

Corbis-Bilder
DEMNÄCHST BEI GETTY IMAGES

Das berühmte Foto der Bauarbeiter auf dem Rockefeller Center und auch das von Albert Einstein mit der rausgestreckten Zunge gehören zur Bilderbibliothek der Agentur Corbis, die Microsoft-Gründer Bill Gates aufgebaut hat. Nun hat er sie an die Unity Glory International, eine Tochter der chinesischen Visual China Group VCG, verkauft. Die wiederum hat eine Vertriebs-Partnerschaft mit der amerikanischen Getty Group geschlossen, dem bisher größten Konkurrenten

corbis
IMAGE MATTERS



von Corbis. Der Verkauf umfasst die etwa 100 Millionen Bilder und die Filmarchive von Corbis Images, Corbis Motion und Veer sowie alle damit verbundenen Marken und Warenzeichen. Die Bilder und Filme werden demnächst neben der bestehenden Getty Images Sammlung von nahezu 200 Millionen Bildern verfügbar sein.

LEICHTE VERLUSTE FÜR PRINT
DEUTSCHER BRUTTO-WERBEMARKT UM 3,5% GEWACHSEN

Nach der Bruttowerwerbemarkt-bilanz des Marktforschers Nielsen haben deutsche Unternehmen im abgelaufenen Jahr 29,2 Mrd. € für Werbung ausgegeben und damit 3,5% mehr als 2014. Werbung auf mobilen Geräten wuchs um 58% auf nunmehr 300 Mio. €. Im Internet blieben die Werbeausgaben mit rund 3,0 Mrd. € auf fast gleichem Level (+0,1%). Dagegen wuchs TV weiter: Mit 13,8 Mrd. € verzeichnete

von 1,7 Mrd. €. Zweistelliges Wachstum gab es bei den Produktgruppen Arzneimittel, Mobilnetz, Möbel und Einrichtungen sowie E-Commerce mit Plus 22,7%.

Die Bruttowerbeausgaben, wie sie Nielsen Media Research ausweist, sind allerdings mit Vorsicht zu genießen und können ein verzerrtes Bild des Werbemarktes darstellen, da sie die am Markt möglichen Maximal-einnahmen darstellen. Die tatsächlich von den Kunden bezahlten Preise (Bruttopreis abzüglich Rabatte, Agenturkosten und Mittlergebühren) stellen die Nettoeinnahmen dar, wie sie der Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) ausweist. Die Brutto-Netto-Schere zwischen den formell ausgewiesenen und tatsächlich erzielten Werbepreisen betrug in den letzten Jahren etwa ein Drittel.

das Fernsehen ein Wachstum von 5,4%. Im Kino stiegen die Bruttowerbeausgaben um 20,2%.

Die Printmedien mussten wieder leichte Verluste in Höhe von 0,8% hinnehmen, wobei Fachzeitschriften ein leichtes Plus von 0,5% aufweisen konnten. Größere Verluste gab es bei den Publikumszeitschriften (-1,8%). Unter den Unternehmen mit den höchsten Werbeausgaben liegt wie bisher Procter & Gamble ganz vorne. Das Unternehmen investierte rund 600 Mio. € in seine Werbung und damit 6,7% mehr als im Vorjahr. Die werbestärkste Branche ist weiter die Automobilindustrie. Trotz verringerter Budgets im Segment der Pkw um 5,4% gegenüber dem Vorjahr kam die Branche auf Ausgaben

Schweizer Werbemarkt
WACHSTUM NACH VIER JAHREN

Obwohl der Dezember nach der Erhebung des Marktforschungsunternehmens Media Focus einen Rückgang der Werbeausgaben gegenüber dem November 2015 auf 446 Mio. Franken (Brutto) aufwies, lag er 2,5% über dem des Vorjahres. Damit schloss das Werbejahr 2015 mit einem Gesamtumsatz von 4,949 Mrd. CHF und liegt etwa 1% über dem Vorjahr. Damit ist der Werbemarkt in der Schweiz nach vier Jahren Stagnation wieder leicht gewachsen. Bei den Werbeträgern hat sich nach den Zahlen von Media Focus auch 2015 die Verschiebung von den Zeitungen zu den TV-Sendern, dem Internet und zur Außenwerbung mit Plakaten fortgesetzt. So flossen 2015 noch 40,6% der Werbefranken in die Presse. Im Vorjahr waren es noch 42,1%. Der Anteil der TV-Werbung stieg von 32,8% auf 33,3%, der des Internets von 3,4% auf 4,5% Prozent. Für Plakatwerbung wurden 11,8% aller Werbebudgets eingesetzt (+0,4%). Gleichzeitig stellt Media Focus im Jahresvergleich fest, dass die Konsolidierung bei den Werbetreibenden und den beworbenen Produkten anhält. Im Vergleich zu 2011 hätten 2015 mit einem Minus von 400 Werbetreibenden insgesamt deutlich weniger Unternehmen Werbung gemacht, heißt es. Gleichzeitig sei die Anzahl beworbener Produkte um 3.300 Produkte zurückgegangen.

Hunkeler
NACHFOLGEPLANUNG UMGESETZT

Stefan Hunkeler tritt als Mehrheitsaktionär und Präsident des Verwaltungsrates



der Hunkeler Gruppe in die Fußstapfen seines Vaters **Franz Hunkeler**,

der das von ihm seit 1990 geführte Präsidialamt am 1. Februar 2016 abgibt, dem Unternehmen aber weiterhin als Verwaltungsrats-



mitglied erhalten bleibt. **Stefan Hunkeler** trat 1999 in die

Firma ein und führte die Hunkeler Gruppe bis Januar 2016 als CEO und Delegierter des Verwaltungsrates. Von ihm übernimmt



nun **Michel Hunkeler**, der seit August 2015 operativ im Unter-

nehmen tätig ist, als CEO die operative Geschäftsführung des Unternehmens.

Die Verantwortung für Marketing und Vertrieb übergibt Michel Hunkeler an Hans Gut, der als langjähriges Geschäftsleitungsmitglied bisher das Marketing leitete. Er übernimmt auch die Zuständigkeiten von Erich Hodel, Leiter Verkauf, der im April 2016 zu Hunkeler Systeme wechseln wird.

Seit der Gründung 1922 wird die Hunkeler AG stets von Mitgliedern der Familie Hunkeler geführt.

› www.hunkeler.ch



DRUCKMARKT
macht Entscheider entscheidungssicher