



GfK Switzerland

# VADEMECUM 2012



GfK. Growth from Knowledge

# VADEMECUM 2012

36. Jahrgang

## Inhalt

Demografie

Arbeitsmarkt

Wirtschaft

Konsum

Distribution

Werbung

Medien

GfK Switzerland Forschung und Studien

Anhang

GfK Switzerland dankt allen Beteiligten, die mit ihrem Beitrag zum Gelingen der vorliegenden Broschüre beigetragen haben.

ISSN 1663-6120

Dezember 2011

Schutzgebühr CHF 8.–

## Inhaltsverzeichnis

### Demografie

Ständige Wohnbevölkerung am Jahresende nach Kantonen, absolut	4
Wohnbevölkerung nach Hauptsprache	4
Ständige Wohnbevölkerung nach Kantonen, Zuwachsraten	5
Ständige Wohnbevölkerung am Jahresende nach GfK-Regionen	6
Wohnbevölkerung: WEMF-Regionen und WEMF-Gebiete	7
Ständige Wohnbevölkerung nach Gemeindegrössen GfK	8
Wohnbevölkerung nach Gemeindegrössen BFS	9
Ständige Wohnbevölkerung nach Alter und Geschlecht (in 1000)	10
Bevölkerungsverteilung auf städtische und ländliche Gebiete	10
Schweizerische und ausländische Wohnbevölkerung nach GfK-Regionen	11
Ständige ausländische Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeit	11
Geburten nach GfK-Regionen	12
Geburten auf 1000 Einwohner nach GfK-Regionen	12
Privathaushalte nach GfK-Regionen	13
Privathaushalte nach Kantonen	14
Privathaushalte nach WEMF-Wirtschaftsgebieten	15
Durchschnittliche Haushaltsgrösse	16
Haushaltseinkommen in Prozent sämtlicher Haushalte	17
Haushaltseinkommen in Franken sämtlicher Haushalte	18
Haushaltseinkommen in Prozent nach Altersklasse der Referenzperson	19
Haushaltseinkommen in Franken nach Altersklasse der Referenzperson	20
Haushaltseinkommen in Prozent nach Sprachregion	21
Haushaltseinkommen in Franken nach Sprachregion	22
Haushaltseinkommen in Prozent nach Grosse region	23
Haushaltseinkommen in Franken nach Grosse region	24
GfK-Regionen nach Wirtschaftsgebieten (WEMF)	25
Agglomerationen und isolierte Städte	25
Agglomerationen, Einzelstädte und Metropolen der Schweiz	26
Ausbildungsstufen und höchste abgeschlossene Ausbildung der ständigen Wohnbevölkerung nach Nationalität	28

### Arbeitsmarkt

Erwerbstätige nach Geschlecht, Nationalität und Altersgruppe	29
Voll- und Teilzeiterwerbstätige nach Geschlecht und Nationalität	29
Erwerbstätige nach Wirtschaftsabschnitt (NOGA 2008) und Nationalität	30
Berufsgruppen der Erwerbstätigen nach Altersklassen	31
Berufsgruppen der Erwerbstätigen nach Familientyp	32
Berufsgruppen der Erwerbstätigen nach Nationalität	33

### Wirtschaft

Forschungsumsätze nach Branchen	34
Entwicklung Umsatzanteile nach Erhebungsmethoden	34
Bruttoinlandprodukt nach Verwendungsarten	35
Kaufkraftindikatoren nach Kantonen	36
Landesindex der Konsumentenpreise: Bedarfsgruppen	37
Landesindex der Konsumentenpreise: Index	38
Verfügbares Einkommen und Ersparnis der privaten Haushalte und POoE	38
Arbeitsstätten und Beschäftigte der Schweiz nach Geschlecht	39
Registrierte Arbeitslose nach Kantonen	40
Registrierte Arbeitslose nach Altersklassen	40
Langzeitarbeitslose (> 1 Jahr)	41
Bezüger der Arbeitslosenversicherung	41
Erwerbstätige nach Aufenthaltsstatus und Geschlecht	42
Die grössten Unternehmen in der Schweiz	43
Immatrikulation von neuen Personenwagen (CH + FL)	44

# Inhaltsverzeichnis

## Konsum

Haushaltsausgaben in Prozent sämtlicher Haushalte	46
Haushaltsausgaben in Prozent nach Altersklasse der Referenzperson	47
Haushaltsausgaben in Prozent nach Sprachregion	48
Haushaltsausgaben in Prozent nach Grossregion	49
Gesamtwirtschaftliche Ausgaben der Haushalte für den Endkonsum	50

## Distribution

Detailhandelsumsätze Schweiz	51
Kennzahlen von Einkaufszentren	51
Publikums-Apotheken und Drogerien nach Kantonen	52
Praxis-Tierärzte und Zahnärzte nach Kantonen	53
Ärzte nach Tätigkeitsstruktur und Kantonen	54

## Werbung

Die 50 werbeintensivsten Produktgruppen	55
Werbeaufwand Schweiz (ohne Produktionskosten)	56
Umsatzanteile nach Branchen – Medium Plakat	56
Werbefernsehen: Umsatzanteil nach Branchen SRG SSR idée suisse	57
Netto-Werbeumsatz Aussenwerbung	57
Netto-Werbeumsatz Presse	58

## Medien

Total TV-Nutzung	58
TKP-Konkurrenzvergleich geplant	59
Eckdaten des Schweizer TV-Marktes	60
Reichweiten ausgewählter Zeitungen	62
Radio-Werbung	67
Plakatwerbung	68
Marktübersicht adscreen/Neo Advertising	70
Tarifübersicht Kino	72

## GfK Switzerland Forschung und Studien

Horizonte erweitern – Chancen nutzen	76
Tochtergesellschaften der GfK Switzerland	77
Tochtergesellschaften der GfK Gruppe in der Schweiz	77
Märkte, Methoden und Dienstleistungen	78
Das Markt- und Meinungsforschungsbriefing: Inhalte, Vorgehen	84
Datenschutz und Datenqualität bei GfK Switzerland	86
Mit AZ Direct zu neuen Geschäftspotenzialen	88
GfK Switzerland Custom Research: Infrastruktur	89

## Anhang

Konfidenzintervalle für Stichprobengrößen von 100 bis 2000	90
Konfidenzintervalle für eine Stichprobe von 1000	92
Beschreibung der Kaufkraftklassen	93
Internationales Netzwerk – 150 Unternehmen aus über 100 Ländern	94
Wichtigste Kontaktstellen	96

**Ständige Wohnbevölkerung am Jahresende nach Kantonen, absolut**

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

Kanton	1985	1990	1995	2000	2010	2011*
Zürich	1 128,2	1 161,5	1 189,9	1 193,6	1 373,1	1 387,4
Bern	908,9	936,0	951,7	939,9	979,8	982,7
Luzern	303,9	321,6	341,8	346,1	377,6	381,1
Uri	33,5	34,9	36,9	35,6	35,4	35,5
Schwyz	102,1	111,2	123,5	129,1	146,7	147,2
Obwalden	27,3	29,7	33,3	32,5	35,6	36,0
Nidwalden	30,6	34,6	37,1	38,0	41,0	41,1
Glarus	36,4	38,6	40,8	38,5	38,6	38,7
Zug	80,3	85,2	92,5	98,9	113,1	113,4
Freiburg	190,8	207,7	229,0	238,4	278,5	282,6
Solothurn	217,9	228,1	239,0	245,6	255,3	257,1
Basel-Stadt	195,9	197,4	203,1	188,4	185,0	186,4
Basel-Landschaft	238,8	244,9	251,2	258,3	274,4	275,9
Schaffhausen	69,6	72,1	75,8	73,7	76,4	76,3
Appenzell AR	49,1	52,1	56,8	53,9	53,0	53,0
Appenzell AI	13,1	14,7	16,5	15,0	15,7	15,8
St. Gallen	401,2	421,0	447,5	447,9	478,9	479,9
Graubünden	165,6	170,4	183,7	187,5	192,6	193,3
Aargau	468,2	497,6	528,4	542,2	611,5	618,8
Thurgau	173,3	191,9	188,5	229,6	248,4	251,3
Tessin	273,9	279,1	296,4	308,1	333,8	336,2
Waadt	543,6	587,3	614,3	615,6	713,3	724,9
Wallis	229,5	246,7	269,5	277,4	312,7	315,6
Neuenburg	154,9	161,0	167,6	166,0	172,1	172,2
Genf	350,5	370,5	383,2	402,2	457,7	463,1
Jura	64,7	66,1	69,4	69,1	70,0	70,1
<b>Schweiz</b>	<b>6 451,9</b>	<b>6 761,9</b>	<b>7 067,4</b>	<b>7 170,7</b>	<b>7 870,1</b>	<b>7 935,7</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: Bundesamt für Statistik, ESPOPIAZ Direct AG

**Wohnbevölkerung nach Hauptsprache**

Prozentwerte

Sprache	1980	1990	2000
Deutsch	65,0	63,6	63,7
Französisch	18,4	19,2	20,4
Italienisch	9,8	7,6	6,5
Rätoromanisch	0,8	0,6	0,5
Andere	6,0	9,0	9,0

Quelle: Bundesamt für Statistik, VZ

## Ständige Wohnbevölkerung nach Kantonen, Zuwachsraten

### Wirtschaftlicher Wohnsitz

Kanton	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in %		Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %	
	1990–95	1995–2000	2010	2011*
Zürich	0,5	0,1	1,6	1,0
Bern	0,4	-0,2	0,6	0,3
Luzern	1,3	0,4	1,2	0,9
Uri	0,6	0,5	0,2	0,2
Schwyz	2,1	1,3	1,4	0,3
Obwalden	1,9	0,7	1,6	1,1
Nidwalden	1,6	1,6	0,6	0,3
Glarus	0,6	-0,1	0,3	0,3
Zug	1,5	1,9	2,0	0,2
Freiburg	1,8	1,2	2,0	1,5
Solothurn	0,9	0,7	1,0	0,7
Basel-Stadt	0,5	-1,3	-1,6	0,8
Basel-Landschaft	0,4	0,7	0,6	0,6
Schaffhausen	0,8	0,0	0,9	0,0
Appenzell AR	1,5	-0,4	0,0	0,0
Appenzell AI	1,2	0,7	0,0	1,0
St. Gallen	1,1	0,2	0,9	0,2
Graubünden	1,5	0,6	0,4	0,3
Aargau	1,2	0,6	1,9	1,2
Thurgau	-0,5	4,6	1,5	1,1
Tessin	1,2	0,9	-0,6	0,7
Waadt	0,9	0,1	1,7	1,6
Wallis	1,8	0,7	1,7	0,9
Neuenburg	0,7	0,1	0,3	0,1
Genf	0,7	1,1	1,0	1,2
Jura	0,7	0,5	-0,1	0,1
<b>Schweiz</b>	<b>0,8</b>	<b>0,5</b>	<b>0,8</b>	<b>0,6</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: Bundesamt für Statistik, ESPOPIAZ Direct AG

Die ständige Wohnbevölkerung am Jahresende umfasst alle zu diesem Zeitpunkt in der Schweiz ansässigen Schweizer und Ausländer. Als Ausländer sind alle Niedergelassenen und Jahresaufenthalter sowie das Personal der internationalen Organisationen und der ausländischen diplomatischen Vertretungen berücksichtigt. Die Saisoniers sind dagegen nicht enthalten.

## Ständige Wohnbevölkerung am Jahresende nach GfK-Regionen

### Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

GfK-Regionen (WEMF)	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
Westschweiz	1 441,8	1 554,4	1 682,0	1 838,8	1 876,2	1 901,6
Alpen und Voralpen	1 434,5	1 534,0	1 681,7	1 767,7	1 775,3	1 791,8
Mittelland West	1 480,6	1 529,7	1 579,0	1 654,0	1 643,1	1 652,5
Mittelland Ost	1 736,3	1 829,1	1 943,7	2 100,3	2 147,7	2 182,6
Südschweiz	272,7	282,3	317,8	341,2	343,6	341,6
<b>Schweiz</b>	<b>6 366,0</b>	<b>6 729,5</b>	<b>7 204,1</b>	<b>7 701,9</b>	<b>7 785,8</b>	<b>7 870,1</b>

### Prozentwerte

GfK-Regionen (WEMF)	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
Westschweiz	22,6	23,1	23,3	23,6	24,1	24,2
Alpen und Voralpen	22,5	22,8	23,3	22,7	22,8	22,8
Mittelland West	23,3	22,7	21,9	21,2	21,1	21,0
Mittelland Ost	27,3	27,2	27,0	27,0	27,6	27,7
Südschweiz	4,3	4,2	4,4	4,4	4,4	4,3
<b>Schweiz</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

### Zuwachsrate

GfK-Regionen (WEMF)	Durchschnittliche jährliche Wachstumsrate in %		Veränderung gegenüber dem Vorjahr in %		
	1990-95	1995-2000	2008*	2009*	2010*
	Westschweiz	1,0	0,3	1,0	1,6
Alpen und Voralpen	1,2	0,5	2,1	0,7	0,9
Mittelland West	0,5	0,1	1,8	0,6	0,6
Mittelland Ost	0,8	0,3	0,8	1,3	1,6
Südschweiz	1,1	0,8	2,6	0,9	-0,6
<b>Schweiz</b>	<b>0,9</b>	<b>0,3</b>	<b>1,4</b>	<b>1,0</b>	<b>1,1</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: AZ Direct AG, WEMF

## Wohnbevölkerung: WEMF-Regionen und WEMF-Gebiete

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

10 Westschweiz		Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
WEMF-Gebiet	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*	
11 Genf	387,0	419,8	470,6	515,3	526,0	531,2	
12 Waadt	473,2	515,6	538,3	588,5	605,8	616,2	
13 Neuenburg	158,4	159,1	165,7	172,2	171,6	172,1	
14 Jura	116,6	115,1	119,7	122,6	121,7	121,7	
15 Freiburg	153,2	171,0	190,1	217,4	223,6	228,5	
16 Unterwallis	153,4	173,8	197,5	222,8	227,5	231,8	

20 Alpen und Voralpen		Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
WEMF-Gebiet	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*	
21 Luzern/OW/NW	350,6	380,5	417,6	444,0	448,8	454,2	
22 Berner Oberland	168,1	179,2	189,8	198,1	197,5	198,1	
23 Oberwallis	65,3	68,7	78,6	80,1	79,9	80,8	
24 Zug	75,9	83,6	99,4	108,7	108,9	111,2	
25 Uri/Schwyz	81,7	86,2	96,2	100,4	100,6	101,4	
26 St. Gallen/Al/AR	352,4	372,9	393,8	409,3	410,1	413,0	
27 Glarus	127,2	141,6	158,8	171,5	173,1	174,9	
28 Bündner Unterland	128,0	136,4	151,0	159,1	160,5	162,2	
29 Bündner Oberland	85,3	84,9	96,4	96,5	96,0	96,0	

30 Mittelland West		Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
WEMF-Gebiet	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*	
31 Basel	510,6	520,8	542,0	564,2	565,3	565,9	
32 Solothurn	307,1	321,4	339,6	361,6	353,6	357,1	
33 Berner Seeland	160,1	167,4	175,2	186,0	187,2	189,5	
34 Berner Mittelland	502,9	520,1	522,1	542,2	536,9	540,0	

40 Mittelland Ost		Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
WEMF-Gebiet	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*	
41 Aargau	333,5	362,6	395,1	425,9	433,0	441,2	
42 Schaffhausen	79,5	81,7	85,1	88,8	89,1	89,9	
43 Zürich	1 144,8	1 186,2	1 243,6	1 351,5	1 388,7	1 411,0	
44 Thurgau	178,6	198,6	219,8	234,0	236,9	240,4	

50 Südschweiz		Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
WEMF-Gebiet	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*	
51 Tessin	272,7	282,3	317,8	341,2	343,6	341,6	

<b>Schweiz</b>	<b>6 366,0</b>	<b>6 729,5</b>	<b>7 204,1</b>	<b>7 701,9</b>	<b>7 785,8</b>	<b>7 870,1</b>
----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: AZ Direct AG, WEMF



## Ständige Wohnbevölkerung nach Gemeindegrössen GfK

Wohnbevölkerung nach Gemeindegrössenklassen (agglomeriert gemäss VZ00)

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

Gemeindegruppen	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
über 200 000 Einwohner (Zürich, Bern, Basel, Genf, Lausanne)	2 269,4	2 379,4	2 418,4	2 817,2	2 871,3	2 902,4
50 000–199 999 Einwohner	1 301,0	1 369,2	1 588,4	1 999,6	2 121,8	2 193,2
20 000–49 999 Einwohner	754,9	807,4	753,2	749,3	659,4	618,3
10 000–19 999 Einwohner	114,5	109,2	146,4	102,8	114,3	145,9
5 000–9 999 Einwohner	293,9	302,5	380,1	342,6	325,9	344,2
2 000–4 999 Einwohner	686,7	744,7	850,0	732,5	761,4	750,4
1 000–1 999 Einwohner	434,5	464,4	522,1	487,9	476,7	477,6
unter 1000 Einwohner	511,1	552,7	545,3	469,9	455,0	438,1
<b>Schweiz</b>	<b>6 366,0</b>	<b>6 729,5</b>	<b>7 204,1</b>	<b>7 701,9</b>	<b>7 785,8</b>	<b>7 870,1</b>

Prozentanteil der Einwohner in den Gemeindegruppen

Gemeindegruppen	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
über 200 000 Einwohner (Zürich, Bern, Basel, Genf, Lausanne)	35,7	34,9	33,6	36,6	36,9	36,9
50 000–199 999 Einwohner	20,4	20,2	22,0	26,0	27,3	27,9
20 000–49 999 Einwohner	11,8	12,0	10,5	9,7	8,5	7,9
10 000–19 999 Einwohner	1,8	1,8	2,0	1,3	1,5	1,9
5 000–9 999 Einwohner	4,6	4,7	5,3	4,4	4,2	4,4
2 000–4 999 Einwohner	10,8	11,1	11,8	9,5	9,8	9,5
1 000–1 999 Einwohner	6,8	7,0	7,2	6,3	6,1	6,1
unter 1000 Einwohner	8,0	8,3	7,6	6,1	5,8	5,6
<b>Schweiz</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: AZ Direct AG

## Wohnbevölkerung nach Gemeindegrössen BFS

Wohnbevölkerung nach Gemeindegrössenklassen des BFS (nicht agglomeriert)

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

Gemeindegruppen	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
100 000 und mehr Einwohner	978,8	961,0	916,3	957,3	970,2	1 077,1
50 000–99 999 Einwohner	279,7	257,1	215,6	283,5	337,0	256,3
20 000–49 999 Einwohner	520,5	537,1	629,8	710,4	728,7	716,9
10 000–19 999 Einwohner	972,5	1 108,4	1 211,3	1 367,3	1 386,2	1 481,6
5 000–9 999 Einwohner	70,3	1 088,1	1 233,9	1 343,1	1 337,9	1 341,5
2 000–4 999 Einwohner	1 271,2	1 424,4	1 589,6	1 684,2	1 700,2	1 702,8
1 000–1 999 Einwohner	671,2	695,1	769,4	770,7	750,7	749,8
unter 1000 Einwohner	701,8	658,3	638,2	585,3	574,7	544,3
<b>Schweiz</b>	<b>6 366,0</b>	<b>6 729,5</b>	<b>7 204,1</b>	<b>7 701,9</b>	<b>7 785,8</b>	<b>7 870,1</b>

Prozentanteil der Einwohner

Gemeindegruppen	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
100 000 und mehr Einwohner	15,4	14,2	12,7	12,4	12,5	13,7
50 000–99 999 Einwohner	4,4	4,0	3,0	3,7	4,3	3,3
20 000–49 999 Einwohner	8,2	8,1	8,7	9,2	9,4	9,1
10 000–19 999 Einwohner	15,3	16,4	16,8	17,8	17,8	18,8
5 000–9 999 Einwohner	15,2	16,1	17,1	17,4	17,2	17,0
2 000–4 999 Einwohner	20,0	21,0	22,1	21,9	21,8	21,6
1 000–1 999 Einwohner	10,6	10,4	10,7	10,0	9,6	9,5
unter 1 000 Einwohner	11,0	9,8	8,9	7,6	7,4	6,9
<b>Schweiz</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: AZ Direct AG

**Ständige Wohnbevölkerung nach Alter und Geschlecht (in 1000)**

Altersklassen in Jahren (Stand 2010)	Total	Männer	Frauen	Total %
0-4	390,6	200,8	189,9	5,0
5-9	383,1	196,6	186,4	4,9
10-14	417,1	213,9	203,2	5,3
15-19	451,6	231,4	220,2	5,7
20-24	485,0	246,2	238,8	6,2
25-29	521,4	263,5	257,8	6,6
30-34	534,8	268,6	266,2	6,8
35-39	558,9	280,1	278,8	7,1
40-44	634,1	318,1	316,0	8,1
45-49	650,9	329,7	321,2	8,3
50-54	566,3	286,7	279,6	7,2
55-59	486,8	243,5	243,4	6,2
60-64	459,8	226,8	233,0	5,8
65-69	397,2	191,9	205,3	5,0
70-74	303,4	139,1	164,3	3,9
75-79	256,1	110,4	145,6	3,3
80+	372,9	130,1	242,9	4,7
<b>Total</b>	<b>7 870,1</b>	<b>3 877,4</b>	<b>3 992,7</b>	<b>100,0</b>

**Bevölkerungsverteilung auf städtische und ländliche Gebiete**

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

Siedlungsart	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
Städtische Gebiete						
Isolierte Städte	99,2	102,8	32,6	66,9	68,0	70,4
Agglomerationen	4 340,6	4 539,5	4 873,9	5 580,6	5 668,3	5 728,7
Ländliche Gebiete	1 926,2	2 087,2	2 297,6	2 054,3	2 049,5	2 071,0
<b>Total</b>	<b>6 366,0</b>	<b>6 729,5</b>	<b>7 204,1</b>	<b>7 701,9</b>	<b>7 785,8</b>	<b>7 870,1</b>

Prozentwerte

Siedlungsart	Volkszählung			Ständige Wohnbevölkerung		
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*
Städtische Gebiete						
Isolierte Städte	1,6	1,6	0,5	0,9	0,9	0,9
Agglomerationen	68,2	67,4	67,7	72,5	72,0	72,8
Ländliche Gebiete	30,3	31,1	31,9	26,4	26,0	26,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: Bundesamt für Statistik, ESPOPIAZ Direct AG

