

Medienmitteilung und Grafik abrufbar auf
<http://www.farner.ch/media/kommunikationsindex>

Farner Kommunikationsindex 2010 für PR, Werbung und Marketing

Kommunikationsbudgets tiefer, aber Spartrend gebremst

Zürich, 4. Januar 2010. - Die 500 grössten Schweizer Unternehmen nehmen ihre Kommunikationsbudgets im Jahre 2010 weiter zurück. Der Rückgang fällt jedoch deutlich weniger stark aus als im Vorjahr, wie der Farner Kommunikationsindex 2010 zeigt: Mit einem Wert von 61 liegt der Farner Index um 7 Prozentpunkte unter dem Vorjahr. Vor Jahresfrist war noch ein Rückgang um 18 Punkte zu verzeichnen. Der Farner Kommunikationsindex basiert auf einer repräsentativen Untersuchung des Marktforschungsinstituts Isopublic und wird einmal jährlich im Auftrag von Farner Consulting erhoben. Der Index beziffert den Anteil der Unternehmen, die ihre Kommunikationsbudgets gleich belassen oder erhöhen wollen.

Sechs von zehn Schweizer Unternehmen (Vorjahr: sieben von zehn) wollen im Jahr 2010 gleichviel oder mehr in Kommunikation (PR, Werbung, Marketing) investieren als 2009. Damit liegt der Farner Kommunikationsindex zum dritten Mal in Folge unter dem Vorjahreswert. Doch der Rückgang fällt mit 7 Punkten deutlich weniger stark aus als im Vorjahr, als der Index gleich um 18 Punkte absackte.

«Das Ende der Rezession kündigt sich auch in der Kommunikationsbranche an», kommentiert Christian König, CEO von Farner Consulting: «2010 wird aber nochmals ein schwieriges Jahr.»

Als Hauptgrund für die Sparmassnahmen geben die Schweizer Unternehmen wie im Vorjahr die Veränderung der zur Verfügung stehenden Mittel an. Früher war jeweils die Veränderung des Bedarfs als Hauptgrund für Budgetanpassungen genannt worden.

6 bis 10 Prozent für PR

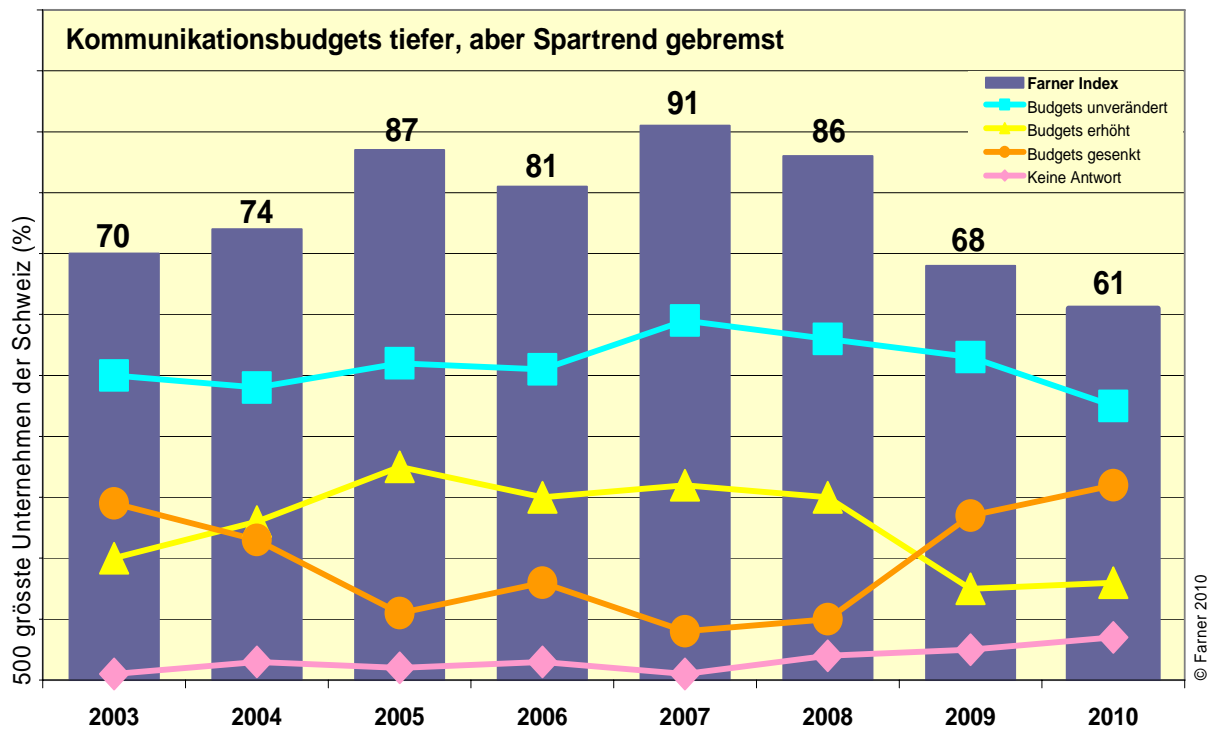
Der isolierte Kommunikationsindex für Public Relations erreicht den Wert von 75 und liegt damit wie im Vorjahr deutlich über dem Gesamtindex. Darin spiegelt sich die wachsende relative Bedeutung der PR im Kommunikationsmix.

Public Relations gehören zum etablierten Instrumentarium im Kommunikationsmix. Über die Hälfte (55%) der 500 grössten Schweizer Unternehmen investieren zwischen 4 und 20 Prozent ihres Kommunikationsbudgets in PR. Der häufigst genannte Wert liegt bei 6-10 Prozent. Jedes zehnte Unternehmen investiert indessen 31 Prozent und mehr für PR.

Kontakt:

Christian König, 078 777 15 90 / 044 266 67 67, koenig@farner.ch

Grafik: Farner Kommunikationsindex 2003 – 2010



Farner Consulting ist die führende PR-Agentur der Schweiz, mit eigenen Teams für Werbung, Sponsoring und Events. Farner verfügt über Standorte in Zürich, Bern, Basel, Lausanne, Genf und Lugano. Das Unternehmen ist insbesondere in den Bereichen Issues Management, Media Relations, Corporate Communications, ICT, Health Care, Public Affairs, Financial Relations und Crisis Communication aktiv. Farner verzeichnet einen Netto-Honorarumsatz von ca. CHF 14 Mio. und beschäftigt über 60 Mitarbeitende in der Schweiz. International ist Farner Teil globaler Netzwerke und vertritt exklusiv die Brands Porter Novelli, Regester Larkin, GFC/net und Media Consulta in der Schweiz. Die Farner Consulting AG ist unabhängig und im vollständigen Besitz des Managements.