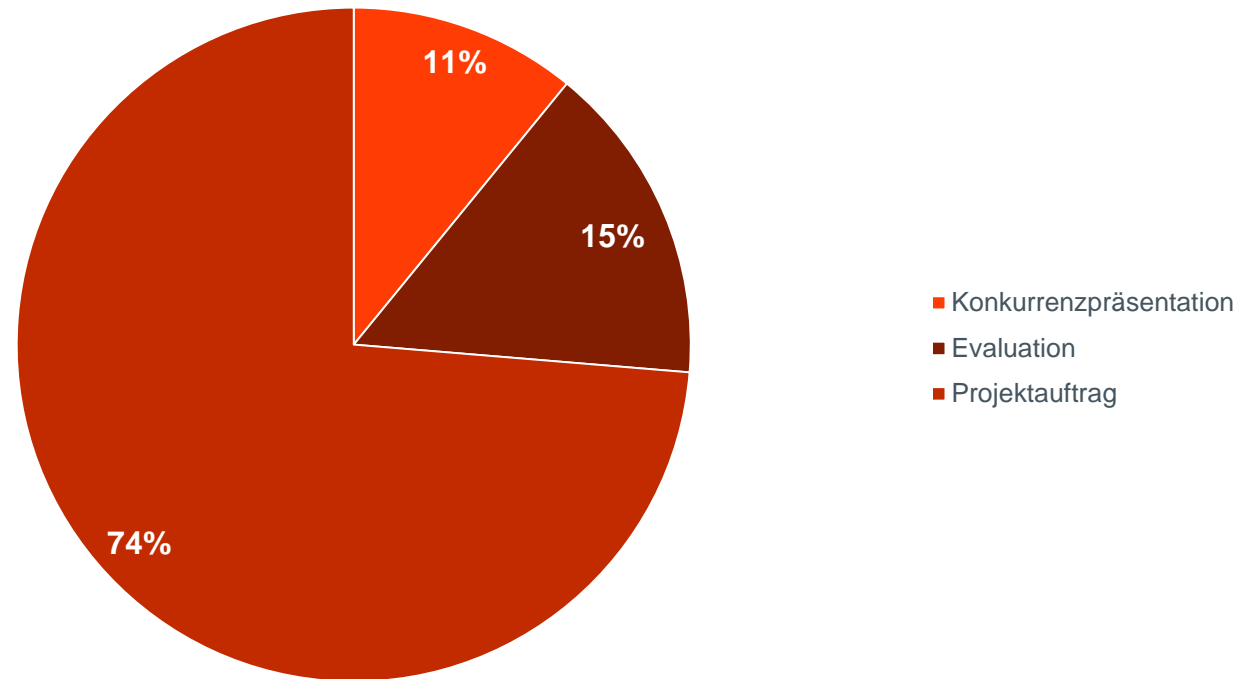
Wirkungsvolle, nachhaltig kreative Ideen sind der wichtigste Erfolgsfaktor für die Geschäftsbeziehung

Erfolgsfaktoren für langfristige Geschäftsbeziehung*,**



Aufträge wurden 2016 **mehrheitlich über Projektaufträge** vergeben

Vorgehensweise bei der Auftragsvergabe 2016*



Cost-Plus als wichtigstes Vergütungsmodell in 2016

Wichtigkeit der unterschiedlichen Vergütungsmodelle in 2016^{*,**}