## Schweizerische und ausländische Wohnbevölkerung nach GfK-Regionen

Volkzählung 1990/2000 (in 1000)

GfK-Regionen	Insgesamt		Schweizer		Ausländer		Ausländer Anteil (%)	
	1990	2000	1990	2000	1990	2000	1990	2000
1 Westschweiz	1 554,4	1 682,0	1 204,0	1 247,0	365,8	435,0	23,5	25,9
2 Alpen und Voralpen	1 534,0	1 681,7	1 362,4	1 427,3	177,8	254,4	11,6	15,1
3 Mittelland West	1 529,7	1 579,0	1 338,8	1 328,5	192,8	250,5	12,6	15,9
4 Mittelland Ost	1 829,1	1 943,7	1 510,5	1 539,7	318,8	404,0	17,4	20,8
5 Südschweiz	282,3	317,8	215,4	237,3	70,7	80,5	25,0	25,3
<b>Schweiz</b>	<b>6 729,5</b>	<b>7 204,1</b>	<b>5 631,1</b>	<b>5 779,7</b>	<b>1 125,9</b>	<b>1 424,4</b>	<b>16,7</b>	<b>19,8</b>

Ständige Wohnbevölkerung (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

GfK-Regionen	Insgesamt		Schweizer		Ausländer		Ausländer Anteil (%)	
	2009*	2010*	2009*	2010*	2009*	2010*	2009*	2010*
1 Westschweiz	1 876,2	1 901,6	1 340,2	1 350,1	536,0	551,6	28,6	29,0
2 Alpen und Voralpen	1 775,3	1 791,8	1 473,0	1 478,6	302,2	313,2	17,0	17,5
3 Mittelland West	1 643,1	1 652,5	1 349,1	1 349,5	293,9	303,0	17,9	18,3
4 Mittelland Ost	2 147,7	2 182,6	1 654,0	1 672,2	493,7	510,4	23,0	23,4
5 Südschweiz	343,6	341,6	255,4	253,5	88,2	88,2	25,7	25,8
<b>Schweiz</b>	<b>7 785,8</b>	<b>7 870,1</b>	<b>6 071,8</b>	<b>6 103,9</b>	<b>1 714,0</b>	<b>1 766,3</b>	<b>22,4</b>	<b>22,4</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: AZ Direct AG

## Ständige ausländische Wohnbevölkerung nach Staatsangehörigkeit

Staatsangehörigkeit	in der Schweiz geboren			Männer	Frauen	Total
	Männer	Frauen	Total			
<b>Europa</b>	<b>183 898</b>	<b>150 767</b>	<b>334 665</b>	<b>824 695</b>	<b>698 496</b>	<b>1 523 191</b>
EU-27- und EFTA-Staaten	128 700	101 413	230 113	624 128	505 510	1 129 638
EU-27-Staaten	128 188	100 983	229 171	622 172	503 736	1 125 908
EFTA-Staaten	512	430	942	1 956	1 774	3 730
Übriges Europa	55 198	49 354	104 552	200 567	192 986	393 553
<b>Afrika</b>	<b>4 545</b>	<b>4 460</b>	<b>9 005</b>	<b>31 829</b>	<b>27 335</b>	<b>59 164</b>
<b>Amerika</b>	<b>2 237</b>	<b>2 002</b>	<b>4 239</b>	<b>28 395</b>	<b>42 503</b>	<b>70 898</b>
Nordamerika	834	729	1 563	11 702	11 807	23 509
Zentralamerika	346	375	721	4 662	7 348	12 010
Südamerika	1057	898	1 955	12 031	23 348	35 379
<b>Asien</b>	<b>7 959</b>	<b>7 493</b>	<b>15 452</b>	<b>43 710</b>	<b>50 296</b>	<b>94 006</b>
<b>Ozeanien</b>	<b>138</b>	<b>122</b>	<b>260</b>	<b>1 866</b>	<b>1 669</b>	<b>3 535</b>
<b>Staatenlos</b>	<b>19</b>	<b>8</b>	<b>27</b>	<b>111</b>	<b>67</b>	<b>178</b>
<b>Staat unbekannt</b>	<b>67</b>	<b>69</b>	<b>136</b>	<b>182</b>	<b>147</b>	<b>329</b>
<b>Total</b>	<b>198 863</b>	<b>164 921</b>	<b>363 784</b>	<b>930 788</b>	<b>820 513</b>	<b>1 751 301</b>

Quelle: Bundesamt für Migration BFM, Statistikdienst Ausländer

Stand: Ende August 2011

## Geburten nach GfK-Regionen

### Absolute Zahlen

GfK-Regionen	Durchschnitt						
	1986–90	1991–95	1996–2000	1990	2000	2008	2009
1 Westschweiz	18 597	20 969	19 857	20 201	18 984	19 633	20 382
2 Alpen und Voralpen	20 479	21 673	19 930	21 255	19 295	17 097	17 216
3 Mittelland West	17 201	17 318	16 196	17 854	15 426	15 065	15 238
4 Mittelland Ost	21 172	21 649	20 912	21 781	20 220	21 854	22 463
5 Südschweiz	2 682	2 960	3 057	2 848	2 943	3 042	2 987
<b>Schweiz</b>	<b>80 130</b>	<b>84 568</b>	<b>79 952</b>	<b>83 939</b>	<b>76 868</b>	<b>76 691</b>	<b>78 286</b>

### Geburtenrate der Regionen in Prozenten

GfK-Regionen	1980	1985	1990	1995	1999	2000	2008	2009
1 Westschweiz	21,4	21,6	24,1	24,8	24,7	24,5	25,6	26,0
2 Alpen und Voralpen	25,6	26,0	25,3	25,8	25,1	25,3	22,3	22,0
3 Mittelland West	22,1	21,9	21,3	20,3	20,1	20,1	19,6	19,5
4 Mittelland Ost	27,4	27,3	25,9	25,4	26,3	26,3	28,5	28,7
5 Südschweiz	3,5	3,2	3,4	3,6	3,8	3,8	4,0	3,8
<b>Schweiz</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

## Geburten auf 1000 Einwohner nach GfK-Regionen

GfK-Regionen	1980	1985	1990	1995	2000	2008	2009
1 Westschweiz	11	10,9	12,9	12,5	11,3	10,6	10,9
2 Alpen und Voralpen	13,3	13,2	13,8	13,1	11,5	9,7	9,7
3 Mittelland West	11	11	11,7	10,7	9,8	9,2	9,3
4 Mittelland Ost	11,7	11,6	11,9	11,1	10,5	10,4	10,5
5 Südschweiz	9,5	8,4	10	9,8	9,3	8,9	8,7
<b>Schweiz</b>	<b>11,6</b>	<b>11,5</b>	<b>12,4</b>	<b>11,7</b>	<b>10,7</b>	<b>9,8</b>	<b>9,8</b>

Quelle: Bundesamt für Statistik, ESPOPIAZ Direct AG

## Privathaushalte nach GfK-Regionen

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

GfK-Regionen	Volkszählung						
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*	2011*
1 Westschweiz	577,5	676,1	739,3	791,7	810,0	820,1	824,3
2 Alpen und Voralpen	489,8	593,8	684,3	739,0	753,9	762,0	769,4
3 Mittelland West	573,8	649,2	697,3	733,4	735,6	743,6	752,3
4 Mittelland Ost	682,6	782,9	855,4	945,0	953,0	961,1	974,5
5 Südschweiz	104,6	120,8	142,3	153,0	146,8	149,2	151,9
<b>Schweiz</b>	<b>2 428,2</b>	<b>2 822,8</b>	<b>3 118,7</b>	<b>3 362,1</b>	<b>3 399,3</b>	<b>3 436,0</b>	<b>3 472,5</b>

Anteil Privathaushalte in Prozenten

GfK-Regionen	Volkszählung						
	1980	1990	2000	2008*	2009*	2010*	2011*
1 Westschweiz	23,8	24,0	23,7	23,8	23,8	23,6	23,7
2 Alpen und Voralpen	20,2	21,0	21,9	22,2	22,2	21,9	22,2
3 Mittelland West	23,6	23,0	22,4	21,6	21,6	21,4	21,7
4 Mittelland Ost	28,1	27,7	27,4	28,0	28,0	27,7	28,1
5 Südschweiz	4,3	4,3	4,6	4,3	4,3	4,3	4,4
<b>Schweiz</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: AZ Direct AG

## Privathaushalte nach Kantonen

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

Kantone	Volkszählung					
	1980	1990	2000	2009	2010	2011
Zürich	465,1	512,4	553,3	618,1	625,3	632,5
Bern	344,1	384,1	412,3	442,1	445,8	449,5
Luzern	99,7	121,5	139,7	154,1	156,0	158,0
Uri	10,5	12,0	13,6	14,3	14,5	14,6
Schwyz	30,5	39,9	50,4	58,8	59,6	60,4
Obwalden	8,1	10,1	12,3	13,3	13,3	13,4
Nidwalden	9,2	12,2	15,5	18,1	18,4	18,7
Glarus	13,1	14,8	15,6	15,7	15,8	15,8
Zug	25,4	32,1	40,8	48,3	49,1	50,0
Freiburg	61,3	77,1	92,5	109,9	112,0	114,2
Solothurn	78,8	92,4	103,5	110,9	111,9	112,9
Basel-Stadt	97,0	99,2	95,4	95,6	95,5	95,5
Basel-Landschaft	85,8	100,3	114,8	121,1	122,1	123,0
Schaffhausen	26,8	30,2	32,1	33,1	33,2	33,4
Appenzell AR	17,2	19,9	21,7	22,4	22,6	22,8
Appenzell IR	4,0	4,7	5,4	6,1	6,2	6,4
St. Gallen	139,4	161,8	184,4	197,0	198,7	200,5
Graubünden	55,4	67,1	78,1	82,8	83,5	84,2
Aargau	159,9	194,4	224,8	253,0	256,3	259,5
Thurgau	63,8	107,9	91,7	102,6	104,1	105,6
Tessin	101,7	115,9	139,1	149,3	150,9	152,4
Waadt	218,6	252,3	273,9	304,8	308,8	312,8
Wallis	72,8	92,8	111,7	127,5	129,7	131,9
Neuenburg	64,9	69,6	74,0	77,0	77,6	78,1
Genf	152,8	172,9	194,1	194,5	195,6	196,8
Jura	22,3	25,2	28,3	29,1	29,3	29,6
<b>Schweiz</b>	<b>2 428,2</b>	<b>2 822,8</b>	<b>3 118,7</b>	<b>3 399,5</b>	<b>3 436,0</b>	<b>3 472,5</b>

Quelle: Bundesamt für Statistik, Szenario AR-00-2005 «mittel»/AZ Direct AG

## Privathaushalte nach WEMF-Wirtschaftsgebieten

Absolute Zahlen (in 1000), wirtschaftlicher Wohnsitz

WEMF-Wirtschaftsgebiete	Volkszählung					
	1980	1990	2000	2009*	2010*	2011*
11 Genf	170,7	200,8	220,5	227,3	228,7	226,7
12 Waadt	196,1	227,2	239,0	269,0	271,5	272,7
13 Neuenburg	64,9	69,6	74,0	76,8	77,5	77,8
14 Jura	41,5	45,8	50,3	51,2	52,3	52,9
15 Freiburg	52,1	65,1	75,5	92,7	94,5	96,0
16 Unterwallis	52,2	67,6	80,1	92,9	95,7	98,3
21 Luzern/OW/NW	116,9	143,8	167,5	187,5	188,5	191,2
22 Berner Oberland	62,0	73,2	80,7	89,8	90,9	91,6
23 Oberwallis	19,7	25,2	31,6	33,8	34,8	34,7
24 Zug	25,4	32,1	40,8	45,4	45,7	46,2
25 Uri/Schwyz	24,8	30,3	36,4	39,4	39,8	40,0
26 St. Gallen/AI/AR	126,6	148,0	162,4	171,6	174,0	175,6
27 Glarus	42,9	53,9	63,2	72,1	72,8	74,8
28 Bündner Unterland	43,5	53,6	62,0	68,8	69,0	69,6
29 Bündner Oberland	27,9	33,7	39,8	45,5	46,6	45,7
31 Basel	207,7	230,6	248,7	253,0	254,9	257,6
32 Solothurn	111,2	129,4	143,4	153,5	155,6	158,4
33 Berner Seeland	61,7	70,7	76,5	84,9	85,9	86,7
34 Berner Mittelland	193,2	218,4	228,7	244,3	247,2	249,7
41 Aargau	117,8	142,0	162,9	182,1	184,8	188,4
42 Schaffhausen	30,4	34,5	37,0	39,1	39,3	39,9
43 Zürich	470,9	529,3	566,8	633,4	637,3	645,2
44 Thurgau	63,5	77,1	88,7	98,4	99,7	101,0
51 Tessin	104,6	120,8	142,3	146,8	149,2	151,9
<b>Schweiz</b>	<b>2 428,2</b>	<b>2 822,8</b>	<b>3 118,7</b>	<b>3 399,3</b>	<b>3 436,0</b>	<b>3 472,5</b>

\* Prognose AZ Direct AG

Quelle: AZ Direct AG



## Durchschnittliche Haushaltgröße

Gliederung	WEMF-Regionen					Total
	1	2	3	4	5	
<b>Durchschnittliche Anzahl Personen pro Haushalt</b>						
Person	2,11	2,25	2,01	2,38	2,19	2,29
Erwachsene	1,62	1,74	1,61	1,89	1,76	1,80
Kinder <sup>1</sup>	0,46	0,51	0,41	0,49	0,43	0,49

### Anteil Haushalte nach Haushaltgröße

Haushaltsgrößen	1	2	3	4	5	Total
HH mit 1 Pers.	37,1	35,7	36,0	38,5	38,2	37,5
HH mit 2 Pers.	31,1	32,7	32,2	33,3	32,9	32,9
HH mit 3 Pers.	12,6	12,4	12,4	11,5	11,9	12,0
HH mit 4 Pers.	12,5	13,0	12,7	12,1	11,7	12,2
HH mit 5 Pers.	6,6	6,1	6,4	4,5	5,2	5,4

### WEMF-Regionen

- 1 Westschweiz
- 2 Alpen und Voralpen
- 3 Mittelland West
- 4 Mittelland Ost
- 5 Südschweiz

<sup>1</sup> Kinder bis 19 Jahre

Stand 2010 (Prognose AZ Direct AG)

Quelle: AZ Direct AG

## Haushaltseinkommen in Prozent sämtlicher Haushalte

	2006–2008 <sup>*</sup>	2006	2007	2008	2009
<b>Prozentverteilung (100% = alle Personen)</b>					
<b>Haushaltzusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus</b>					
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	7,9	7,9	8,0	7,8
Unselbstständigerwerbende	46,4	44,9	46,3	48,2	47,6
Rentner	16,8	17,3	16,8	16,4	17,3
Personen in Ausbildung	4,7	5,0	4,7	4,3	3,8
Andere <sup>3</sup>	7,5	8,1	7,8	6,9	7,5
Kinder unter 15 Jahren	16,5	16,9	16,5	16,1	16,1
<b>Budgetstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)</b>					
<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>	<b>74,9</b>	<b>74,3</b>	<b>74,1</b>	<b>76,4</b>	<b>75,3</b>
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	64,5	64,1	63,1	66,5	65,2
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	10,4	10,2	11,0	10,0	10,1
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>4,1</b>	<b>3,9</b>	<b>4,6</b>	<b>3,8</b>	<b>4,3</b>
<b>Renten und Sozialleistungen</b>	<b>19,3</b>	<b>19,9</b>	<b>19,7</b>	<b>18,1</b>	<b>19,1</b>
Renten der AHV/IV (1. Säule)	8,7	8,8	8,8	8,6	8,5
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	6,7	6,9	7,1	6,1	6,9
Sozialleistungen und Taggelder	3,8	4,3	3,9	3,4	3,7
<b>Monetäre Transfereinkommen von anderen Haushalten</b>	<b>1,7</b>	<b>1,9</b>	<b>1,5</b>	<b>1,7</b>	<b>1,3</b>
Obligatorische Transferausgaben <sup>5</sup>	– 26,7	– 26,5	– 26,8	– 26,8	– 26,9
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	– 2,2	– 2,2	– 2,3	– 2,1	– 2,2
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>71,1</b>	<b>71,3</b>	<b>70,9</b>	<b>71,0</b>	<b>71,0</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff Verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltseinkommen in Franken sämtlicher Haushalte

	2006–2008*	2006	2007	2008	2009
<b>Anzahl Personen pro Haushalt</b>					
<b>Haushaltszusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus</b>					
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	0,18	0,18	0,18	0,18	0,17
Unselbstständigerwerbende	1,03	1,00	1,03	1,06	1,05
Rentner	0,37	0,39	0,37	0,36	0,38
Personen in Ausbildung	0,10	0,11	0,10	0,10	0,08
Anderer <sup>3</sup>	0,17	0,18	0,17	0,15	0,16
Kinder unter 15 Jahren	0,37	0,38	0,37	0,36	0,35
<b>Mittelwert</b>	<b>2,22</b>	<b>2,23</b>	<b>2,22</b>	<b>2,21</b>	<b>2,20</b>
<b>Bruttoeinkommen</b>	<b>8 916</b>	<b>8 551</b>	<b>9 081</b>	<b>9 103</b>	<b>9 369</b>
<b>Budgetstruktur<sup>1</sup> (Beträge in Franken pro Monat und pro Haushalt {Mittelwert})</b>					
<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>	<b>6 678</b>	<b>6 355</b>	<b>6 730</b>	<b>6 956</b>	<b>7 053</b>
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	5 748	5 485	5 727	6 050	6 109
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	931	870	1 003	906	944
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>367</b>	<b>330</b>	<b>421</b>	<b>347</b>	<b>398</b>
<b>Renten und Sozialleistungen</b>	<b>1 719</b>	<b>1 705</b>	<b>1 790</b>	<b>1 649</b>	<b>1 794</b>
Renten der AHV/IV (1. Säule)	779	752	796	783	800
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	601	589	643	555	648
Sozialleistungen und Taggelder	340	363	351	310	346
<b>Monetäre Transfereinkommen von anderen Haushalten</b>	<b>152</b>	<b>161</b>	<b>140</b>	<b>152</b>	<b>123</b>
Obligatorische Transferausgaben <sup>5</sup>	- 2 381	- 2 265	- 2 432	- 2 443	- 2 516
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	- 197	- 185	- 208	- 195	- 202
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>6 338</b>	<b>6 101</b>	<b>6 441</b>	<b>6 465</b>	<b>6 650</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff Verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltseinkommen in Prozent nach Altersklasse der Referenzperson 2006–2008\*

Altersklassen der Referenzperson<sup>7</sup>

	Sämtliche Haushalte	Bis 34 Jahre	35–44 Jahre	45–54 Jahre	55–64 Jahre	65–74 Jahre	Ab 75 Jahre
<b>Prozentverteilung (100% = alle Personen)</b>							
<b>Haushaltzusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus und Alter</b>							
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	4,2	8,1	9,5	12,8	6,9	2,1
Unselbstständigerwerbende	46,4	67,3	45,9	54,3	52,0	11,0	3,1
Rentner	16,8	0,8	1,1	2,4	15,9	78,0	93,8
Personen in Ausbildung	4,7	2,6	2,8	11,1	5,0	0,5	0,2
Andere <sup>3</sup>	7,5	7,6	7,8	7,8	12,1	3,3	0,8
Kinder unter 15 Jahren	16,5	17,5	34,4	14,9	2,2	0,3	0,0
<b>Budgetstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)</b>							
<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>	<b>74,9</b>	<b>93,5</b>	<b>91,3</b>	<b>88,7</b>	<b>74,5</b>	<b>10,8</b>	<b>2,5</b>
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	64,5	88,7	78,3	75,0	60,8	5,6	( )
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	10,4	4,8	13,0	13,7	13,7	5,2	1,7
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>4,1</b>	<b>0,6</b>	<b>1,2</b>	<b>3,0</b>	<b>5,1</b>	<b>11,5</b>	<b>15,4</b>
<b>Renten und Sozialleistungen</b>	<b>19,3</b>	<b>3,7</b>	<b>5,6</b>	<b>6,6</b>	<b>19,0</b>	<b>76,5</b>	<b>80,8</b>
Renten der AHV/IV (1. Säule)	8,7	( )	1,2	2,1	6,0	41,3	46,2
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	6,7	( )	( )	0,8	8,3	32,2	31,0
Sozialleistungen und Taggelder	3,8	3,1	4,1	3,7	4,6	3,0	3,6
<b>Monetäre Transfereinkommen von anderen Haushalten</b>	<b>1,7</b>	<b>2,3</b>	<b>1,9</b>	<b>1,6</b>	<b>1,5</b>	<b>1,1</b>	<b>1,2</b>
Obligatorische Transferausgaben <sup>5</sup>	– 26,7	– 24,2	– 26,2	– 27,9	– 29,8	– 24,4	– 25,5
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	– 2,2	– 0,5	– 1,9	– 2,7	– 3,1	– 2,2	– 3,1
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>71,1</b>	<b>75,3</b>	<b>71,9</b>	<b>69,3</b>	<b>67,1</b>	<b>73,4</b>	<b>71,4</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff Verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

<sup>7</sup> Die Referenzperson ist dasjenige Haushaltsmitglied, das am meisten Gesamteinkommen des Haushalts beiträgt.

( ) Zuwenig Beobachtungen, um Ergebnis zu publizieren.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltseinkommen in Franken nach Altersklasse der Referenzperson 2006–2008\*

Altersklassen der Referenzperson<sup>7</sup>

	Sämtliche Haushalte	Bis 34 Jahre	35–44 Jahre	45–54 Jahre	55–64 Jahre	65–74 Jahre	Ab 75 Jahre
<b>Haushaltzusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus und Alter</b>							
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	0,18	0,09	0,23	0,26	0,25	0,11	0,03
Unselbstständigerwerbende	1,03	1,38	1,30	1,50	1,02	0,18	0,04
Rentner	0,37	0,02	0,03	0,07	0,31	1,25	1,33
Personen in Ausbildung	0,10	0,05	0,08	0,31	0,10	0,01	0,00
Andere <sup>3</sup>	0,17	0,16	0,22	0,22	0,24	0,05	0,01
Kinder unter 15 Jahren	0,37	0,36	0,98	0,41	0,04	0,01	0,00
<b>Anzahl Personen pro Haushalt (Mittelwert)</b>	<b>2,22</b>	<b>2,04</b>	<b>2,84</b>	<b>2,77</b>	<b>1,96</b>	<b>1,60</b>	<b>1,42</b>

<b>Bruttoeinkommen</b>	<b>8 916</b>	<b>8 432</b>	<b>9 955</b>	<b>11 054</b>	<b>9 705</b>	<b>6 275</b>	<b>5 540</b>
------------------------	--------------	--------------	--------------	---------------	--------------	--------------	--------------

Budgetstruktur<sup>1</sup> (Beträge in Franken pro Monat und pro Haushalt (Mittelwert))

<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>	<b>6 678</b>	<b>7 881</b>	<b>9 091</b>	<b>9 801</b>	<b>7 227</b>	<b>679</b>	<b>139</b>
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	5 748	7 478	7 800	8 285	5 899	353	( )
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	931	403	1 291	1 516	1 328	327	96
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>367</b>	<b>46</b>	<b>124</b>	<b>337</b>	<b>493</b>	<b>722</b>	<b>853</b>
<b>Renten und Sozialleistungen</b>	<b>1 719</b>	<b>314</b>	<b>554</b>	<b>734</b>	<b>1 844</b>	<b>4 804</b>	<b>4 478</b>
Renten der AHV/IV (1. Säule)	779	( )	120	236	586	2 593	2 561
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	601	( )	( )	84	808	2 022	1 718
Sozialleistungen und Taggelder	340	261	409	414	450	189	199
<b>Monetäre Transfereinkommen von anderen Haushalten</b>	<b>152</b>	<b>191</b>	<b>187</b>	<b>182</b>	<b>142</b>	<b>70</b>	<b>69</b>

Obligatorische Transferausgaben <sup>5</sup>	- 2 381	- 2 037	- 2 604	- 3 086	- 2 888	- 1 528	- 1 414
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	- 197	- 45	- 194	- 303	- 301	- 141	- 169
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>6 338</b>	<b>6 351</b>	<b>7 157</b>	<b>7 664</b>	<b>6 516</b>	<b>4 606</b>	<b>3 957</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff Verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

<sup>7</sup> Die Referenzperson ist dasjenige Haushaltsmitglied, das am meisten Gesamteinkommen des Haushalts beiträgt.

( ) Zuwenig Beobachtungen, um Ergebnis zu publizieren.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltseinkommen in Prozent nach Sprachregion 2006–2008\*

	Sprachregion			
	Sämtliche Haushalte	Deutsche und rätoromanische Schweiz	Französische Schweiz	Italienische Schweiz
<b>Prozentverteilung (100% = alle Personen)</b>				
<b>Haushaltzusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus</b>				
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	8,7	5,7	8,1
Unselbstständigerwerbende	46,4	48,0	43,0	39,5
Rentner	16,8	16,6	17,2	19,3
Personen in Ausbildung	4,7	3,9	7,1	5,1
Andere <sup>3</sup>	7,5	6,8	8,9	11,7
Kinder unter 15 Jahren	16,5	16,0	18,2	16,3
<b>Budgetstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)</b>				
<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>				
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	64,5	64,2	66,0	60,9
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	10,4	11,1	8,5	10,2
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>4,1</b>	<b>4,4</b>	<b>3,4</b>	<b>3,0</b>
<b>Renten und Sozialleistungen</b>				
Renten der AHV/IV (1. Säule)	8,7	8,6	8,5	11,7
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	6,7	6,7	6,9	6,7
Sozialleistungen und Taggelder	3,8	3,3	5,1	5,0
<b>Monetäre Transfereinkommen von anderen Haushalten</b>	<b>1,7</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>2,5</b>
Obligatorische Transferausgaben <sup>5</sup>	-26,7	-25,9	-29,7	-24,9
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	-2,2	-2,2	-2,2	-1,8
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>71,1</b>	<b>71,9</b>	<b>68,1</b>	<b>73,3</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff Verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltseinkommen in Franken nach Sprachregion 2006–2008\*

	Sprachregion			
	Sämtliche Haushalte	Deutsche und rätoromanische Schweiz	Französische Schweiz	Italienische Schweiz
<b>Haushaltzusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus</b>				
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	0,18	0,19	0,13	0,18
Unselbstständigerwerbende	1,03	1,05	0,99	0,89
Rentner	0,37	0,36	0,39	0,44
Personen in Ausbildung	0,10	0,09	0,16	0,12
Andere <sup>3</sup>	0,17	0,15	0,20	0,26
Kinder unter 15 Jahren	0,37	0,35	0,42	0,37
<b>Anzahl Personen pro Haushalt (Mittelwert)</b>	<b>2,22</b>	<b>2,20</b>	<b>2,30</b>	<b>2,25</b>
<b>Bruttoeinkommen</b>	<b>8 916</b>	<b>9 046</b>	<b>8 739</b>	<b>7 750</b>
<b>Budgetstruktur<sup>1</sup> (Beträge in Franken pro Monat und pro Haushalt {Mittelwert})</b>				
<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>	<b>6 678</b>	<b>6 808</b>	<b>6 508</b>	<b>5 507</b>
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	5 748	5 807	5 766	4 719
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	931	1 001	742	788
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>367</b>	<b>397</b>	<b>299</b>	<b>231</b>
<b>Renten und Sozialleistungen</b>	<b>1 719</b>	<b>1 688</b>	<b>1 797</b>	<b>1 819</b>
Renten der AHV/IV (1. Säule)	779	781	746	909
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	601	604	606	522
Sozialleistungen und Taggelder	340	303	445	387
<b>Monetäre Transfereinkommen von anderen Haushalten</b>	<b>152</b>	<b>154</b>	<b>136</b>	<b>193</b>
<b>Obligatorische Transferausgaben<sup>5</sup></b>	<b>– 2 381</b>	<b>– 2 339</b>	<b>– 2 599</b>	<b>– 1 930</b>
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	– 197	– 203	– 188	– 140
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>6 338</b>	<b>6 505</b>	<b>5 952</b>	<b>5 679</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff Verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltseinkommen in Prozent nach Grossregion 2006–2008\*

	Grossregion <sup>7</sup>								
	Sämtliche Haushalte	Genferseeregion	Espace Mittelland	Nordwestschweiz	Zürich	Ostschweiz	Zentralschweiz	Tessin	
<b>Prozentverteilung (100% = alle Personen)</b>									
<b>Haushaltszusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus</b>									
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	5,5	8,2	8,9	7,8	9,2	9,4	8,4	
Unselbstständigerwerbende	46,4	42,6	47,6	47,5	48,8	47,4	47,2	39,4	
Rentner	16,8	17,1	17,0	17,2	17,3	14,7	16,4	19,2	
Personen in Ausbildung	4,7	7,3	4,5	4,1	3,6	3,8	4,4	5,3	
Anderer <sup>3</sup>	7,5	9,3	6,8	7,3	6,8	7,1	6,3	11,5	
Kinder unter 15 Jahren	16,5	18,3	16,0	15,0	15,7	17,8	16,3	16,2	
<b>Budgetstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)</b>									
<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>	<b>74,9</b>	<b>74,4</b>	<b>75,1</b>	<b>74,6</b>	<b>74,5</b>	<b>77,1</b>	<b>75,5</b>	<b>71,0</b>	
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	64,5	65,8	64,9	63,3	64,7	64,4	64,2	60,5	
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	10,4	8,6	10,3	11,3	9,8	12,7	11,3	10,5	
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>4,1</b>	<b>3,6</b>	<b>3,3</b>	<b>4,3</b>	<b>5,2</b>	<b>4,1</b>	<b>4,7</b>	<b>3,0</b>	
<b>Renten und Sozialleistungen</b>	<b>19,3</b>	<b>20,5</b>	<b>19,8</b>	<b>19,8</b>	<b>18,5</b>	<b>16,9</b>	<b>18,1</b>	<b>23,4</b>	
Renten der AHV/IV (1. Säule)	8,7	8,2	9,3	8,4	8,4	8,6	8,9	11,6	
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	6,7	7,3	6,7	7,8	7,1	5,0	5,6	6,8	
Sozialleistungen und Taggelder	3,8	5,1	3,8	3,6	3,0	3,3	3,6	5,1	
<b>Monetäre Transferleistungen von anderen Haushalten</b>	<b>1,7</b>	<b>1,4</b>	<b>1,7</b>	<b>1,4</b>	<b>1,9</b>	<b>1,9</b>	<b>1,7</b>	<b>2,6</b>	
Obligatorische Transferausgaben <sup>5</sup>	- 26,7	- 29,6	- 28,3	- 26,5	- 24,2	- 26,3	- 24,3	- 25,0	
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	- 2,2	- 2,2	- 2,2	- 2,5	- 2,3	- 1,8	- 2,4	- 1,8	
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>71,1</b>	<b>68,2</b>	<b>69,5</b>	<b>71,0</b>	<b>73,5</b>	<b>71,9</b>	<b>73,3</b>	<b>73,3</b>	

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff Verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

<sup>7</sup> Genferseeregion: GE, VS und VD; Espace Mittelland: BE, FR, JU, NE und SO; Nordwestschweiz: AG, BL und BS; Zürich: ZH; Ostschweiz: AR, AI, GL, GR, SG, SH und TG; Zentralschweiz: LU, NW, OW, SZ, UR und ZG; Tessin: TI.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)



## Haushaltseinkommen in Franken nach Grossregion 2006–2008\*

	Grossregion <sup>7</sup>							
	Sämtliche Haushalte	Genferseeregion	Espace Mittelland	Nordwestschweiz	Zürich	Ostschweiz	Zentralschweiz	Tessin
<b>Haushaltzusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus</b>								
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	0,18	0,13	0,18	0,19	0,16	0,21	0,21	0,19
Unselbstständigerwerbende	1,03	0,97	1,06	1,04	1,02	1,09	1,07	0,89
Rentner	0,37	0,39	0,38	0,38	0,36	0,34	0,37	0,43
Personen in Ausbildung	0,10	0,17	0,10	0,09	0,07	0,09	0,10	0,12
Anderer <sup>3</sup>	0,17	0,21	0,15	0,16	0,14	0,16	0,14	0,26
Kinder unter 15 Jahren	0,37	0,42	0,36	0,33	0,33	0,41	0,37	0,36
<b>Anzahl Personen pro Haushalt (Mittelwert)</b>	<b>2,22</b>	<b>2,29</b>	<b>2,23</b>	<b>2,18</b>	<b>2,09</b>	<b>2,31</b>	<b>2,27</b>	<b>2,25</b>
<b>Bruttoeinkommen</b>	<b>8 916</b>	<b>8 865</b>	<b>8 547</b>	<b>9 480</b>	<b>9 555</b>	<b>8 464</b>	<b>8 862</b>	<b>7 796</b>
<b>Budgetstruktur<sup>1</sup> (Beträge in Franken pro Monat und pro Haushalt (Mittelwert))</b>								
<b>Erwerbseinkommen<sup>4</sup></b>	<b>6 678</b>	<b>6 600</b>	<b>6 421</b>	<b>7 070</b>	<b>7 115</b>	<b>6 522</b>	<b>6 688</b>	<b>5 536</b>
Einkommen aus unselbstständiger Arbeit	5 748	5 835	5 544	6 002	6 178	5 451	5 686	4 718
Einkommen aus selbstständiger Arbeit	931	765	877	1 068	937	1 071	1 002	818
<b>Einkommen aus Vermögen und Vermietung</b>	<b>367</b>	<b>320</b>	<b>285</b>	<b>403</b>	<b>498</b>	<b>347</b>	<b>413</b>	<b>234</b>
<b>Renten und Sozialleistungen</b>	<b>1 719</b>	<b>1 818</b>	<b>1 696</b>	<b>1 874</b>	<b>1 764</b>	<b>1 434</b>	<b>1 608</b>	<b>1 826</b>
Renten der AHV/IV (1. Säule)	779	724	795	797	803	728	786	903
Renten aus der beruflichen Vorsorge (2. Säule)	601	643	575	738	676	423	500	527
Sozialleistungen und Taggelder	340	450	327	338	285	283	322	397
<b>Monetäre Transfereinkommen von anderen Haushalten</b>	<b>152</b>	<b>127</b>	<b>145</b>	<b>132</b>	<b>177</b>	<b>162</b>	<b>154</b>	<b>199</b>
Obligatorische Transferausgaben <sup>5</sup>	- 2 381	- 2 627	- 2 422	- 2 514	- 2 316	- 2 224	- 2 156	- 1 945
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	- 197	- 193	- 189	- 235	- 219	- 152	- 210	- 139
<b>Verfügbares Einkommen<sup>6</sup></b>	<b>6 338</b>	<b>6 045</b>	<b>5 936</b>	<b>6 731</b>	<b>7 021</b>	<b>6 089</b>	<b>6 495</b>	<b>5 712</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/-männer und andere

<sup>4</sup> Inklusive Sozialversicherungsbeiträge der Arbeitnehmer, aber ohne diejenigen der Arbeitgeber

<sup>5</sup> Sozialversicherungsbeiträge, Steuern, Krankenkassenprämien

<sup>6</sup> Der Begriff verfügbares Einkommen ist nicht kompatibel mit demjenigen der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung.

<sup>7</sup> Genferseeregion: GE, VS und VD; Espace Mittelland: BE, FR, JU, NE und SO; Nordwestschweiz: AG, BL und BS; Zürich: ZH; Ostschweiz: AR, AI, GL, GR, SG, SH und TG; Zentralschweiz: LU, NW, OW, SZ, UR und ZG; Tessin: TI.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## GfK-Regionen nach Wirtschaftsgebieten (WEMF)

Gliederung der allgemeinen Systematik der Wirtschaftsgebiete. Die Gliederung der Wirtschaftsgebiete basiert auf einem Dezimalsystem und kennt verschiedene Stufen:

die Region das Wirtschaftsgebiet	einstellige Zahl zweistellige Zahl	
<b>Regionen</b>	12 Waadt	43 Zürich
10 Westschweiz	32 Solothurn	22 Berner Oberland
20 Alpen und Voralpen	13 Neuenburg	44 Thurgau
30 Mittelland West	33 Berner Seeland	23 Oberwallis
40 Mittelland Ost	14 Jura	24 Zug
50 Südschweiz	34 Berner Mittelland	51 Tessin
60 Land Liechtenstein	15 Freiburg	25 Uri, Schwyz
	16 Unterwallis	26 St. Gallen, AI, AR
	41 Aargau	61 Land Liechtenstein
<b>Wirtschaftsgebiete</b>		27 Glarus
11 Genf	42 Schaffhausen	28 Bündner Unterland
31 Basel	21 Luzern, OW, NW	29 Bündner Oberland

## Agglomerationen und isolierte Städte

### Agglomerationen

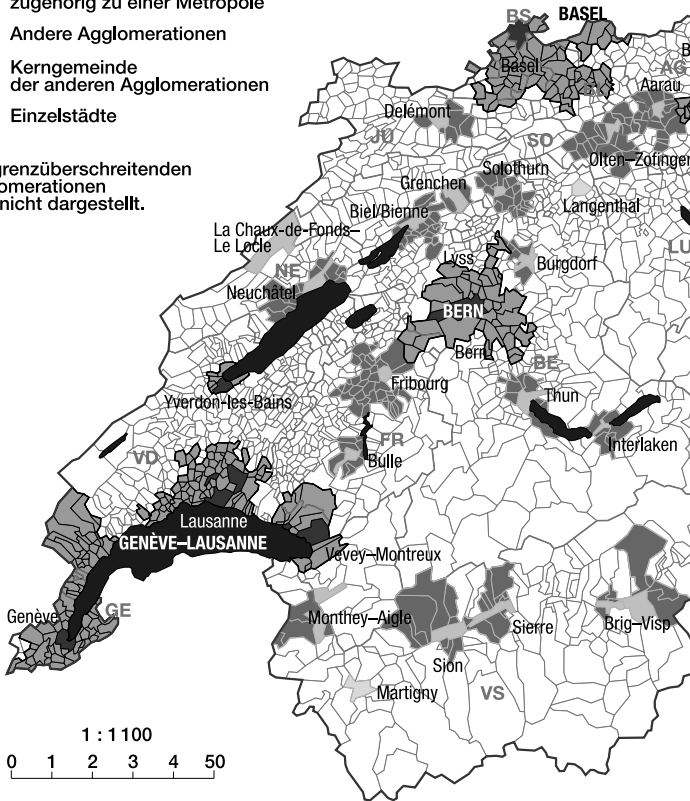
4001 Aarau	6421 La Chaux-de-Fonds – Le Locle	3203 St. Gallen
3231 Altstätten – Au (SG)	1344 Lachen	3787 St. Moritz
4401 Arbon – Rorschach	5586 Lausanne	1509 Stans
4021 Baden – Brugg	4201 Lenzburg	0942 Thun
2701 Basel	0999 Liechtenstein	5890 Vevey – Montreux
5002 Bellinzona	5113 Locarno	0121 Wetzikon – Pfäffikon (ZH)
0351 Bern	5192 Lugano	3425 Wil (SG)
0371 Biel (BE)	1061 Luzern	0230 Winterthur
6002 Brig – Glis	6153 Monthey – Aigle	4082 Wohlen (AG)
3271 Buchs (SG)	6458 Neuenburg	5938 Yverdon-les-Bains
2125 Bulle	2581 Olten – Zofingen	0261 Zürich
0404 Burgdorf	3336 Rapperswil – Rüti (ZH) – Jona	1711 Zug
5250 Chiasso – Mendrisio	4436 Romanshorn – Amriswil	<b>Isolierte Städte</b>
3901 Chur	2939 Schaffhausen	9001 Lyss
6711 Delémont	1372 Schwyz	9002 Langenthal
4566 Frauenfeld	6248 Sierre – Montana	9003 Einsiedeln
2196 Freiburg	6266 Sion	9004 Davos
6621 Genf	2601 Solothurn	9005 Martigny
2546 Grenchen		
0581 Interlaken		
4671 Kreuzlingen		

Quelle: Bundesamt für Statistik, Bevölkerung VZ2000

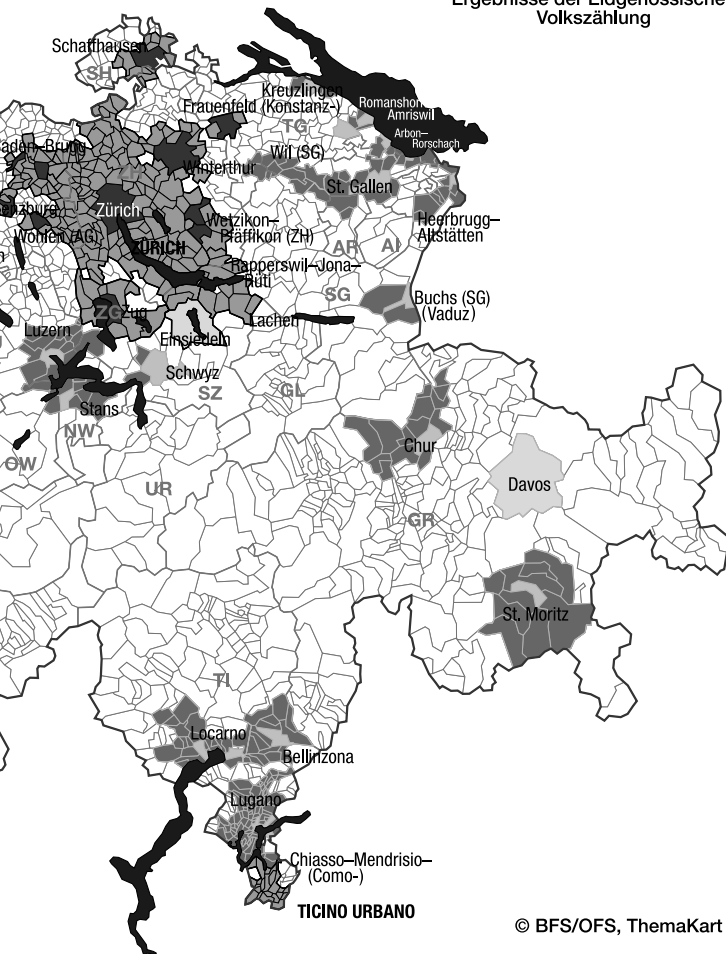
## Agglomerationen, Einzelstädte und Metropolen der Schweiz

- Agglomerationen, zugehörig zu einer Metropole
- Kerngemeinde von Agglomerationen, zugehörig zu einer Metropole
- Einzelstädte, zugehörig zu einer Metropole
- Andere Agglomerationen
- Kerngemeinde der anderen Agglomerationen
- Einzelstädte

Die grenzüberschreitenden Agglomerationen sind nicht dargestellt.



Ergebnisse der Eidgenössischen Volkszählung



© BFS/OFS, ThemaKart

## Ausbildungsstufen und höchste abgeschlossene Ausbildung der ständigen Wohnbevölkerung nach Nationalität

### 2. Quartal 2011 (in 1000)

	Schweizer/innen	Ausländer/innen <sup>1</sup>	Total
<b>Ausbildungsstufen<sup>2</sup></b>			
Sekundarstufe I	1 062	516	1 578
Sekundarstufe II	2 750	522	3 272
Tertiärstufe	1 403	424	1 827
<b>Höchste abgeschlossene Ausbildung</b>			
Obligatorische Schule	870	466	1 337
Haushaltslehrjahr, Handelsschule 1–2 Jahre	176	35	211
Anlehre	107	25	132
Diplommittelschule, allgemeine Schule	69	19	88
Berufslehre	1 936	313	2 249
Vollzeitberufsschule	247	51	298
Maturität, Lehrerseminar	391	114	505
Universität, ETH, FH, PH; Höhere Berufsausbildung	1 403	424	1 827
Keine Angabe/Weiss nicht	16	14	30
<b>Total</b>	<b>5 215</b>	<b>1 462</b>	<b>6 677</b>

<sup>1</sup> Ständige Wohnbevölkerung (Niedergelassene, Aufenthalter/innen, Kurzaufenthalter/innen mind. 12 Monate in der Schweiz), von 1991 bis 2009, inkl. Diplomaten und internationale Funktionäre

<sup>2</sup> Bevölkerung ab 15 Jahren

Quelle: Bundesamt für Statistik, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)

## Erwerbstätige nach Geschlecht, Nationalität und Altersgruppe

### 2. Quartal 2011 (in 1000)

	Männer	Frauen	Total
<b>Nationalität</b>			
Schweizer/innen	1 768	1 584	3 352
Ausländer/innen <sup>1</sup>	603	412	1 015
<b>Altersgruppen</b>			
15–24 Jahre	295	282	577
25–39 Jahre	745	645	1 390
40–54 Jahre	873	734	1 607
55–64 Jahre	371	287	658
65 Jahre und älter	87	49	136
15 Jahre und älter	2 371	1 997	4 368
15–64 Jahre	2 284	1 947	4 232
<b>Total</b>	<b>2 371</b>	<b>1 997</b>	<b>4 368</b>

## Voll- und Teilzeiterwerbstätige nach Geschlecht und Nationalität

### 2. Quartal 2011 (in 1000)

	Männer	Frauen	Total
<b>Schweizer/innen</b>	<b>1 768</b>	<b>1 584</b>	<b>3 352</b>
Vollzeit (≥ 90%)	1 505	625	2 130
Teilzeit (< 90%)	263	959	1 222
Teilzeit I (50–89%)	158	523	681
Teilzeit II (< 50%)	105	436	541
<b>Ausländer/innen<sup>1</sup></b>	<b>603</b>	<b>412</b>	<b>1 015</b>
Vollzeit (≥ 90%)	547	225	772
Teilzeit (< 90%)	56	188	244
Teilzeit I (50–89%)	39	111	150
Teilzeit II (< 50%)	17	76	93
<b>Total</b>	<b>2 371</b>	<b>1 997</b>	<b>4 368</b>
Vollzeit (≥ 90%)	2 052	850	2 902
Teilzeit (< 90%)	319	1 147	1 466
Teilzeit I (50–89%)	197	634	831
Teilzeit II (< 50%)	122	513	635

<sup>1</sup> Ständige Wohnbevölkerung (Niedergelassene, Aufenthaltler, Kurzaufenthalter (mind. 12 Monate in der Schweiz))

Quelle: Bundesamt für Statistik, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)

## Erwerbstätige nach Wirtschaftsabschnitt (NOGA 2008) und Nationalität

### 2. Quartal 2011 (in 1000)

		Schweizer/innen	Ausländer/innen <sup>1</sup>	Total
A	Land- und Forstwirtschaft	152	11	162
B-E	Verarbeitendes Gewerbe/Energieversorgung	470	184	654
F	Baugewerbe	186	92	277
G	Handel, Reparaturgewerbe	472	155	627
H	Verkehr und Lagerei	146	39	185
I	Gastgewerbe	102	80	182
J	Information und Kommunikation	105	37	142
K	Kredit- und Versicherungsgewerbe	194	57	250
L/N	Immobilien, sonstige wirtschaftliche DL	128	60	188
M	Freiberufliche, wissenschaftliche und technische DL	262	69	331
O/U	Öffentliche Verwaltung, externe Körperschaften	206	16	223
P	Erziehung und Unterricht	266	45	311
Q	Gesundheits- und Sozialwesen	449	108	557
R/S/T	Kunst, Unterhaltung, private HH, sonstige DL	212	63	275
	Keine Angabe/Weiss nicht	(3)	(1)	(4)
<b>Total</b>		<b>3 352</b>	<b>1 015</b>	<b>4 368</b>

<sup>1</sup> Ständige Wohnbevölkerung (Niedergelassene, Aufenthalter, Kurzaufenthalter (mind. 12 Monate in der Schweiz)); von 1991 bis 2009: inkl. Diplomaten und internationale Funktionäre

<sup>1)</sup> Statistisch nur bedingt zuverlässig

Quelle: Bundesamt für Statistik, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)

## Berufsgruppen der Erwerbstätigen nach Altersklassen

2. Quartal 2011 (in 1000)	Altersklassen					Total
	15-24	25-39	40-54	55-64	65+	
<b>Berufshauptgruppen ISCO-08<sup>1</sup></b>						
Führungskräfte	(8)	108	159	53	9	337
Akademische Berufe	68	377	364	153	39	1001
Techniker und gleichrangige Berufe	93	268	293	118	16	788
Bürokräfte, kaufmännische Angestellte	63	121	142	70	10	406
Dienstleistungs- und Verkaufsberufe	154	200	250	99	16	718
Fachkräfte in der Land- und Forstwirtschaft	(14)	32	54	22	18	141
Handwerks- und verwandte Berufe	141	174	185	79	13	592
Anlagen- und Maschinenbediener	(14)	51	76	28	(5)	174
Hilfsarbeitskräfte	17	53	77	34	10	191
Keine Angabe/Weiss nicht	(5)	(6)	(5)	(3)	(1)	20
<b>Total</b>	<b>577</b>	<b>1 390</b>	<b>1 607</b>	<b>658</b>	<b>136</b>	<b>4 368</b>
<b>Berufsabteilungen SBN 2000<sup>2</sup></b>						
Berufe in Land- u. Forstwirtschaft	21	43	63	28	21	176
Berufe in Industrie u. Gewerbe (ohne Bau)	95	159	170	75	11	510
Technische Berufe, Informatikberufe	41	167	154	58	11	430
Berufe in Bau-/Ausbaugewerbe u. Bergbau	60	72	73	27	(4)	236
Handels- u. Verkehrsberufe	109	217	262	104	22	715
Berufe in Gastgewerbe/pers. DL	63	115	168	74	15	435
Manager, Administr., Bankberufe, Juristen	86	291	356	132	21	886
Gesundheits-, Lehrberufe, Wissenschaftler	97	314	347	154	30	941
Nicht klassierbare Angaben	(2)	(8)	12	(4)	(1)	27
Keine Angabe/Weiss nicht	(3)	(3)	(2)	(2)	(1)	11
<b>Total</b>	<b>577</b>	<b>1 390</b>	<b>1 607</b>	<b>658</b>	<b>136</b>	<b>4 368</b>

<sup>1</sup> International Standard Classification of Occupations (ISCO 08)<sup>2</sup> Schweizer Berufsnumenklatur 2000 (SBN 2000)<sup>3</sup> Statistisch nur bedingt zuverlässig

Quelle: Bundesamt für Statistik, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)



## Berufsgruppen der Erwerbstätigen nach Familientyp

Jahresdurchschnittswerte 2010 (in 1000)

Familientyp

Personen von 15–64 Jahren	Familientyp				Total
	ohne Kinder < 15 Jahre	mit Kindern < 15 Jahre	mit Kindern 0–6 Jahre	mit Kindern 7–14 Jahre	
<b>Berufshauptgruppen ISCO-08<sup>1</sup></b>					
Führungskräfte	199	114	63	50	313
Akademische Berufe	659	291	173	118	950
Techniker und gleichrangige Berufe	547	216	116	100	763
Bürokräfte, kaufmännische Angestellte	298	106	57	49	404
Dienstleistungs- und Verkaufsberufe	487	175	86	89	661
Fachkräfte in der Land- und Forstwirtschaft	81	40	20	20	121
Handwerks- und verwandte Berufe	430	144	82	62	574
Anlagen- und Maschinenbediener	116	60	30	30	176
Hilfsarbeitskräfte	113	62	28	34	175
Keine Angabe/Weiss nicht	16	5	(3)	(2)	21
<b>Total</b>	<b>2 946</b>	<b>1 212</b>	<b>658</b>	<b>554</b>	<b>4 158</b>
<b>Berufsabteilungen SBN 2000<sup>2</sup></b>					
Berufe in Land- u. Forstwirtschaft	101	47	23	24	147
Berufe in Industrie u. Gewerbe (ohne Bau)	370	124	67	57	494
Technische Berufe, Informatikberufe	282	130	78	51	411
Berufe in Bau-/Ausbaugewerbe u. Bergbau	168	69	42	27	238
Handels- u. Verkehrsberufe	497	192	103	89	689
Berufe in Gastgewerbe/pers. DL	279	126	58	67	405
Manager, Administr., Bankberufe, Juristen	590	247	135	112	837
Gesundheits-, Lehrberufe, Wissenschaftler	626	267	146	122	893
Nicht klassierbare Angaben	23	8	(4)	(4)	31
Keine Angabe/Weiss nicht	11	(2)	(1)	(1)	13
<b>Total</b>	<b>2 946</b>	<b>1 212</b>	<b>658</b>	<b>554</b>	<b>4 158</b>

<sup>1</sup> International Standard Classification of Occupations (ISCO 08)<sup>2</sup> Schweizer Berufsnummernkatalog 2000 (SBN 2000)<sup>(1)</sup> Statistisch nur bedingt zuverlässig

Quelle: Bundesamt für Statistik, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)

## Berufsgruppen der Erwerbstätigen nach Nationalität

2. Quartal 2011 (in 1000)

Nationalität

	Schweizer/innen	Ausländer/innen <sup>3</sup>	Total
<b>Berufshauptgruppen ISCO-08<sup>1</sup></b>			
Führungskräfte	251	86	337
Akademische Berufe	798	203	1 001
Techniker und gleichrangige Berufe	649	139	788
Bürokräfte, kaufmännische Angestellte	350	57	406
Dienstleistungs- und Verkaufsberufe	534	184	718
Fachkräfte in der Land- und Forstwirtschaft	130	11	141
Handwerks- und verwandte Berufe	420	172	592
Anlagen- und Maschinenbediener	103	71	174
Hilfsarbeitskräfte	102	89	191
Keine Angabe/Weiss nicht	17	(4)	20
<b>Total</b>	<b>3 352</b>	<b>1 015</b>	<b>4 368</b>
<b>Berufsabteilungen SBN 2000<sup>2</sup></b>			
Berufe in Land- u. Forstwirtschaft	163	13	176
Berufe in Industrie u. Gewerbe (ohne Bau)	355	155	510
Technische Berufe, Informatikberufe	323	107	430
Berufe in Bau-/Ausbaugewerbe u. Bergbau	148	88	236
Handels- u. Verkehrsberufe	559	156	715
Berufe in Gastgewerbe/pers. DL	266	169	435
Manager, Administr., Bankberufe, Juristen	736	150	886
Gesundheits-, Lehrberufe, Wissenschaftler	776	165	941
Nicht klassierbare Angaben	17	9	27
Keine Angabe/Weiss nicht	(9)	(3)	11
<b>Total</b>	<b>3 352</b>	<b>1 015</b>	<b>4 368</b>

<sup>1</sup> International Standard Classification of Occupations (ISCO 08)<sup>2</sup> Schweizer Berufsnomenklatur 2000 (SBN 2000)<sup>3</sup> Ständige Wohnbevölkerung (Niedergelassene, Aufenthaltler/innen, Kurzaufenthalter/innen mind. 12 Monate in der Schweiz), von 1991 bis 2009, inkl. Diplomaten und internationale Funktionäre<sup>4</sup> Statistisch nur bedingt zuverlässig

Quelle: Bundesamt für Statistik, Schweizerische Arbeitskräfteerhebung (SAKE)

## Forschungsumsätze nach Branchen

in Mio. CHF

Auftraggebende Branche	Umsatz 2010	Umsatz 2009
Marktforschungsinstitute, Werbe-, PR-, Kommunikationsagenturen	25,3	36,1
Öffentlich-rechtliche Institutionen: Bund, Kantone, Gemeinden	24,8	24,9
Medien, Verlage, TV, Radio, Internet	24,5	23,2
Lebensmittel, Getränke	22,6	21,9
Detailhandel, Grosshandel	13,1	14,1
Telecom- und Postservice	8,9	10,5
Banken	8,9	7,7
Pharmazeutika	8,1	8,6
Industrielle Gebrauchs- und Investitionsgüter	6,2	5,9
Verbrauchsgüter (längerfristig)	6,1	5,8
Versicherungen (ohne Gesundheitswesen)	6,0	6,5
Andere Dienstleistungen	5,1	3,4
Verkehr, Tourismus, Reisen, Fluggesellschaften	4,2	5,1
Kosmetik, Toilettenartikel	3,9	4,1
Wasch-, Reinigungsmittel	3,9	3,7
Tabakprodukte	3,5	4,8
Verbände, Parteien, Non-Profit-Organisationen	3,5	4,8
Versorgung: Elektrizität, Gas, Wasser, Abfuhr	2,1	2,1
Gesundheitswesen (Krankenkassen, Spitäler)	2,1	2,1
Andere Konsumgüter	1,6	1,2
<b>Total</b>	<b>192,2</b>	<b>203,3</b>

Zahlen 2010 (N=35 Institute)

Quelle: *vsms Branchenstatistik 2010*

## Entwicklung Umsatzanteile nach Erhebungsmethoden

Methoden in %	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Telefonische Befragungen	65	64	57	56	55	56
Face-to-Face-Befragungen (persönlich-mündlich)	24	23	26	24	22	18
Postalische, schriftliche Befragungen	6	5	5	8	7	5
Online-Befragungen	5	8	11	12	16	21

Quelle: *vsms Branchenstatistik 2010*

## Bruttoinlandprodukt nach Verwendungsarten

in Mio. CHF zu laufenden Preisen

Gliederung	2005	2006	2007	2008	2009 <sup>a</sup>	2010 <sup>a</sup>
<b>Konsumausgaben</b>	<b>332 396</b>	<b>341 599</b>	<b>353 169</b>	<b>367 996</b>	<b>373 353</b>	<b>382 181</b>
Private Haushalte und POoE	278 198	286 376	296 789	308 675	311 366	319 034
Staat	54 198	55 223	56 379	59 322	61 987	63 147
<b>Bruttoinvestitionen</b>	<b>100 195</b>	<b>108 418</b>	<b>114 393</b>	<b>115 355</b>	<b>103 316</b>	<b>105 937</b>
Bruttoanlageinvestitionen	98 197	104 407	112 221	115 181	108 214	115 007
Ausrüstungen	52 392	57 858	64 907	66 071	58 132	62 974
Bau	45 805	46 549	47 313	49 109	50 082	52 033
Vorratsveränderungen <sup>1</sup>	- 439	15	1 253	- 809	- 6 796	- 8 511
Nettozugang an Wertsachen	2 436	3 997	920	983	1 898	- 559
<b>Exporte</b>	<b>227 283</b>	<b>257 516</b>	<b>293 067</b>	<b>307 280</b>	<b>276 887</b>	<b>294 855</b>
Warenexporte	163 468	185 649	207 033	216 997	188 446	204 255
Dienstleistungsexporte	63 815	71 867	86 034	90 283	88 441	90 600
<b>Importe</b>	<b>196 074</b>	<b>216 988</b>	<b>239 528</b>	<b>245 604</b>	<b>217 906</b>	<b>232 403</b>
Warenimporte	160 463	180 584	197 660	201 889	171 730	187 647
Dienstleistungsimporte	35 611	36 404	41 868	43 715	46 176	44 755
<b>Bruttoinlandprodukt zu Marktpreisen</b>	<b>463 799</b>	<b>490 544</b>	<b>521 101</b>	<b>545 028</b>	<b>535 650</b>	<b>550 571</b>

<sup>a</sup> Provisorisch

<sup>1</sup> Inklusiv statistische Fehler

Quelle: Bundesamt für Statistik, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung

## Kaufkraftindikatoren nach Kantonen

### Reines Einkommen der Kantone pro Kopf der ständigen Wohnbevölkerung<sup>1</sup>

Kantone	2007		2008	
	in CHF	Index	in CHF	Index
Zürich	38 940	117	43 639	118
Bern	30 768	93	32 511	88
Luzern	31 041	93	33 584	91
Uri	27 632	83	28 735	78
Schwyz	44 022	132	52 013	141
Obwalden	31 724	95	34 498	93
Nidwalden	42 905	129	46 401	126
Glarus	29 247	88	31 568	85
Zug	49 119	148	59 571	161
Freiburg	30 131	91	31 882	86
Solothurn	32 941	99	35 455	96
Basel-Stadt	34 571	104	40 762	110
Basel-Landschaft	38 087	115	41 230	112
Schaffhausen	30 699	92	33 522	91
Appenzell AR	29 688	89	33 872	92
Appenzell AI	32 395	97	34 567	94
St. Gallen	29 518	89	32 337	88
Graubünden	30 647	92	34 174	93
Aargau	34 375	103	36 607	99
Thurgau	31 138	94	33 760	91
Tessin	30 677	92	34 696	94
Waadt	32 536	98	37 778	102
Wallis	29 273	88	31 935	86
Neuenburg	31 002	93	32 970	89
Genf	33 776	102	42 715	116
Jura	27 877	84	29 573	80
<b>Schweiz</b>	<b>33 259</b>	<b>100</b>	<b>36 937</b>	<b>100</b>

<sup>1</sup> Das Reineinkommen wird durch das Aufrechnen des steuerbaren Einkommens mit den erfassten Sozialbezügen ermittelt. Die Zahlen basieren auf Angaben der Eidgenössischen Steuerverwaltung für natürliche Personen mit Wohnsitz in der Schweiz, welche der direkten Bundessteuer unterliegen.

Quelle: Eidgenössische Steuerverwaltung ESTV, Bundesamt für Statistik ESPOPIAZ Direct AG

## Landesindex der Konsumentenpreise: Bedarfsgruppen

Index: Dezember 2010 = 100 (Jahresmittel)

Bedarfsgruppen	2007	2008	2009	2010
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	99,9	103,0	102,8	101,6
Alkoholische Getränke und Tabak	93,2	95,6	98,2	99,4
Bekleidung und Schuhe	86,5	90,0	92,1	93,2
Wohnen und Energie	93,5	98,0	96,9	99,3
Hausrat und laufende Haushaltsführung	99,0	99,7	100,5	100,1
Gesundheitspflege	100,5	100,3	100,7	100,4
Verkehr	96,9	100,4	97,1	99,4
Nachrichtenübermittlung	109,8	106,7	101,5	100,0
Freizeit und Kultur	102,7	103,3	102,7	100,5
Erziehung und Unterricht	94,8	96,3	97,8	98,9
Restaurants und Hotels	95,4	97,6	99,2	100,1
Sonstige Waren und Dienstleistungen	97,6	98,4	98,9	100,2
<b>Totalindex</b>	<b>97,2</b>	<b>99,5</b>	<b>99,0</b>	<b>99,7</b>

Veränderung zum Vorjahr (Jahresmittel) in %

Bedarfsgruppen	2007	2008	2009	2010
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	0,6	3,1	-0,2	-1,1
Alkoholische Getränke und Tabak	1,9	2,4	2,6	1,2
Bekleidung und Schuhe	0,2	3,5	2,1	1,1
Wohnen und Energie	2,0	4,5	-1,1	2,4
Hausrat und laufende Haushaltsführung	0,3	0,7	0,8	-0,4
Gesundheitspflege	-0,2	-0,2	0,4	-0,2
Verkehr	1,0	3,5	-3,3	2,4
Nachrichtenübermittlung	-3,4	-3,1	-5,2	-1,4
Freizeit und Kultur	-0,5	0,6	-0,6	-2,1
Erziehung und Unterricht	1,5	1,5	1,5	1,2
Restaurants und Hotels	1,3	2,2	1,6	0,8
Sonstige Waren und Dienstleistungen	0,0	0,8	0,5	1,3
<b>Totalindex</b>	<b>0,7</b>	<b>2,3</b>	<b>-0,5</b>	<b>0,7</b>

Quelle: Bundesamt für Statistik

## Landesindex der Konsumentenpreise: Index

### Jahresmittel

Jahr	Total Index Mai 2000 = 100	Total Index Dez. 2005 = 100	Total Index Dez. 2010 = 100	Veränderung in % zum Vorjahr
1994	95,0	90,3	86,6	0,9
1995	96,7	91,9	88,2	1,8
1996	97,5	92,6	88,9	0,8
1997	98,0	93,1	89,4	0,5
1998	98,0	93,1	89,4	0,0
1999	98,8	93,9	90,1	0,8
2000	100,3	95,3	91,5	1,6
2001	101,3	96,3	92,4	1,0
2002	102,0	96,9	93,0	0,6
2003	102,6	97,5	93,6	0,6
2004	103,4	98,3	94,3	0,8
2005	104,7	99,4	95,5	1,2
2006	105,8	100,5	96,5	1,1
2007	106,5	101,2	97,2	0,7
2008	109,1	103,7	99,5	2,4
2009	108,6	103,2	99,0	-0,5
2010	109,4	103,9	99,7	0,7

Quelle: Bundesamt für Statistik

## Verfügbares Einkommen und Ersparnis der privaten Haushalte und POoE<sup>1</sup>

in Mio. CHF zu laufenden Preisen

	2004	2005	2006	2007	2008 <sup>a</sup>	2009 <sup>a</sup>
Verfügbares Bruttoeinkommen	292 162	301 054	313 951	329 379	338 496	342 119
Konsumausgaben	272 333	278 198	286 376	296 789	308 675	311 366
Bruttoersparnis	45 885	50 706	57 160	63 960	62 829	64 334

Ersparnis in % des verfügbaren Einkommens	14,4	15,4	16,6	17,8	16,9	17,1
---	------	------	------	------	------	------

Veränderung gegenüber den Vorjahren in % zu laufenden Preisen

	2004	2005 <sup>a</sup>	2006	2007	2008 <sup>a</sup>	2009 <sup>a</sup>
Verfügbares Bruttoeinkommen	2,8	3,0	4,3	4,9	2,8	1,1
Konsumausgaben	2,4	2,3	2,9	3,6	4,0	0,9
Bruttoersparnis	-0,8	9,4	12,7	11,9	-1,8	2,4

<sup>a</sup> Provisorisch

<sup>a</sup> Revidiert

<sup>1</sup> Private Organisationen ohne Erwerbscharakter im Dienste der Haushalte

Quelle: Bundesamt für Statistik, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung

## Arbeitsstätten und Beschäftigte der Schweiz nach Geschlecht

Wirtschaftszweige	Arbeitsstätten	Beschäftigte		Total
		Männer	Frauen	
A Land- und Forstwirtschaft, Fischerei	62 486	115 290	63 508	178 798
B Bergbau und Gewinnung von Steinen und Erden	332	4 339	493	4 832
C Verarbeitendes Gewerbe/ Herstellung von Waren	36 843	508 286	195 202	703 488
D Energieversorgung	714	19 411	3 963	23 374
E Wasserversorgung, Abwasser- und Abfallentsorgung und -beseitigung	1 523	12 623	2 054	14 677
F Baugewerbe/Bau	38 299	283 733	31 539	315 272
G Handel/Instandhaltung und Reparatur von Motorfahrzeugen	85 234	310 713	310 660	621 373
H Verkehr und Lagerei	16 717	154 398	62 294	216 692
I Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie	28 624	101 246	132 619	233 865
J Information und Kommunikation	15 446	90 436	35 803	126 239
K Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstleistungen	12 675	132 914	96 046	228 960
L Grundstücks- und Wohnungswesen	5 257	14 114	14 897	29 011
M Erbringung von freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleistungen	55 172	179 239	120 058	299 297
N Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstleistungen	16 128	92 277	76 093	168 370
O Öffentliche Verwaltung, Verteidigung/ Sozialversicherung	8 066	91 565	66 557	158 122
P Erziehung und Unterricht	15 588	103 655	149 997	253 652
Q Gesundheits- und Sozialwesen	25 619	112 669	366 259	478 928
R Kunst, Unterhaltung und Erholung	5 590	23 816	22 943	46 759
S Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	21 338	34 165	59 761	93 926
<b>Total</b>	<b>451 651</b>	<b>2 384 889</b>	<b>1 810 746</b>	<b>4 195 635</b>

Quelle: Bundesamt für Statistik, Betriebszählung 2008



## Registrierte Arbeitslose nach Kantonen

	Anzahl					Arbeitslosenquote (in %)				
	2007 <sup>1</sup>	2008 <sup>1</sup>	2009 <sup>1</sup>	2010 <sup>1</sup>	Sep. 2011	2007 <sup>1</sup>	2008 <sup>1</sup>	2009 <sup>1</sup>	2010 <sup>1</sup>	Sep. 2011
<b>Total</b>	<b>109 189</b>	<b>101 725</b>	<b>146 089</b>	<b>151 986</b>	<b>111 344</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>3,9</b>	<b>2,8</b>
Zürich	19 032	17 691	26 815	28 227	20 772	2,6	2,4	3,7	3,9	2,9
Bern	10 424	9 161	13 817	14 491	9 818	2,0	1,8	2,6	2,8	1,9
Luzern	4 010	3 742	5 376	5 136	3 633	2,1	2,0	2,9	2,7	1,9
Uri	185	145	228	249	160	1,1	0,8	1,3	1,4	0,9
Schwyz	1 047	900	1 470	1 651	1 037	1,5	1,3	2,1	2,3	1,5
Obwalden	194	198	287	265	143	1,1	1,1	1,6	1,5	0,8
Nidwalden	246	258	383	355	176	1,2	1,2	1,8	1,7	0,8
Glarus	334	267	500	537	401	1,6	1,3	2,4	2,6	2,0
Zug	1 128	1 033	1 634	1 518	1 160	1,9	1,8	2,8	2,6	2,0
Freiburg	3 376	3 195	4 251	4 039	3 003	2,7	2,5	3,3	3,2	2,4
Solothurn	3 242	3 002	5 125	4 982	3 104	2,4	2,3	3,9	3,8	2,3
Basel-Stadt	3 166	2 929	3 712	3 927	3 249	3,2	3,0	3,8	4,0	3,3
Basel-Landschaft	3 211	3 081	4 644	4 877	3 746	2,3	2,2	3,3	3,5	2,7
Schaffhausen	846	811	1 277	1 264	829	2,2	2,1	3,3	3,2	2,1
Appenzell AR	428	392	599	557	365	1,5	1,4	2,1	2,0	1,3
Appenzell IR	76	65	100	89	79	1,0	0,9	1,3	1,2	1,1
St. Gallen	4 756	4 471	8 053	8 193	5 317	2,0	1,8	3,3	3,4	2,2
Graubünden	1 405	1 300	1 811	1 739	1 286	1,4	1,3	1,8	1,7	1,3
Aargau	7 218	7 026	10 374	10 922	8 320	2,4	2,3	3,4	3,6	2,7
Thurgau	2 427	2 403	3 969	4 059	2 509	2,0	1,9	3,2	3,3	2,0
Tessin	6 513	6 097	7 242	7 593	5 941	4,4	4,1	4,9	5,1	4,0
Waadt	13 673	12 867	17 063	18 536	15 648	4,1	3,9	5,1	5,6	4,7
Wallis	4 379	4 266	5 685	5 940	4 149	3,2	3,1	4,1	4,3	3,0
Neuenburg	2 941	2 872	5 001	5 504	3 761	3,4	3,3	5,8	6,4	4,4
Genf	13 793	12 510	14 887	15 505	11 700	6,3	5,7	6,8	7,0	5,3
Jura	1 139	1 044	1 786	1 831	1 038	3,3	3,1	5,2	5,4	3,0

## Registrierte Arbeitslose nach Altersklassen

Arbeitslosenquote (in %)	Arbeitslosenquote (in %)							Sep. 2011
	2005 <sup>1</sup>	2006 <sup>1</sup>	2007 <sup>1</sup>	2008 <sup>1</sup>	2009 <sup>1</sup>	2010 <sup>1</sup>		
<b>Total</b>	<b>3,8</b>	<b>3,3</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>	<b>3,7</b>	<b>3,9</b>	<b>2,8</b>	
15–19 Jahre	3,4	3,0	2,3	2,0	2,8	2,7	2,4	
20–24 Jahre	6,1	5,1	3,9	3,5	5,7	5,5	3,8	
25–29 Jahre	4,7	4,1	3,4	3,2	4,9	4,9	3,3	
30–34 Jahre	3,8	3,3	2,7	2,6	3,7	3,9	2,8	
35–39 Jahre	3,5	3,0	2,5	2,3	3,2	3,3	2,4	
40–44 Jahre	3,6	3,2	2,7	2,5	3,5	3,6	2,6	
45–49 Jahre	3,3	3,0	2,6	2,5	3,6	3,9	2,9	
50–54 Jahre	2,8	2,6	2,2	2,1	3,0	3,3	2,5	
55–59 Jahre	3,0	2,8	2,4	2,2	2,9	3,2	2,5	
60 und älter	3,6	3,6	3,2	2,8	3,5	4,1	3,4	

<sup>1</sup> Jahresdurchschnitt

Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

## Langzeitarbeitslose (&gt; 1 Jahr)

	Anzahl				Anteil am Total der Arbeitslosen (in %)			
	2008 <sup>1</sup>	2009 <sup>1</sup>	2010 <sup>1</sup>	Sep. 2011	2008	2009	2010	Sep. 2011
<b>Total</b>	<b>15 731</b>	<b>19 169</b>	<b>32 512</b>	<b>21 116</b>	<b>15,5</b>	<b>13,1</b>	<b>21,4</b>	<b>19,0</b>
Deutsche Schweiz	6 969	9 117	17 147	10 386	11,8	10,1	18,4	15,7
Westschweiz und Tessin	8 763	10 051	15 366	10 730	20,4	18,0	26,1	23,7
Frauen	7 640	8 812	14 277	9 776	15,8	13,8	21,0	18,1
Männer	8 091	10 356	18 236	11 340	15,1	12,6	21,7	19,8
Schweizer	8 989	10 468	17 937	12 023	15,8	12,8	21,0	18,9
Ausländer	6 742	8 701	14 575	9 093	15,1	13,6	21,9	19,0
15–24 Jahre	753	1 053	2 065	606	4,6	4,1	8,5	3,4
25–49 Jahre	8 488	10 895	19 221	11 419	13,5	12,1	20,5	17,0
50 und mehr	6 491	7 221	11 226	9 091	28,7	23,8	32,9	34,4

<sup>1</sup> Jahresdurchschnitt

Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

## Bezüger der Arbeitslosenversicherung

Bezüger	Anzahl			Veränderung in % gegenüber Vorjahr		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010
<b>Bezüger</b>						
<b>Total</b>	<b>244 030</b>	<b>302 826</b>	<b>322 684</b>	– 6,6	24,1	6,6
Männer	127 710	166 758	176 097	– 4,7	30,6	5,6
Frauen	116 320	136 068	146 587	– 8,7	17,0	7,7
<b>Bezugstage in Mio.<sup>1</sup></b>						
<b>Total</b>	<b>21,5</b>	<b>30,3</b>	<b>32,9</b>	– 8,3	40,6	8,5
Männer	11,0	16,7	17,9	– 6,5	51,1	7,1
Frauen	10,5	13,6	15,0	– 10,2	29,6	10,2
<b>Durchschnittliche Bezugsdauer je Bezüger in Tagen</b>						
<b>Total</b>	<b>88</b>	<b>100</b>	<b>102</b>	– 2,2	13,6	2,0
Männer	86	100	102	– 2,3	16,3	2,0
Frauen	90	100	102	– 2,2	11,1	2,0
<b>Durchschnittliche Auszahlungen je Bezüger in CHF<sup>2</sup></b>						
<b>Total</b>	<b>11 515</b>	<b>13 739</b>	<b>14 289</b>	0,8	19,3	4,0
Männer	12 924	15 531	16 197	0,4	20,2	4,3
Frauen	9 968	11 544	11 998	0,7	15,8	3,9
<b>Durchschnittliche Auszahlungen je Bezugstag und Bezüger in CHF</b>						
<b>Total</b>	<b>130</b>	<b>137</b>	<b>140</b>	2,4	5,4	2,4
Männer	149	155	159	2,1	4,0	2,9
Frauen	110	115	117	1,9	4,5	2,0

<sup>1</sup> Inklusive Einstelltage<sup>2</sup> Nettoauszahlung: Taggelder + Zulagen – Abzüge

Quelle: Staatssekretariat für Wirtschaft SECO

## Erwerbstätige nach Aufenthaltsstatus und Geschlecht

Jahresdurchschnittswerte in 1000 Personen

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Männer + Frauen</b>						
Schweizer/innen	3 172	3 227	3 289	3 331	3 334	3 339
Ausländer/innen	1 063	1 101	1 151	1 205	1 234	1 249
Davon:						
Niedergelassene	575	573	585	604	610	624
Aufenthalter/innen	239	262	279	316	339	334
Saisonniers	–	–	–	–	–	0
Grenzgänger/innen <sup>1</sup>	176	186	203	214	220	229
Kurzaufenthalter/innen	55	62	65	50	46	45
Übrige Ausländer/innen <sup>2</sup>	18	18	20	21	19	17
<b>Total</b>	<b>4 234</b>	<b>4 328</b>	<b>4 440</b>	<b>4 536</b>	<b>4 568</b>	<b>4 588</b>
<b>Männer</b>						
Schweizer	1 696	1 720	1 754	1 763	1 748	1 762
Ausländer	651	675	707	733	749	762
Davon:						
Niedergelassene	345	344	350	357	359	375
Aufenthalter	141	155	168	189	204	197
Saisonniers	–	–	–	–	–	–
Grenzgänger <sup>1</sup>	113	120	130	137	141	147
Kurzaufenthalter	38	44	45	35	32	31
Übrige Ausländer <sup>2</sup>	13	13	14	15	13	12
<b>Total</b>	<b>2 347</b>	<b>2 396</b>	<b>2 461</b>	<b>2 496</b>	<b>2 497</b>	<b>2 523</b>
<b>Frauen</b>						
Schweizerinnen	1 476	1 507	1 535	1 568	1 586	1 577
Ausländerinnen	412	425	444	472	485	488
Davon:						
Niedergelassene	229	229	235	246	251	250
Aufenthalterinnen	98	107	111	127	135	137
Saisonniers	–	–	–	–	–	–
Grenzgängerinnen <sup>1</sup>	62	66	73	77	79	82
Kurzaufenthalterinnen	17	19	19	15	14	14
Übrige Ausländerinnen <sup>2</sup>	5	5	6	6	6	5
<b>Total</b>	<b>1 888</b>	<b>1 932</b>	<b>1 979</b>	<b>2 040</b>	<b>2 071</b>	<b>2 065</b>

<sup>1</sup> Ab dem 2. Quartal 2002 gemäss Grenzgängerstatistik (vorige Quartale: Zentrales Ausländerregister)

<sup>2</sup> Personen im Asylprozess, Personal der Schweizer Botschaften, Konsulate und Hochseeflotte, EU-/EFTA-Staatsangehörige, die während maximal 90 Tagen pro Kalenderjahr einer unselbständigen Erwerbstätigkeit bei einem Schweizer Arbeitgeber nachgehen (ab Juni 2004)

Quelle: Bundesamt für Statistik, Erwerbstätigenstatistik (ETS)

## Die grössten Unternehmen in der Schweiz 2010

Rang	Unternehmen	Konsolid. Umsatz 2010 Mio. CHF	Veränderung in %	Auslandanteil Umsatz 2010 in %	Anzahl Beschäftigte 2010
1	Glencore International, Baar	144 978,0	36,3	–	54 800
2	Nestlé SA, Vevey	109 722,0	2,0	98	281 000
3	Trafigura AG, Luzern	79 200,0	52,2	–	4 000
4	Novartis AG, Basel	52 682,0	9,8	79	119 418
5	Roche Holding AG, Basel	47 473,0	– 3,2	–	80 653
6	ABB Ltd, Zürich	31 589,0	– 0,6	–	116 500
7	Xstrata (Schweiz) AG, Zug	30 499,0	22,0	–	–
8	Mercurya Energie Trading, Genève	28 297,0	47,3	89	191
9	Migros, Zürich	25 040,0	0,4	–	61 783
10	Adecco SA, Chésereux	24 252,8	26,1	–	32 000
11	Cargill International SA, Genève	22 000,0	–26,7	–	–
12	Holcim Ltd, Jona	21 653,0	2,5	97	80 310
13	Petroplus Holdings AG, Zug	20 735,0	40,1	–	2 575
14	Kühne + Nagel International, Schindellegi	20 261,0	16,4	–	57 536
15	Coop, Basel	18 965,0	1,6	–	43 925
16	Alpiq Holding AG, Neuchâtel	14 104,0	– 4,8	18	11 443
17	Tetra Pak International SA, Pully	13 500,0	–	–	–
18	Swisscom AG, Worblauen	11 988,0	– 0,1	–	19 547
19	Syngenta AG, Basel	11 641,0	5,9	–	26 179
20	DKSH Holding AG, Zürich	9 976,0	19,0	–	22 500
21	Liebherr International, Bulle	9 863,1	– 4,8	–	32 979
22	Transocean AG, Zug	9 576,0	–24,7	–	18 050
23	Richemont, Bellevue	8 959,6	33,2	–	21 387
24	Die Schweizerische Post, Bern	8 736,0	2,1	–	45 129
25	Panalpina Welttransport, Basel	8 675,8	18,2	96	14 136
26	Schindler Holding AG, Hergiswil	8 187,0	– 1,1	90	43 010
27	SBB, Bern	7 842,0	– 0,1	–	28 143
28	Clariant AG, Muttenz	7 120,0	7,7	–	16 176
29	Globus Travel Services SA, Montagnola	6 500,0	–	–	–
30	Axpo Holding AG, Baden	6 269,0	–17,0	57	4 459
31	The Swatch Group SA, Biel	6 108,0	18,8	–	25 197
32	fenaco Genossenschaft, Bern	5 449,0	0,9	–	8 453
33	Cereal Holding AG, Zürich	5 426,0	8,8	21	8 071
34	Barry Callebaut AG, Zürich	5 213,0	6,8	99	7 550
35	Swiss International Air Lines AG, Basel	4 774,0	9,4	–	7 506
36	SGS SA, Genève	4 757,0	1,0	–	63 224
37	Pargesa Holding SA, Genève	4 625,4	10,4	–	7
38	Sika AG, Baar	4 416,0	6,3	–	13 482
39	Kolmar Group AG, Zug	4 407,6	–	–	141
40	AMAG Gruppe, Zürich	4 270,0	9,3	–	4 402
41	Givaudan SA, Vernier	4 239,0	7,1	–	8 618
42	Also-Actebis Holding AG, Hergiswil	4 213,6	– 4,5	–	1 479
43	Omya AG, Oftringen	4 200,0	–	–	–
44	Nycomed Pharma AG, Dübendorf	4 121,0	–13,8	–	12 506
45	Schmolz & Bickenbach, Emmenbrücke	4 055,1	33,5	98	10 000
46	Hilti AG, Schaan	4 017,5	2,8	97	20 305
47	Alstom (Schweiz) AG, Baden	4 000,0	–	–	–
48	Kuoni Reisen Holding AG, Zürich	3 983,6	2,3	–	8 722
49	Aryzta AG, Zürich	3 913,0	–17,7	–	–
50	Roxel SA, Les Acacias	3 800,0	–	–	6 500

Quelle: Dun & Bradstreet (Schweiz), Handelszeitung

Die grössten Unternehmen in der Schweiz; Detailinformationen siehe Originalquelle

## Immatrikulation von neuen Personenwagen (CH + FL)

Marken	2010	2009	Veränderung in % zum Vorjahr
Alfa Romeo	3 901	3 136	24,4
Aston Martin	211	191	10,5
Audi	16 910	16 793	0,7
BMW	16 061	14 288	12,4
BMW Alpina	18	36	- 50,0
Chevrolet	2 957	2 158	37,0
Chrysler	572	412	38,8
Citroën	13 232	11 458	15,5
Dacia	4 966	2 177	128,1
Daihatsu	2 031	2 291	- 11,3
Dodge	900	1 114	- 19,2
Fiat	11 108	11 424	- 2,8
Ford	15 967	14 535	9,9
Honda	7 068	8 289	- 14,7
Hyundai	6 249	5 761	8,5
Jaguar/Daimler	612	734	- 16,6
Jeep	975	826	18,0
Kia	3 322	2 890	14,9
Lancia	836	1 102	- 24,1
Land-Rover	1 488	1 233	20,7
Lexus	898	971	- 7,5
Maserati	204	239	- 14,6
Mazda	7 882	8 207	- 4,0

## Immatrikulation von neuen Personenwagen (CH + FL)

Marken	2010	2009	Veränderung in % zum Vorjahr
Mercedes	12 198	11 706	4,2
MINI	3 791	3 647	3,9
Mitsubishi	4 660	3 785	23,1
Nissan	7 902	5 921	33,5
Opel	16 305	14 091	15,7
Peugeot	15 019	11 806	27,2
Porsche	1 843	1 320	39,6
Renault	17 046	15 052	13,2
Saab	628	714	- 12,0
Seat	7 788	6 378	22,1
Skoda	14 388	11 611	23,9
Smart	2 264	2 342	- 3,3
Subaru	8 376	8 408	- 0,4
Suzuki	7 391	6 777	9,1
Toyota	13 735	13 955	-1,6
Volkswagen	33 839	29 487	14,8
Volvo	6 973	7 128	- 2,2
Diverse Marken	1 725	1 625	6,2
<b>Total</b>	<b>294 239</b>	<b>266 018</b>	<b>10,6</b>
davon 4x4	81 954	69 116	18,6
davon Alternativ-Antrieb	5 456	5 551	- 1,7
davon DIESEL	89 467	78 290	14,3

Quelle: auto-schweiz/ASTRA/MOFIS

## Haushaltsausgaben in Prozent sämtlicher Haushalte

	2006–2008 <sup>1</sup>	2006	2007	2008	2009
<b>Haushaltszusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus (Prozentverteilung: 100% = alle Personen)</b>					
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	7,9	7,9	8,0	7,8
Unselbstständigerwerbende	46,4	44,9	46,3	48,2	47,6
Rentner	16,8	17,3	16,8	16,4	17,3
Personen in Ausbildung	4,7	5,0	4,7	4,3	3,8
Anderer <sup>3</sup>	7,5	8,1	7,8	6,9	7,5
Kinder unter 15 Jahre	16,5	16,9	16,5	16,1	16,1

Ausgabenstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)

<b>Obligatorische Transferausgaben</b>	<b>26,7</b>	<b>26,5</b>	<b>26,8</b>	<b>26,8</b>	<b>26,9</b>
Sozialversicherungsbeiträge	9,4	9,3	9,4	9,7	9,6
Steuern	11,8	11,6	12,0	11,7	12,0
Krankenkassen: Grundversicherung	5,5	5,6	5,4	5,4	5,3
<b>Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,3</b>	<b>2,1</b>	<b>2,2</b>
<b>Übrige Transferausgaben<sup>4</sup></b>	<b>6,1</b>	<b>6,2</b>	<b>6,4</b>	<b>5,8</b>	<b>6,1</b>
<b>Konsumausgaben</b>	<b>59,2</b>	<b>60,1</b>	<b>59,2</b>	<b>58,3</b>	<b>57,4</b>
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	7,2	7,3	7,0	7,2	7,0
Alkoholische Getränke und Tabakwaren	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1
Gast- und Beherbergungsstätten	5,9	6,0	5,9	5,7	5,8
Bekleidung und Schuhe	2,6	2,6	2,6	2,5	2,4
Wohnen und Energie	16,0	16,0	15,7	16,2	16,0
Wohnungseinrichtung und laufende Haushaltsführung	3,1	3,1	3,3	2,9	3,0
Gesundheitsausgaben	2,9	3,1	3,1	2,6	2,9
Verkehr	8,2	8,3	8,1	8,2	7,7
Nachrichtenübermittlung	1,9	2,0	1,9	1,9	1,9
Unterhaltung, Erholung und Kultur	7,2	7,3	7,3	6,9	6,7
Anderer Waren und Dienstleistungen	3,1	3,0	3,2	3,1	2,9
Sporadische Einkommen <sup>5</sup>	- 4,5	- 4,7	- 4,3	- 4,5	- 4,8
<b>Haushaltsausgaben<sup>6</sup></b>	<b>89,8</b>	<b>90,1</b>	<b>90,4</b>	<b>88,7</b>	<b>87,6</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/Hausmänner und andere

<sup>4</sup> Krankenkassen: Zusatzversicherungen, übrige Versicherungsprämien, Gebühren, Spenden, gemachte Geschenke und Einladungen

<sup>5</sup> Die sporadischen Einkommen (erhaltene Geschenke, Verkäufe und Rückerstattungen) werden nicht in die Berechnung des Bruttoeinkommens einbezogen.

<sup>6</sup> Differenzbetrag vom Bruttoeinkommen abzüglich Sparbetrag

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltsausgaben in Prozent nach Altersklasse der Referenzperson 2006–2008\*

Altersklassen der Referenzperson<sup>7</sup>

	Sämtliche Haushalte	Bis 34 Jahre	35–44 Jahre	45–54 Jahre	55–64 Jahre	65–74 Jahre	Ab 75 Jahre
<b>Haushaltszusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus und Alter (Prozentverteilung: 100% = alle Personen)</b>							
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	4,2	8,1	9,5	12,8	6,9	2,1
Unselbstständigerwerbende	46,4	67,3	45,9	54,3	52,0	11,0	3,1
Rentner	16,8	0,8	1,1	2,4	15,9	78,0	93,8
Personen in Ausbildung	4,7	2,6	2,8	11,1	5,0	0,5	0,2
Andere <sup>3</sup>	7,5	7,6	7,8	7,8	12,1	3,3	0,8
Kinder unter 15 Jahre	16,5	17,5	34,4	14,9	2,2	0,3	0,0

Ausgabenstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)

<b>Obligatorische Transferausgaben</b>	<b>26,7</b>	<b>24,2</b>	<b>26,2</b>	<b>27,9</b>	<b>29,8</b>	<b>24,4</b>	<b>25,5</b>
Sozialversicherungsbeiträge	9,4	10,7	11,2	11,4	10,8	0,8	( )
Steuern	11,8	8,8	10,0	11,5	13,6	15,6	17,0
Krankenkassen: Grundversicherung	5,5	4,7	4,9	5,0	5,4	7,9	8,4
<b>Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte</b>	<b>2,2</b>	<b>0,5</b>	<b>1,9</b>	<b>2,7</b>	<b>3,1</b>	<b>2,2</b>	<b>3,1</b>
<b>Übrige Transferausgaben<sup>4</sup></b>	<b>6,1</b>	<b>4,8</b>	<b>5,1</b>	<b>5,7</b>	<b>6,9</b>	<b>9,1</b>	<b>9,2</b>
<b>Konsumausgaben</b>	<b>59,2</b>	<b>59,6</b>	<b>59,5</b>	<b>56,2</b>	<b>56,3</b>	<b>69,7</b>	<b>61,9</b>
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	7,2	5,7	7,0	7,2	7,1	9,5	8,7
Alkoholische Getränke und Tabakwaren	1,2	1,0	1,0	1,1	1,4	1,6	1,0
Gast- und Beherbergungsstätten	5,9	7,3	6,1	5,5	5,4	5,4	4,6
Bekleidung und Schuhe	2,6	2,7	2,8	2,6	2,4	2,4	2,0
Wohnen und Energie	16,0	16,8	16,0	14,0	14,8	19,6	20,0
Wohnungseinrichtung und laufende Haushaltsführung	3,1	2,8	3,2	3,0	3,2	3,7	3,1
Gesundheitsausgaben	2,9	1,6	2,2	2,5	2,9	5,8	6,3
Verkehr	8,2	9,6	8,6	7,9	7,9	7,9	5,0
Nachrichtenübermittlung	1,9	2,4	2,0	1,9	1,7	1,8	1,4
Unterhaltung, Erholung und Kultur	7,2	6,8	7,4	7,1	6,8	8,9	6,3
Andere Waren und Dienstleistungen	3,1	3,0	3,2	3,1	2,8	3,1	3,6
<b>Sporadische Einkommen<sup>5</sup></b>	<b>-4,5</b>	<b>-4,2</b>	<b>-4,3</b>	<b>-4,5</b>	<b>-4,1</b>	<b>-5,8</b>	<b>5,4</b>
<b>Haushaltsausgaben<sup>6</sup></b>	<b>89,8</b>	<b>84,9</b>	<b>88,5</b>	<b>88,0</b>	<b>91,9</b>	<b>99,5</b>	<b>94,2</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusiv Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/Hausmänner und andere

<sup>4</sup> Krankenkassen: Zusatzversicherungen, übrige Versicherungsprämien, Gebühren, Spenden, gemachte Geschenke und Einladungen

<sup>5</sup> Die sporadischen Einkommen (erhaltene Geschenke, Verkäufe und Rückerstattungen) werden nicht in die Berechnung des Bruttoeinkommens einbezogen.

<sup>6</sup> Differenzbetrag vom Bruttoeinkommen abzüglich Sparbetrag

<sup>7</sup> Die Referenzperson ist dasjenige Haushaltsmitglied, das am meisten zum Gesamteinkommen des Haushalts beiträgt.

( ) Zuwenig Beobachtungen, um Ergebnis zu publizieren.

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)



## Haushaltsausgaben in Prozent nach Sprachregion 2006–2008\*

	Sprachregion			
	Sämtliche Haushalte	Deutsche und rätoromanische Schweiz	Französische Schweiz	Italienische Schweiz
<b>Haushaltszusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus (Prozentverteilung: 100% = alle Personen)</b>				
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	8,7	5,7	8,1
Unselbstständigerwerbende	46,4	48,0	43,0	39,5
Rentner	16,8	16,6	17,2	19,3
Personen in Ausbildung	4,7	3,9	7,1	5,1
Anderer <sup>3</sup>	7,5	6,8	8,9	11,7
Kinder unter 15 Jahren	16,5	16,0	18,2	16,3
<b>Ausgabenstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)</b>				
<b>Obligatorische Transferausgaben</b>	<b>26,7</b>	<b>25,9</b>	<b>29,7</b>	<b>24,9</b>
Sozialversicherungsbeiträge	9,4	9,5	9,5	9,2
Steuern	11,8	11,3	13,7	8,3
Krankenkassen: Grundversicherung	5,5	5,1	6,5	7,4
<b>Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>2,2</b>	<b>1,8</b>
<b>Übrige Transferausgaben<sup>4</sup></b>	<b>6,1</b>	<b>6,0</b>	<b>6,4</b>	<b>6,9</b>
<b>Konsumausgaben</b>	<b>59,2</b>	<b>58,6</b>	<b>60,7</b>	<b>61,8</b>
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	7,2	6,9	8,0	8,7
Alkoholische Getränke und Tabakwaren	1,2	1,1	1,3	1,2
Gast- und Beherbergungsstätten	5,9	6,0	5,6	5,5
Bekleidung und Schuhe	2,6	2,6	2,6	3,4
Wohnen und Energie	16,0	16,0	16,1	15,8
Wohnungseinrichtung und laufende Haushaltsführung	3,1	3,0	3,3	3,4
Gesundheitsausgaben	2,9	2,8	3,2	2,9
Verkehr	8,2	8,0	8,3	9,5
Nachrichtenübermittlung	1,9	1,8	2,2	2,3
Unterhaltung, Erholung und Kultur	7,2	7,2	7,1	6,4
Anderer Waren und Dienstleistungen	3,1	3,1	3,0	2,7
Sporadische Einkommen <sup>5</sup>	-4,5	-4,3	-4,9	-5,3
<b>Haushaltsausgaben<sup>6</sup></b>	<b>89,8</b>	<b>88,4</b>	<b>94,1</b>	<b>90,1</b>

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009–2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/Hausmänner und andere

<sup>4</sup> Krankenkassen: Zusatzversicherungen, übrige Versicherungsprämien, Gebühren, Spenden, gemachte Geschenke und Einladungen

<sup>5</sup> Die sporadischen Einkommen (erhaltene Geschenke, Verkäufe und Rückerstattungen) werden nicht in die Berechnung des Bruttoeinkommens einbezogen.

<sup>6</sup> Differenzbetrag vom Bruttoeinkommen abzüglich Sparbetrag

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Haushaltsausgaben in Prozent nach Grossregion 2006–2008\*

	Grossregion <sup>7</sup>								
	Sämtliche Haushalte	Genferseeregion	Espace Mittelland	Nordwestschweiz	Zürich	Ostschweiz	Zentral-schweiz	Tessin	
<b>Haushaltszusammensetzung<sup>1</sup> nach Erwerbsstatus (Prozentverteilung: 100% = alle Personen)</b>									
Selbstständigerwerbende <sup>2</sup>	8,0	5,5	8,2	8,9	7,8	9,2	9,4	8,4	
Unselbstständigerwerbende	46,4	42,6	47,6	47,5	48,8	47,4	47,2	39,4	
Rentner	16,8	17,1	17,0	17,2	17,3	14,7	16,4	19,2	
Personen in Ausbildung	4,7	7,3	4,5	4,1	3,6	3,8	4,4	5,3	
Andere <sup>3</sup>	7,5	9,3	6,8	7,3	6,8	7,1	6,3	11,5	
Kinder unter 15 Jahren	16,5	18,3	16,0	15,0	15,7	17,8	16,3	16,2	
<b>Ausgabenstruktur<sup>1</sup> (Prozentverteilung: 100% = Bruttoeinkommen)</b>									
Obligatorische Transferausgaben	26,7	29,6	28,3	26,5	24,2	26,3	24,3	25,0	
Sozialversicherungsbeiträge	9,4	9,4	9,7	9,2	9,3	9,8	9,3	9,2	
Steuern	11,8	13,8	12,8	12,1	10,2	11,4	10,3	8,4	
Krankenkassen: Grundversicherung	5,5	6,5	5,8	5,2	4,8	5,1	4,7	7,4	
Monetäre Transferausgaben an andere Haushalte	2,2	2,2	2,2	2,5	2,3	1,8	2,4	1,8	
Übrige Transferausgaben <sup>4</sup>	6,1	6,4	6,5	6,0	5,8	6,0	6,1	6,9	
Konsumausgaben	59,2	61,1	58,5	58,0	60,2	56,9	59,0	61,6	
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	7,2	7,8	7,7	6,6	6,4	7,3	6,9	8,6	
Alkoholische Getränke und Tabakwaren	1,2	1,2	1,2	1,1	1,1	1,1	1,1	1,2	
Gast- und Beherbergungstätten	5,9	5,8	5,6	5,9	6,3	5,6	6,3	5,5	
Bekleidung und Schuhe	2,6	2,6	2,4	2,4	2,7	2,7	2,7	3,4	
Wohnen und Energie	16,0	16,2	15,5	15,8	17,0	15,2	16,4	15,8	
Wohnungseinrichtung und laufende Haushaltsführung	3,1	3,3	3,3	2,9	3,0	2,9	3,1	3,4	
Gesundheitsausgaben	2,9	3,3	3,0	3,0	2,9	2,4	2,5	2,9	
Verkehr	8,2	8,4	7,7	8,2	8,3	8,1	8,0	9,4	
Nachrichtenübermittlung	1,9	2,2	2,0	1,8	1,9	1,9	1,8	2,3	
Unterhaltung, Erholung und Kultur	7,2	7,1	7,4	7,1	7,4	6,8	7,2	6,5	
Andere Waren und Dienstleistungen	3,1	3,1	2,9	3,2	3,3	3,0	3,0	2,8	
Sporadische Einkommen <sup>5</sup>	-4,5	-5,2	-4,1	-3,8	-4,9	-3,5	-5,5	-5,4	
<b>Haushaltsausgaben<sup>6</sup></b>	<b>89,8</b>	<b>94,0</b>	<b>91,5</b>	<b>89,1</b>	<b>87,7</b>	<b>87,4</b>	<b>86,3</b>	<b>89,8</b>	

\* Dreijahreswerte werden erst wieder für die Jahre 2009-2011 publiziert.

<sup>1</sup> Wegen Rundungsdifferenzen können aufaddierte Werte leicht vom Total abweichen.

<sup>2</sup> Inklusive Landwirte

<sup>3</sup> Erwerbslose, Hausfrauen/Hausmänner und andere

<sup>4</sup> Krankenkassen: Zusatzversicherungen, übrige Versicherungsprämien, Gebühren, Spenden, gemachte Geschenke und Einladungen

<sup>5</sup> Die sporadischen Einkommen (erhaltene Geschenke, Verkäufe und Rückerstattungen) werden nicht in die Berechnung des Bruttoeinkommens einbezogen.

<sup>6</sup> Differenzbetrag vom Bruttoeinkommen abzüglich Sparbetrag

<sup>7</sup> Genferseeregion: GE, VS und VD; Espace Mittelland: BE, FR, JU, NE und SO; Nordwestschweiz: AG, BL und BS; Zürich: ZH; Ostschweiz: AR, AI, GL, GR, SG, SH und TG; Zentralschweiz: LU, NW, OW, SZ, UR und ZG; Tessin: TI

Quelle: Bundesamt für Statistik, Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

## Gesamtwirtschaftliche Ausgaben der Haushalte für den Endkonsum

in Mio. CHF zu laufenden Preisen

Gliederung des Konsums	2004	2005 <sup>o</sup>	2006 <sup>o</sup>	2007 <sup>o</sup>	2008 <sup>o</sup>	2009 <sup>o</sup>
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	28 123	28 732	29 372	29 886	31 449	32 077
Alkoholische Getränke und Tabakwaren	9 431	9 460	9 526	9 642	10 105	10 269
Bekleidung und Schuhe	10 261	10 696	10 889	11 510	11 515	11 290
Wohnung, Wasser, Strom, Gas und sonstige Brennstoffe	61 417	63 364	65 460	67 464	70 761	72 646
Möbel, Innenausstattung, Haushaltsgeräte und -gegenstände, laufende Haushaltsführung	11 969	12 223	12 461	12 950	13 897	14 187
Gesundheitspflege	39 095	40 046	40 503	42 284	44 292	46 161
Verkehr	20 516	21 500	22 312	23 032	23 833	22 560
Nachrichtenübermittlung	6 951	7 339	7 610	7 790	7 771	7 553
Freizeit und Kultur	22 408	22 638	22 586	23 191	23 596	24 337
Unterrichtswesen	1 385	1 402	1 422	1 520	1 544	1 616
Restaurants und Hotels	21 282	21 424	22 241	22 442	22 718	23 018
Sonstige Waren und Dienstleistungen	30 236	30 096	32 293	35 058	36 628	34 485
<b>Total</b>	<b>263 075</b>	<b>268 922</b>	<b>276 674</b>	<b>286 770</b>	<b>298 109</b>	<b>300 201</b>

<sup>o</sup> Definitiv<sup>p</sup> Provisorisch

Veränderung gegenüber dem Vorjahr in % zu laufenden Preisen

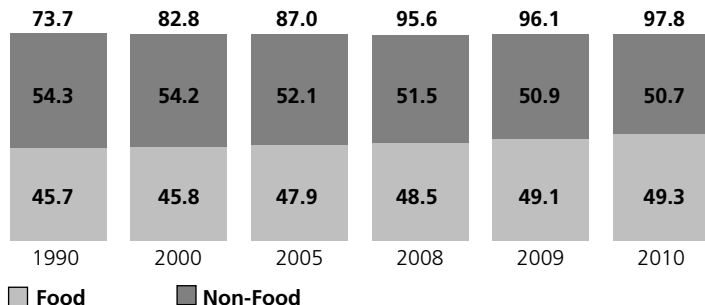
Gliederung des Konsums	2004	2005 <sup>o</sup>	2006 <sup>o</sup>	2007 <sup>o</sup>	2008 <sup>o</sup>	2009 <sup>o</sup>
Nahrungsmittel und alkoholfreie Getränke	0,3	2,2	2,2	1,8	5,2	2,0
Alkoholische Getränke und Tabakwaren	-1,2	0,3	0,7	1,2	4,8	1,6
Bekleidung und Schuhe	-0,1	4,2	1,8	5,7	0,0	-2,0
Wohnung, Wasser, Strom, Gas und sonstige Brennstoffe	2,6	3,2	3,3	3,1	4,9	2,7
Möbel, Innenausstattung, Haushaltsgeräte und -gegenstände, laufende Haushaltsführung	1,7	2,1	1,9	3,9	7,3	2,1
Gesundheitspflege	4,9	2,4	1,1	4,4	4,8	4,2
Verkehr	2,9	4,8	3,8	3,2	3,5	-5,3
Nachrichtenübermittlung	7,1	5,6	3,7	2,4	-0,2	-2,8
Freizeit und Kultur	1,0	1,0	-0,2	2,7	1,7	3,1
Unterrichtswesen	7,6	1,3	1,4	6,9	1,6	4,7
Restaurants und Hotels	4,4	0,7	3,8	0,9	1,2	1,3
Sonstige Waren und Dienstleistungen	1,2	-0,5	7,3	8,6	4,5	-5,8
<b>Total</b>	<b>2,4</b>	<b>2,2</b>	<b>2,9</b>	<b>3,6</b>	<b>4,0</b>	<b>0,7</b>

<sup>o</sup> Definitiv<sup>p</sup> Provisorisch

Quelle: Bundesamt für Statistik, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung

## Detailhandelsumsätze Schweiz

Entwicklung 1990–2010 in Mrd. Franken (ohne Motorfahrzeuge, Brenn- und Treibstoffe)



Quelle: BAK, Basel – Berechnung vom Februar 2011, saisonbereinigt, nominell zu laufenden Preisen.

## Kennzahlen von Einkaufszentren

Die 10 grössten Einkaufszentren im Jahr 2010

Einkaufszentrum	Umsatz in Mio. CHF
1 Einkaufszentrum Glatt, Glattzentrum	669
2 Airport Shopping & Airside Center, Flughafen Zürich	510
3 Centre Balexert, Genève	458
4 Shoppi Tivoli, Spreitenbach	419
5 ShopVille-RailCity Zürich, Zürich	403
6 Sihlcity, Zürich	372
7 Shoppyländ, Schönbühl	323
8 Emmen Center, Emmenbrücke	274
9 Seedamm-Center, Pfäffikon	267
10 Centro Lugano Sud, Grancia	240

Quelle: Detailhandel Schweiz 2011

Ausführliche Informationen über den Schweizer Handel finden Sie in der Dokumentation «Detailhandel Schweiz 2011». Auf über 400 Seiten finden Sie Kennzahlen und Hintergrundinformationen wie Umsätze, Flächen, Verkaufsstellen von allen wichtigen Organisationen des Schweizer Detail- und Fachhandels.

Bezugspreis der Dokumentation inkl. Übersichtsposter: CHF 680.–

Bestellen können Sie die Dokumentation via Online-Shop: [www.detailhandel-schweiz.ch](http://www.detailhandel-schweiz.ch) oder per E-Mail: [detailhandel@gfk.com](mailto:detailhandel@gfk.com).

## Publikums-Apotheken und Drogerien nach Kantonen

Apotheken			Drogerien		
Kanton	Anzahl Apotheken	Einwohner* pro Apotheke	Kanton	Anzahl Drogerien	Einwohner* pro Drogerie
Aargau	114	5 364	Aargau	50	12 229
Appenzell AR	6	8 836	Appenzell AR	9	5 891
Appenzell AI	1	15 688	Appenzell AI	2	7 844
Basel-Landschaft	38	7 221	Basel-Landschaft	16	17 150
Basel-Stadt	70	2 642	Basel-Stadt	20	9 248
Bern	172	5 697	Bern	109	8 989
Freiburg	70	3 978	Freiburg	13	21 423
Genf	175	2 616	Genf	6	76 286
Glarus	2	19 304	Glarus	7	5 515
Graubünden	42	4 586	Graubünden	32	6 019
Jura	20	3 502	Jura	5	14 006
Luzern	34	11 106	Luzern	43	8 782
Neuenburg	58	2 967	Neuenburg	5	34 417
Nidwalden	2	20 512	Nidwalden	5	8 205
Obwalden	3	11 862	Obwalden	4	8 896
Schaffhausen	13	5 874	Schaffhausen	7	10 908
Schwyz	12	12 228	Schwyz	18	8 152
Solothurn	26	9 819	Solothurn	30	8 509
St. Gallen	54	8 869	St. Gallen	61	7 851
Tessin	189	1 766	Tessin	6	55 626
Thurgau	24	10 352	Thurgau	25	9 938
Uri	3	11 807	Uri	3	11 807
Waadt	250	2 853	Waadt	35	20 379
Wallis	114	2 743	Wallis	25	12 507
Zug	13	8 700	Zug	9	12 567
Zürich	226	6 076	Zürich	104	13 203
<b>Schweiz</b>	<b>1 731</b>	<b>4 547</b>	<b>Schweiz</b>	<b>649</b>	<b>12 127</b>

\* ständige Wohnbevölkerung vom 31. Dezember 2010

Quelle: Cegedim Switzerland SA, Stand: Dezember 2011

## Praxis-Tierärzte und Zahnärzte nach Kantonen

Praxis-Tierärzte			Zahnärzte		
Kanton	Anzahl Praxis-Tierärzte	Einwohner* pro Tierarzt	Kanton	Anzahl Praxis-Zahnärzte	Einwohner* pro Zahnarzt
Aargau	107	3 529	Aargau	290	2 109
Appenzell AI	3	11 807	Appenzell AI	5	3 138
Appenzell AR	14	10 481	Appenzell AR	70	757
Basel-Landschaft	55	746	Basel-Landschaft	175	1 568
Basel-Stadt	18	2 145	Basel-Stadt	167	1 107
Bern	201	177	Bern	571	1 716
Freiburg	58	23 674	Freiburg	103	2 704
Genf	37	3 057	Genf	288	1 589
Glarus	8	34 812	Glarus	13	2 970
Graubünden	58	4 401	Graubünden	91	2 117
Jura	20	9 248	Jura	17	4 120
Luzern	79	3 473	Luzern	193	1 957
Neuenburg	31	2 463	Neuenburg	88	1 956
Nidwalden	5	10 603	Nidwalden	21	1 954
Obwalden	7	2 241	Obwalden	13	2 737
Schaffhausen	17	11 331	Schaffhausen	36	2 121
Schwyz	25	24 459	Schwyz	71	2 067
Solothurn	31	31 607	Solothurn	119	2 145
St. Gallen	78	6 140	St. Gallen	225	2 128
Tessin	39	8 558	Tessin	208	1 605
Thurgau	66	3 764	Thurgau	93	2 671
Uri	7	101 897	Uri	11	3 220
Waadt	116	2 696	Waadt	367	1 944
Wallis	37	4 651	Wallis	125	2 501
Zug	32	14 304	Zug	55	2 056
Zürich	208	337	Zürich	785	1 749
<b>Schweiz</b>	<b>1 357</b>	<b>5 800</b>	<b>Schweiz</b>	<b>4 200</b>	<b>1 874</b>

\* ständige Wohnbevölkerung vom 31. Dezember 2010

Quelle: Cegedim Switzerland SA, Stand: Dezember 2011

## Ärzte nach Tätigkeitsstruktur und Kantonen

Kanton	Total Ärzte	Praxis	Praxis und Spital	Spital	Andere Tätigkeit
Aargau	1 629	753	152	654	70
Appenzell AI	22	9	6	7	–
Appenzell AR	144	60	19	63	2
Basel-Landschaft	792	488	24	260	20
Basel-Stadt	1 509	569	144	734	62
Bern	3 533	1 514	429	1 398	192
Freiburg	655	312	63	232	48
Genf	2 759	1 308	179	1 038	234
Glarus	84	53	6	25	–
Graubünden	578	273	36	239	30
Jura	197	86	20	84	7
Luzern	1 049	464	107	414	64
Neuenburg	584	283	54	179	68
Nidwalden	64	44	5	15	–
Obwalden	68	34	6	24	4
Schaffhausen	206	119	20	56	11
Schwyz	264	159	29	66	10
Solothurn	583	350	40	173	20
St. Gallen	1 419	678	76	616	49
Tessin	1 167	516	125	443	83
Thurgau	608	302	34	253	19
Uri	62	35	3	19	5
Waadt	3 245	1 331	324	1 392	198
Wallis	738	384	64	244	46
Zug	308	149	49	90	20
Zürich	5 349	2 634	408	2 014	293
<b>Total</b>	<b>27 616</b>	<b>12 907</b>	<b>2 422</b>	<b>10 732</b>	<b>1 555</b>

Quelle: Cegedim Switzerland SA, Stand: Dezember 2011

## Die 50 werbeintensivsten Produktgruppen 2010

Rang		Brutto-Werbedruck in 1000 CHF
1	PKW (Neu)	349 657
2	Grossverteiler	210 920
3	Reisen, Hotels	175 686
4	Kunst-/Kulturveranstaltungen	143 540
5	Einrichtung	131 517
6	Mobile	119 517
7	Finanzen Image, Internet, PS	114 668
8	Gemeinnützige Kampagnen	107 295
9	Schokolade, Süswaren	100 567
10	Nahrungsmittel Image, Internet, PS	95 974
11	Wirtschaftliche Kampagnen	95 660
12	Nährmittel, Fertigspeisen	88 053
13	Dienstleistung	87 991
14	OTC Pharma Produkte	80 808
15	Uhren, Schmuck	71 767
16	Versicherungen	67 548
17	Pflegende Gesichtskosmetik	65 673
18	Alkoholfreie Getränke	65 193
19	Ausbildung	64 042
20	Anlageprodukte	57 023
21	Oberbekleidung	55 843
22	Dekorative Kosmetik	50 139
23	Politische Kampagnen	49 132
24	IT	48 547
25	Waschmittel, Textilpflege	47 329
26	Milchprodukte Gelbe Linie	46 809
27	Film, Pay-TV	46 628
28	Bekleidung Image, Internet, PS	46 268
29	Wirtschaftliche Veranstaltungen	45 627
30	Düfte	42 992
31	Sportveranstaltungen	41 621
32	Telekommunikation	40 338
33	Milchprodukte weisse Linie	40 319
34	Bild-/Tonträger	39 569
35	Pflegende Körperkosmetik	38 972
36	Haarpflege	37 474
37	Fernsehen	36 754
38	Kaffee, Tee, Kakao	34 110
39	Strassen-/Schienenverkehr	33 843
40	Fahrzeuge Image, Internet, PS	33 418
41	Bauen, Industrie Image, Internet, PS	33 342
42	Optik, Akustik	32 442
43	Glücksspiele	32 179
44	Grosselektrogeräte	32 056
45	Mundpflege	31 950
46	Tiefkühlprodukte	29 298
47	Einkaufszentren	29 015
48	Haarstyling	28 860
49	Früchte, Gemüse	28 743
50	Fernseher	27 020
<b>Total Produktgruppen</b>		<b>3 453 734</b>

Quelle: Media Focus



## Werbeaufwand Schweiz (ohne Produktionskosten)

in Mio. CHF	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Netto-Werbeumsätze Schweiz (ohne Direktwerbung)</b>	<b>3 844</b>	<b>3 975</b>	<b>4 178</b>	<b>4 105</b>	<b>3 499</b>	<b>3 680</b>
<b>Presse</b>	<b>2 299</b>	<b>2 369</b>	<b>2 487</b>	<b>2 406</b>	<b>1 915</b>	<b>2 001</b>
Tages-/regionale Wochen-/ Sonntagspresse	1 615	1 688	1 765	1 676	1 309	1 341
Publikums-/Finanz- und Wirtschaftspresse	294	290	315	308	240	258
Spezialpresse	257	263	281	295	261	293
Fachpresse	133	128	126	127	106	108
<b>Elektronische Medien</b>	<b>777</b>	<b>797</b>	<b>821</b>	<b>803</b>	<b>768</b>	<b>844</b>
Fernsehen (inkl. Sponsoring)	588	615	637	628	595	669
Radio (inkl. Sponsoring)	142	138	136	131	135	135
Kino	37	37	33	30	26	28
Teletext	10	8	9	9	7	7
Adscreen			6	5	4	5
<b>Übrige Medien</b>	<b>768</b>	<b>808</b>	<b>870</b>	<b>897</b>	<b>816</b>	<b>835</b>
Aussenwerbung	559	598	663	684	602	608
Adressbücher	209	211	206	213	215	227
<b>Direktwerbung</b>	<b>1 275</b>	<b>1 313</b>	<b>1 307</b>	<b>1 269</b>	<b>1 251</b>	<b>1019<sup>1</sup></b>
<b>Werbedruck (Media Focus)</b>						
Internet	36	47	52	75	119	160

<sup>1</sup> Nicht vergleichbar mit dem Vorjahr, da andere Berechnungsmethode angewandt wurde.

Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz

## Umsatzanteile nach Branchen – Medium Plakat 2010

Branchen	Vertikal in %	Branchen	Vertikal in %
1 Fahrzeuge	16,3	13 Verkehrsbetriebe	3,5
2 Freizeit, Sport, Touristik	8,8	14 Dienstleistung	3,4
3 Bekleidung, Wäsche	8,6	15 Kosmetik, Körperpflege	2,1
4 Initiativen, Kampagnen	8,6	16 Pharma, Gesundheit	1,4
5 Nahrungsmittel	7,6	17 Unterhaltungselektronik, Foto	1,3
6 Veranstaltungen	7,3	18 Tabakwaren	1,1
7 Finanzen	5,6	19 Medien	0,9
8 Detailhandel	5,1	20 Energie	0,7
9 Getränke	4,4	21 IT, Büro	0,6
10 Persönlicher Bedarf	4,1	22 Reinigen	0,5
11 Bauen, Industrie, Einrichtung	4,0	23 Haushaltartikel/-geräte	0,5
12 Telekommunikation	3,8		

Quelle: Media Focus

## Werbefernsehen: Umsatzanteil nach Branchen SRG SSR idée suisse

(SF 1, SF zwei, SF Info, RSI LA 1, RSI LA 2, TSR 1, TSR 2)

Branchen	Anteil in % 2009	Anteil in % 2010
1 Nahrungsmittel	22,2	22,5
2 Kosmetik, Körperpflege	9,3	9,8
3 Fahrzeuge	8,7	7,6
4 Finanzen	7,4	6,6
5 Telekommunikation	5,6	6,2
6 Getränke	5,6	5,9
7 Freizeit, Sport, Touristik	4,8	5,2
8 Pharma, Gesundheit	4,6	4,6
9 Initiativen, Kampagnen	4,3	4,4
10 Reinigen	5,5	3,7
11 Bauen, Industrie, Einrichtung	4,0	3,6
12 Persönlicher Bedarf	2,8	3,2
13 Unterhaltungselektronik, Foto	2,6	3,0
14 Haushaltsartikel/-geräte	2,5	2,8
15 Detailhandel	2,5	2,2
16 Veranstaltungen	1,7	1,8
17 Bekleidung, Wäsche	1,4	1,4
18 Medien	1,5	1,4
19 Dienstleistung	1,2	1,4
20 Verkehrsbetriebe	0,5	1,1
21 It, Büro	0,8	1,0
22 Energie	0,7	0,6
23 Tabakwaren	0,0	0,0
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

Quelle: Media Focus

## Netto-Werbeumsatz Aussenwerbung

Arten	in Mio. CHF (gerundet)		Veränderungen gegenüber Vorjahr in %	
	2009	2010	2008/09	2009/10
<b>Nach Umsatzgruppen</b>				
Plakatwerbung	298	307	- 17,0	3,2
Verkehrsmittelwerbung	51	56	- 6,0	8,8
Sport- und Stadionwerbung	29	30	- 9,4	3,4
Neon	210	200	- 4,5	- 4,8
Übrige Aussenwerbung	14	15	- 28,3	9,5
<b>Netto-Werbeumsätze Schweiz</b>	<b>602</b>	<b>608</b>	<b>- 12,1</b>	<b>1,1</b>

Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz

## Netto-Werbeumsatz Presse

Pressekategorien	in Mio. CHF (gerundet)		Veränderung gegenüber Vorjahr in %	
	2009	2010	2008/09	2009/10
<b>Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse</b>	<b>1 309</b>	<b>1 341</b>	<b>- 21,9</b>	<b>2,5</b>
Tagespresse	954	981	- 22,7	2,9
Regionale Wochenpresse	197	197	- 10,8	0,1
Sonntagspresse	159	164	- 28,7	3,1
<b>Publikums-, Finanz- und Wirtschaftspresse</b>	<b>240</b>	<b>258</b>	<b>- 22,0</b>	<b>7,4</b>
Publikumspresse	192	207	- 17,9	7,7
Finanz- und Wirtschaftspresse	48	51	- 35,1	6,3
<b>Spezialpresse</b>	<b>261</b>	<b>293</b>	<b>- 11,7</b>	<b>12,6</b>
<b>Fachpresse</b>	<b>106</b>	<b>108</b>	<b>- 16,7</b>	<b>2,4</b>
<b>Total Presse</b>	<b>1 915</b>	<b>2 001</b>	<b>- 20,4</b>	<b>4,5</b>

Quelle: Stiftung Werbestatistik Schweiz

## Medien

### Total TV-Nutzung

Zeitschiene: Ganzer Tag

Periode: 2010

Zielgruppe: Personen ab 15 Jahren

Gebiet	Tägliche Nettoreichweite in %	Tägliche Nutzung pro Kopf in Minuten	Tägliche Nutzung pro Seher in Minuten
Deutsche Schweiz	66,9	151,4	225,3
Französische Schweiz	68,2	172,8	252,4
Italienische Schweiz	69,8	196,7	280,2
<b>Ganze Schweiz</b>	<b>67,3</b>	<b>158,6</b>	<b>234,5</b>

Quelle: Telecontrol

TKP<sup>1</sup>-Konkurrenzvergleich 2012 geplant

20" Brutto exkl. BK, alle Umfeldler ausser Kinder und Sport, Blöcke GRP &gt; 0

Zielgruppe: 15-59

Sender/Zeitraum	Ø	Januar	Februar	März	April	Mai	Juni
<b>SF 1</b>							
0200-1659	27,1	27,1	27,1	27,1	27,1	27,1	27,1
1700-1859	35,7	31,9	35,1	39,9	38,3	36,6	33,0
1900-2259	43,8	38,8	42,8	48,7	46,8	44,9	40,6
2300-0159	29,8	29,8	29,8	29,8	29,9	29,7	29,7
0200-0159	41,1	36,9	40,5	45,5	43,6	42,0	38,1
<b>SF 2</b>							
0200-1659	30,6	30,6	30,5	30,6	30,6	30,6	30,6
1700-1859	35,7	35,6	35,6	35,6	35,6	35,8	35,7
1900-2259	45,4	41,6	45,8	47,9	47,9	45,8	43,4
2300-0159	29,3	29,2	29,3	29,3	29,2	29,4	29,3
0200-0159	41,1	39,0	41,6	42,9	42,9	41,7	38,2
<b>SF info</b>							
0200-1659	-	-	-	-	-	-	-
1700-1859	47,6	47,6	47,6	47,6	47,6	47,6	47,6
1900-2259	43,0	38,5	42,4	48,2	46,2	44,3	39,9
2300-0159	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
0200-0159	41,3	37,6	40,8	45,3	43,8	42,4	38,6
<b>TSR 1</b>							
0200-1659	26,6	26,6	26,6	26,6	26,6	26,6	26,6
1700-1859	32,9	32,9	32,9	32,9	32,9	32,9	32,9
1900-2259	55,3	49,2	54,1	61,4	58,9	56,5	51,2
2300-0159	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0	30,0
0200-0159	46,4	42,8	46,0	50,8	49,0	46,8	43,0
<b>TSR 2</b>							
0200-1659	32,7	32,6	32,7	32,6	32,5	32,9	32,5
1700-1859	34,6	34,6	34,6	34,6	34,6	34,6	34,6
1900-2259	42,0	39,1	43,0	43,0	43,0	43,0	40,9
2300-0159	32,6	31,2	33,2	33,7	34,1	31,2	31,2
0200-0159	36,9	36,0	37,5	37,3	37,3	37,8	35,5
<b>RSI LA 1</b>							
0200-1659	26,9	26,9	26,9	26,8	26,8	26,9	26,9
1700-1859	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5	24,5
1900-2259	43,2	38,5	42,4	48,2	46,2	44,3	39,9
2300-0159	27,4	27,4	27,4	27,3	27,4	27,3	27,3
0200-0159	36,2	33,7	35,8	39,0	38,0	36,7	34,2
<b>RSI LA 2</b>							
0200-1659	44,8	43,1	43,4	46,1	50,5	43,7	42,9
1700-1859	38,8	38,5	38,9	38,7	38,8	39,0	38,9
1900-2259	33,5	31,2	34,3	34,3	34,3	34,3	32,7
2300-0159	39,5	40,9	37,7	41,4	40,0	38,7	38,6
0200-0159	36,0	34,1	36,1	36,9	36,7	36,4	36,5

<sup>1</sup> Gibt an, wie hoch die Kosten sind, um 1000 Brutto-Kontakte in der Zielgruppe zu erreichen. Massstab für das Preisniveau eines Programms/Werbeblocks und Indikator für die rein quantitative Wirtschaftlichkeitskontrolle von Kampagnen.

Quelle: mediaoptimizer

## Eckdaten des Schweizer TV-Marktes

Zielgruppe (Jahre)	Sprache	Anzahl Haushalte	Marktanteil		Tägliche Nettreichweite in %	
			3+	15-49	3+	15-49
<b>Sender</b>						
kabeleins CH	D	2 268 300	2,4	3,8	14,0	16,4
SF 1	D	2 268 300	20,9	11,6	44,3	36,0
SF zwei	D	2 268 300	8,0	8,5	30,7	29,4
SF info	D	2 268 300	1,8	1,7	17,9	16,2
RTL CH	D	2 268 300	7,0	10,5	22,8	25,5
SAT1 CH	D	2 268 300	4,6	5,0	20,0	21,3
ProSieben CH	D	2 268 300	4,2	7,6	19,0	23,6
VOX CH	D	2 268 300	3,8	5,4	16,4	18,7
3+	D	2 268 300	2,3	3,7	9,9	11,8
Comedy Central CH	D	2 268 300	0,1	0,2	2,4	2,5
MTV CH	D	2 268 300	0,3	0,7	4,7	6,0
Nickelodeon CH	D	2 268 300	1,0	0,7	4,7	4,1
RTL II CH	D	2 268 300	2,6	4,0	16,1	18,7
SUPER RTL CH	D	2 268 300	1,9	1,5	10,9	10,3

Quelle: Telecontrol, Deutschschweiz, 24h, 1. Halbjahr 2011

Cartoon Network CH	F	745 900	0,8	0,9	4,3	3,9
M6 CH	F	745 900	8,0	11,5	24,1	25,3
TSR1	F	745 900	20,7	18,7	46,4	40,9
TSR2	F	745 900	6,5	5,8	28,6	24,8
TVM3	F	745 900	0,2	0,1	3,4	3,4

Quelle: Telecontrol, französische Schweiz, 24h, 1. Halbjahr 2011

RSI LA 1	I	145 300	23,4	22,7	49,8	42,9
RSI LA 2	I	145 300	7,2	8,1	33,6	29,4

Quelle: Telecontrol, italienische Schweiz, 24h, 1. Halbjahr 2011

TeleBärn	D	533 200	1,0	0,5	13,0	7,9
TeleBasel	D	242 800	2,0	1,3	18,7	13,5
TeleZüri	D	728 700	2,9	2,3	19,0	15,1
TeleTop	D	728 700	0,3	0,2	5,9	4,7
TeleSüdostschweiz	D	119 700	0,4	0,4	8,5	6,5
Tele M1	D	461 000	1,3	1,1	13,9	11,4
Tele 1	D	338 300	1,3	0,9	16,6	14,2
TeleBielingue	D/F	107 300	1,8	0,4	12,4	7,1
la télé	F	378 100	0,5	0,5	8,0	6,1
Léman Bleu	F	208 200	0,6	0,4	9,8	8,4
TeleTicino	I	145 300	1,4	1,1	18,0	13,4

Quelle: Telecontrol, senderspezifisches Regionalgebiet, 24h, 1. Halbjahr 2011

Preise und TKP beruhen auf 20 Sekunden Spotlänge abzüglich BK.

Ø Preis	Effektive TKP <sup>1</sup>		Ø Werberatings (Anzahl Zuschauer in Tausend pro Werbeblock)		Affinität von 15-49 zu 3+	Ø Alter	Vermarkter/ Vermittler
	3+	15-49	3+	15-49			
351,8	24,5	36,5	14,3	9,6	131,2	41,1	Goldbach Media (Switzerland) AG
2892,8	19,0	87,6	152,5	33,0	46,2	59,9	publisuisse
1137,1	32,1	76,2	35,4	14,9	95,1	47,5	publisuisse
459,3	27,6	65,0	16,6	7,1	78,0	52,7	publisuisse
1908,2	37,8	60,1	50,5	31,7	124,7	42,5	Goldbach Media (Switzerland) AG
914,0	29,1	64,4	31,4	14,2	93,6	49,7	Goldbach Media (Switzerland) AG
1211,0	42,8	54,7	28,3	22,2	152,7	33,7	Goldbach Media (Switzerland) AG
763,7	28,9	49,4	26,4	15,5	119,1	44,2	Goldbach Media (Switzerland) AG
685,3	40,9	60,0	16,8	11,4	132,8	42,2	Goldbach Media (Switzerland) AG
124,8	32,6	53,2	3,8	2,3	112,6	37,6	Goldbach Media (Switzerland) AG
122,4	78,4	93,1	1,6	1,3	161,6	30,0	Goldbach Media (Switzerland) AG
439,9	58,1	188,2	7,6	2,3	58,0	18,7	Goldbach Media (Switzerland) AG
496,0	28,2	40,9	17,6	12,1	130,0	40,1	Goldbach Media (Switzerland) AG
579,7	45,6	119,1	12,7	4,9	67,4	25,7	Goldbach Media (Switzerland) AG
143,1	70,8	184,0	2,0	0,8	82,9	20,9	Goldbach Media (Switzerland) AG
652,5	32,6	56,1	20,0	11,6	112,9	43,8	Goldbach Media (Switzerland) AG
1362,6	27,9	85,4	48,8	15,9	70,6	54,4	publisuisse
337,0	26,6	75,3	12,7	4,5	70,2	52,1	publisuisse
-	-	-	-	-	56,8	58,3	Goldbach Media (Switzerland) AG
332,7	23,3	68,0	14,3	4,9	72,9	54,7	publisuisse
96,5	21,4	48,9	4,5	2,0	84,8	50,7	publisuisse
-	-	-	-	-	41,6	61,9	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	50,3	61,8	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	62,5	55,8	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	58,4	57,7	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	71,8	55,0	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	71,0	53,2	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	57,2	57,6	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	21,4	59,4	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	81,8	49,1	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	57,8	58,6	Radiotele/in-house
-	-	-	-	-	61,3	56,4	Radiotele/in-house

<sup>1</sup> Gibt an, wie hoch die Kosten sind, um 1000 Brutto-Kontakte in der Zielgruppe zu erreichen. Massstab für das Preisniveau eines Programms/Werbeblocks und Indikator für die rein quantitative Wirtschaftlichkeitskontrolle von Kampagnen.

## Reichweiten ausgewählter Zeitungen

Universum

Deutsche Sprachgruppe

Basis: 16 959 Fälle = 4 416 Tsd. = 71,9%

	Gesamt	az Aargauer Zeitung GES	az Gesamtausgabe GES N	az Gesamtausgabe GES G	BZ/Bund GES	Basler Zeitung N	Basler Zeitung GES G	Die Südostschweiz GES N
<b>Reichweite LpA in %</b>	<b>4 416</b>	<b>4,8</b>	<b>8,9</b>	<b>10,2</b>	<b>8,0</b>	<b>3,7</b>	<b>5,0</b>	<b>5,3</b>
<b>Struktur</b>	<b>in Tsd.</b>	<b>in %</b>						
<b>Geschlecht</b>								
Mann	2 173	50,1	49,4	49,4	49,0	48,9	49,4	50,1
Frau	2 243	49,9	50,6	50,6	51,0	51,1	50,6	49,9
<b>Alter: 10er-Klassen</b>								
14–19	383	5,6	5,3	5,3	5,1	4,1	4,7	7,2
20–29	651	10,7	10,8	10,5	11,3	10,8	11,0	11,8
30–39	887	15,8	14,8	16,5	16,0	14,8	15,6	18,3
40–49	786	20,2	19,6	19,6	17,1	15,8	17,0	18,5
50–59	687	19,2	18,4	18,7	19,6	19,7	19,4	20,0
60–69	482	13,2	14,5	14,0	16,4	16,2	15,0	13,2
70–79	368	10,7	11,1	10,5	10,7	12,1	11,4	8,7
80–89	162	4,4	5,0	4,7	3,8	6,0	5,2	2,3
90–99	8	0,2	0,4	0,3	0,1	0,4	0,5	0,1
<b>Brutto-Einkommen HH (k. A. ersetzt)</b>								
bis CHF 1 999.–	73	1,1	1,5	1,4	1,3	1,6	1,9	2,5
CHF 2 000.– bis CHF 3 999.–	534	9,6	12,0	11,5	12,6	10,1	10,1	10,5
CHF 4 000.– bis CHF 5 999.–	947	19,2	19,9	19,9	22,7	21,3	21,5	24,5
CHF 6 000.– bis CHF 7 999.–	981	21,4	20,6	21,2	21,6	17,6	20,1	25,9
CHF 8 000.– bis CHF 9 999.–	821	20,2	20,3	20,5	20,3	21,0	19,7	14,9
CHF 10 000.– bis CHF 14 999.–	747	20,2	18,2	18,2	15,3	19,3	18,1	14,6
über CHF 15 000.–	311	8,3	7,4	7,3	6,2	9,1	8,5	7,2
<b>Wohnort: VZ2000 Siedlungsart</b>								
Stadt/Agglomeration	3 224	69,0	71,4	74,0	66,8	94,9	94,7	45,7
Land	1 192	31,0	28,6	26,0	33,2	5,1	5,3	54,3
<b>Schulbildung (gruppiert)</b>								
obligatorisch	758	11,9	14,2	14,3	12,3	9,2	13,6	17,9
mittel	2 213	53,6	53,0	53,5	51,9	48,1	48,5	55,7
hoch	1 445	34,5	32,8	32,2	35,8	42,6	37,9	26,4

<sup>1</sup> Per 1. Januar 2011 wurden die beiden Titel «Thurgauer Zeitung» und «Tagblatt Ausgabe für den Kanton Thurgau» zusammengelegt und erscheinen seitdem unter der Titelbezeichnung «Thurgauer Zeitung», welche Teil des «St.Galler Tagblatts GES» ist. Im Erhebungszeitraum bis Ende Dezember 2010 entspricht die Leserschaft des Titels «Thurgauer Zeitung» jener der überschneidungsfreien (Netto-)Kombination aus den beiden Titeln «Thurgauer Zeitung N» und dem «Tagblatt Ausgabe für den Kanton Thurgau». Im Zeitraum vom 3. Januar 2011 bis 27. März 2011 konnten Originalwerte verwendet werden.

Quelle: WEMF-REMPIMACH Basic 2011

Die Südstschweiz GES G	Neue Luzerner Zeitung GES	St. Galler Tagblatt GES <sup>1</sup>	Blick	Tages-Anzeiger	Neue Zürcher Zeitung (CH)	Sonntags Zeitung	NZZ am Sonntag	Zentralschweiz am Sonntag GES	Sonntags Blick	Der Sonntag GES <sup>2</sup>	Bilanz	Finanz und Wirtschaft	Die Weltwoche	Blick am Abend National GES	20 Minuten D-CH GES
7,0	6,2	6,0	14,1	11,5	6,6	17,2	11,1	4,2	18,7	8,0	4,5	2,4	7,5	14,4	31,2
in %															
49,6	51,4	47,2	62,1	54,5	61,3	51,2	53,9	51,5	56,7	50,0	67,3	71,5	57,6	54,4	58,1
50,4	48,6	52,8	37,9	45,5	38,7	48,8	46,1	48,5	43,3	50,0	32,7	28,5	42,4	45,6	41,9
8,3	5,1	7,2	8,3	4,4	4,2	6,0	5,3	3,9	10,2	5,7	1,8	3,2	4,4	17,3	13,2
13,0	11,1	12,0	15,4	10,4	11,0	12,8	13,5	11,9	16,3	12,7	10,9	11,7	15,4	23,9	21,3
19,3	20,3	16,2	18,5	17,8	19,3	19,5	20,6	18,9	20,0	15,4	17,8	18,2	19,9	19,3	21,2
18,4	19,5	19,1	18,0	20,1	18,6	19,4	18,0	19,7	17,2	19,0	22,9	20,8	17,2	13,9	17,3
18,0	16,7	18,5	17,2	19,7	18,6	18,7	18,2	16,9	17,1	17,6	21,5	18,2	18,2	11,8	14,1
12,7	12,6	11,7	12,7	14,1	13,8	13,5	12,4	12,4	10,7	15,1	14,3	15,0	13,4	7,2	7,1
7,8	11,0	11,0	6,9	9,3	10,4	7,8	8,6	11,9	5,9	9,9	8,4	10,3	8,3	4,4	4,0
2,4	3,6	4,2	2,9	3,9	3,9	2,3	3,1	4,2	2,6	4,4	2,3	2,4	3,1	2,1	1,7
0,1	0,1	0,2	0,1	0,1	0,2	0,1	0,2	0,1	0,1	0,3	0,1	0,2	0,1	0,1	0,1
2,0	1,6	1,9	1,8	0,7	0,4	1,1	0,8	1,9	1,2	1,7	0,4	0,6	1,1	1,3	1,2
11,3	11,4	13,4	11,7	6,6	4,4	8,1	5,8	10,9	10,5	10,8	3,5	4,2	7,2	9,7	9,3
23,2	23,2	18,6	24,7	14,5	12,8	17,1	13,7	20,5	23,0	18,4	10,2	8,7	14,3	19,5	20,7
25,6	20,5	22,0	23,6	19,2	14,6	20,8	18,0	20,0	23,3	22,5	17,6	19,4	18,7	21,9	23,3
16,0	20,8	18,0	17,3	19,9	15,3	20,0	19,1	20,2	18,8	19,5	20,4	19,7	21,0	20,1	20,1
15,1	16,5	19,5	14,7	26,0	30,2	21,8	25,3	19,4	16,1	19,4	25,5	25,2	23,1	19,4	18,2
6,7	6,0	6,6	6,2	13,1	22,3	11,0	17,3	7,0	7,0	7,8	22,4	22,3	14,6	8,1	7,1
50,1	57,0	66,1	66,1	89,5	87,6	78,1	84,0	55,7	67,2	74,5	79,6	78,5	78,7	85,8	79,1
49,9	43,0	33,9	33,9	10,5	12,4	21,9	16,0	44,3	32,8	25,5	20,4	21,5	21,3	14,2	20,9
18,7	16,9	17,1	20,3	7,7	5,6	11,6	7,1	15,6	20,9	14,3	4,9	7,9	8,0	19,4	18,6
54,0	50,5	52,3	60,4	39,7	26,8	47,2	33,0	49,6	58,1	52,8	39,5	38,3	43,6	47,0	51,6
27,3	32,6	30,7	19,3	52,6	67,6	41,1	59,9	34,8	21,0	32,9	55,7	53,9	48,4	33,7	29,8

<sup>2</sup> Der Titel «Der Sonntag GES» wurde im Oktober 2010 von «Sonntag GES» auf «Der Sonntag GES» umbenannt und mit folgenden neuen Teilausgaben neu lanciert: «Der Sonntag – Ausg. Aargau», «Der Sonntag – Ausg. Baselland», «Der Sonntag – Ausg. Limmattal», «Der Sonntag – Ausg. Schweiz», «Der Sonntag – Ausg. Solothurn/Oberaargau», «Der Sonntag – LN», «Der Sonntag – ZT», «Der Sonntag – OT». Die vorliegenden Resultate beziehen sich auf den Erhebungszeitraum vom 7. April 2010 bis 26. Oktober 2010 auf eine Abfrage nach den alten Titelbezeichnungen und vom 27. Oktober 2010 bis 27. März 2011 auf eine Abfrage, welche die neue Situation berücksichtigt.



## Reichweiten ausgewählter Zeitungen

Universum

Französische Sprachgruppe

Basis: 5 524 Fälle = 1 438 Tsd. = 23,4%

	Gesamt	La Liberté	Tribune de Genève
<b>Reichweite LpA in %</b>	<b>1 438</b>	<b>6,0</b>	<b>9,6</b>
<b>Struktur</b>	<b>Tsd.</b>	<b>in %</b>	
<b>Geschlecht</b>			
Mann	693	47,5	48,5
Frau	746	52,5	51,5
<b>Alter: 10er-Klassen</b>			
14–19	118	7,3	6,3
20–29	223	14,9	11,7
30–39	288	19,5	17,0
40–49	252	17,5	14,4
50–59	230	18,3	16,8
60–69	153	11,9	14,2
70–79	116	7,7	12,6
80–89	54	2,5	6,8
90–99	5	0,5	0,3
<b>Brutto-Einkommen HH (k.A. ersetzt)</b>			
bis CHF 1 999.–	46	3,1	2,3
CHF 2 000.– bis CHF 3 999.–	221	14,2	14,5
CHF 4 000.– bis CHF 5 999.–	279	16,7	17,3
CHF 6 000.– bis CHF 7 999.–	349	28,2	21,8
CHF 8 000.– bis CHF 9 999.–	257	17,9	18,0
CHF 10 000.– bis CHF 14 999.–	206	15,6	16,8
über CHF 15 000.–	79	4,3	9,3
<b>Wohnort: VZ2000 Siedlungsart</b>			
Stadt/Agglomeration	1 067	56,8	99,1
Land	371	43,2	0,9
<b>Schulbildung (gruppiert)</b>			
obligatorisch	280	20,7	17,2
mittel	559	47,5	31,4
hoch	600	31,8	51,4

Quelle: WEMF-REMP/MACH Basic 2011

Le Temps	Le Quotidien Jurassien	L'Express F. d'Avis NE	L'Impartial	24 Heures éd. totale	Lausanne-Cités	Le Matin dimanche	Le Nouvelliste	20 Minutes F-CH éd. totale	Le Matin (lu-sa)
8,2	3,1	4,2	2,8	15,5	7,4	36,6	8,1	32,1	18,5
in %									
62,0	48,9	49,7	50,6	48,7	42,4	51,7	50,3	52,1	64,4
38,0	51,1	50,3	49,4	51,3	57,6	48,3	49,7	47,9	35,6
3,2	6,0	4,4	5,9	4,8	2,5	5,6	6,3	11,4	5,5
12,0	14,6	14,6	18,1	10,2	12,7	14,1	13,5	19,4	16,8
18,7	17,6	15,3	12,8	15,8	18,9	19,1	18,3	21,7	20,6
18,9	15,7	15,9	19,5	18,7	18,8	18,4	18,1	18,0	18,9
19,5	22,8	16,5	15,3	19,3	19,1	19,7	20,6	15,2	19,7
14,8	11,8	15,3	14,0	13,5	13,2	13,1	10,9	7,5	10,9
8,6	7,6	12,0	8,7	10,9	9,9	7,5	9,8	4,5	5,7
4,0	3,2	5,8	5,3	6,2	4,4	2,3	2,5	2,1	1,8
0,5	0,8	0,1	0,4	0,6	0,6	0,2	0,1	0,1	0,1
2,1	3,7	3,6	5,2	2,9	2,1	2,4	2,2	2,7	2,3
9,9	15,9	15,3	22,1	14,8	16,2	14,3	16,8	12,8	12,7
12,8	22,8	17,4	16,5	19,8	21,9	17,5	21,5	19,8	18,7
19,3	22,0	24,9	24,9	23,7	23,9	24,6	22,8	26,5	25,7
18,2	20,0	18,6	19,6	16,0	18,6	19,6	20,2	19,3	19,8
24,8	13,2	15,0	9,4	16,8	13,6	16,1	11,8	13,8	15,5
12,9	2,4	5,3	2,3	6,0	3,7	5,6	4,8	5,2	5,3
84,2	28,3	70,4	69,0	75,3	94,0	71,6	62,4	81,1	73,3
15,8	71,7	29,6	31,0	24,7	6,0	28,4	37,6	18,9	26,7
10,2	26,1	12,3	20,4	20,5	21,8	18,4	16,0	21,9	19,9
19,2	41,9	42,2	40,9	40,3	38,7	43,5	42,5	39,6	44,6
70,7	32,1	45,5	38,7	39,1	39,4	38,1	41,6	38,5	35,4

## Reichweiten ausgewählter Zeitungen

Universum

Italienische Sprachgruppe

Basis: 1 093 Fälle = 285 Tsd. = 4,6%

	Gesamt	Corriere del Ticino	Giornale del Popolo	La Regione Ticino	Il Caffè della domenica	Il Mattino della Domenica	Rivista di Lugano	Illustrazione Ticinese
<b>Reichweite LpA in % Struktur</b>	<b>285 Tsd.</b>	<b>43,8</b>	<b>17,7</b>	<b>39,9</b>	<b>38,1 in %</b>	<b>28,4</b>	<b>10,2</b>	<b>51,5</b>
<b>Geschlecht</b>								
Mann	136	58,1	59,8	55,2	53,8	61,0	45,2	46,6
Frau	149	41,9	40,2	44,8	46,2	39,0	54,8	53,4
<b>Alter: 10er-Klassen</b>								
14–19	20	4,5	6,3	6,2	3,7	4,4	2,5	4,3
20–29	42	13,0	14,7	14,5	10,4	9,7	8,5	9,9
30–39	57	20,3	18,0	19,8	16,9	17,9	15,8	18,7
40–49	47	16,3	13,1	18,4	16,5	16,4	17,2	18,3
50–59	46	19,0	16,3	17,3	19,3	16,9	19,5	17,6
60–69	36	13,8	15,0	12,6	18,4	17,6	19,7	16,6
70–79	24	8,9	13,2	8,2	10,6	11,6	10,0	9,6
80–89	13	4,1	3,5	3,0	3,9	5,5	6,6	4,7
90–99	1	0,1	0,0	0,0	0,3	0,0	0,3	0,2
<b>Brutto-Einkommen HH (k.A. ersetzt)</b>								
bis CHF 1 999.–	14	3,8	3,2	4,3	4,5	5,6	5,2	5,3
CHF 2 000.– bis CHF 3 999.–	55	18,9	21,9	20,6	20,2	23,8	20,8	19,9
CHF 4 000.– bis CHF 5 999.–	77	24,4	23,2	24,9	25,0	24,0	22,1	24,3
CHF 6 000.– bis CHF 7 999.–	64	22,9	23,7	23,8	24,1	22,9	22,1	24,4
CHF 8 000.– bis CHF 9 999.–	38	15,3	15,8	14,9	14,0	12,2	16,4	15,7
CHF 10 000.– bis CHF 14 999.–	29	11,9	10,5	9,6	9,8	10,0	10,7	8,1
über CHF 15 000.–	8	2,8	1,7	1,9	2,4	1,6	2,7	2,3
<b>Wohnort: VZ2000 Siedlungsart</b>								
Stadt/Agglomeration	240	91,4	81,2	81,1	83,6	84,0	96,4	85,8
Land	44	8,6	18,8	18,9	16,4	16,0	3,6	14,2
<b>Schulbildung (gruppiert)</b>								
obligatorisch	65	18,6	19,9	19,5	21,4	27,8	22,2	20,7
mittel	106	37,9	43,7	43,4	42,1	41,5	36,5	41,0
hoch	113	43,4	36,3	37,1	36,5	30,7	41,3	38,3

Quelle: WEMF-REMP/MACH Basic 2011

## Radio-Werbung

Radiosender	15 + NR-T	Personen	15 + MA
<b>Deutsche Schweiz</b>			
Radio 24	324,8		3,8
Energy Zürich	268,4		2,2
Argovia	232,9		2,4
FM 1	213,2		1,9
Zürisee	201,3		1,9
Radio Central	195,3		1,9
Pilatus	182,1		1,8
Radio 32	149,8		1,5
Radio 1	132,8		1,4
Basilisk	117,9		1,1
Sunshine	115,9		1,0
Energy Bern	94,3		0,7
Eviva	93,6		1,1
105	87,8		0,5
Capital FM	81,0		0,8
BEO	77,7		1,0
Radio Basel	69,2		0,5
Grischa	68,4		0,6
LC	44,9		0,1
Radio X	43,0		0,1
Radio 7	41,9		0,2
neo1	39,9		0,3
Fribourg D	38,5		0,3
Rottu	36,2		0,3
Canald 3D	35,4		0,3
Seefunk	33,0		0,3
Regenbogen	30,2		0,2
Munot	27,8		0,2
Antenne Vorarlberg	27,8		0,1
32 Goldie	25,4		0,2
3 FACH	19,6		0,1
Radio L	19,0		0,0
neo2	15,1		0,1
RockNation	12,1		0,1
Monte Carlo	9,3		0,0
Toxic FM	7,9		0,0
<b>Französische Schweiz</b>			
Rouge FM	130,3		3,4
BNJ FM	126,1		4,9
LFM	124,9		3,9
Nostalgie	92,3		2,2
One FM	85,5		2,3
Rhone FM	73,2		2,4
Fribourg F	72,5		2,3
NRJ Léman	72,4		1,3
YES FM	70,2		1,9
Chablais	58,8		1,9
la radio plus	53,9		0,8
Virgin	36,2		0,7
Cité	13,3		0,4
Meyrin FM	4,4		0,0
Canal 3 F	3,8		0,0
Fréquence Banana	1,4		0,0
<b>Italienische Schweiz</b>			
3i	39,2		6,0
RadioTicino	30,1		3,8
CAPITAL	0,0		0,0
DEEJAY	6,6		0,6
Reteotto	5,4		0,4

Quelle: Radiocontrol, 3. Quartal 2011, Montag bis Sonntag, 24 Stunden, Nettoreichweiten/  
Marktanteile pro Sprachgebiet.

## Plakatwerbung 2012

### APG Netze

20 wichtigste Couronne Cities, Aushang 7 Tage

Netze Citystar200L Agglo	Anzahl Flächen	Reichweite		Kontakt- summe
		KK 4	in % KK > 0	
Genf	69	80	90	3 812 700
Lausanne	50	82	90	2 353 200
Neuenburg	19	71	86	588 400
Freiburg	19	70	83	681 100
Sion	20	60	84	247 600
Luzern	44	82	90	2 130 500
Thun	23	71	87	629 300
Zug	20	65	84	432 700
St. Gallen	28	71	86	977 100
Chur	16	86	91	467 500
Basel	80	83	92	3 329 400
Solothurn	15	48	70	183 000
Biel/Bienne	19	81	89	856 900
Bern	57	82	91	3 213 700
Aarau	13	58	83	240 000
Baden-Wettingen	15	68	86	451 000
Schaffhausen	16	67	82	598 700
Winterthur	35	73	87	905 000
Zürich	120	78	87	5 068 900
Lugano	19	87	94	908 900

Netze Couronne City F12 Agglo	Anzahl Flächen	Reichweite		Kontakt- summe
		KK 3	in % KK > 0	
Genf	60	69	87	2 014 600
Lausanne	35	73	89	1 063 600
Neuenburg	15	66	82	391 800
Freiburg	18	60	80	314 800
Sion	14	65	83	246 700
Luzern	31	69	90	914 300
Thun	19	58	77	355 700
Zug	17	63	82	300 600
St. Gallen	25	78	91	627 400
Chur	14	79	91	223 000
Basel	59	64	91	1 331 900
Solothurn	13	44	67	113 900
Biel/Bienne	17	58	88	259 800
Bern	40	68	90	1 089 900
Aarau	11	52	77	165 100
Baden-Wettingen	16	56	79	257 200
Schaffhausen	16	71	84	437 000
Winterthur	33	63	84	495 400
Zürich	102	66	87	2 547 500
Lugano	17	73	92	419 400

Preise 2012 in CHF, zzgl. MwSt. Neu gilt ein Einheitspreis.

Alle F12- und F200L-APG-Netze können 7, 14 und 21 Tage gebucht werden.

Quelle: APG Marketing, +41 (0)58 220 70 00

OTS pro Person	GRP	Erreichte Personen	Preis brutto in CHF	TKP in CHF
17	1 360	213 500	36 850	9,70
20	1 640	115 400	25 750	10,90
20	1 420	28 200	6 700	11,40
23	1 610	28 200	8 050	11,80
15	900	15 900	4 900	19,80
20	1 640	101 800	19 000	8,90
19	1 349	31 900	8 050	12,80
18	1 170	22 800	6 800	15,70
18	1 278	51 700	12 300	12,60
19	1 634	23 500	5 300	11,30
16	1 328	196 100	39 400	11,80
15	720	11 700	4 150	22,70
21	1 701	40 200	9 400	11,00
22	1 804	142 400	32 600	10,10
15	870	15 800	4 500	18,80
17	1 156	25 200	6 100	13,50
22	1 474	26 000	6 000	10,00
16	1 168	54 000	14 600	16,10
16	1 248	305 900	61 200	12,10
19	1 653	44 800	8 100	8,90

OTS pro Person	GRP	Erreichte Personen	Preis brutto in CHF	TKP in CHF
10	690	184 300	22 050	10,90
10	730	102 300	13 000	12,20
14	924	26 100	4 300	11,00
13	780	24 100	4 900	15,60
14	910	17 300	3 300	13,40
10	690	85 200	10 500	11,50
13	754	26 000	4 700	13,20
13	819	21 900	4 900	16,30
11	858	56 500	8 600	13,70
10	790	21 700	3 300	14,80
9	576	151 100	19 600	14,70
10	440	10 700	3 000	26,30
9	522	29 000	5 000	19,20
9	612	119 200	14 100	12,90
11	572	14 200	3 000	18,20
12	672	20 700	4 500	17,50
15	1 065	27 300	4 200	9,60
10	630	46 700	10 000	20,20
9	594	259 100	37 500	14,70
11	803	37 700	4 700	11,20

- Strasse/Bahnhof: Preise basierend auf den SPR+ Leistungswerten; Zielgebiet = Agglomeration;

Grundgesamtheit = Wohnbevölkerung 15 + Jahre.

- KK = Kontaktklasse

## Marktübersicht adscreen/Neo Advertising

### adscreen Angebote/IP Multimedia

Netzwerk	Standorte	Screens	Frequenz	Beachtung in %
Autobahnraststätten	21	54	276 129	39
Canal Poste	234	360	1 122 264	53
Healthcare & Beauty Channel	325	325	429 000	100
Manor Food	33	656	1 232 765	54
Media Markt Saturn Instore TV	23	4 000	340 566	60
Militärkasernen	29	66	226 920	69
Moving Ads Sommer	19	65	55 706	100
Moving Ads Winter	19	65	134 400	100
Livesystems	996	1 059	3 289 888	100
Migrol/Shell	76	532	542 108	90
Migrolino	35	35	241 570	56
Tamoil	77	408	237 342	90
Valora Instore TV	163	490	194 520	100

\* Standard Spotlänge bei Media Markt Saturn Instore TV: 30"

DP = Die Post  
 EM = Excom Media  
 GM = Goldbach Media  
 NA = Neo Advertising  
 LS = Livesystems

Quelle: IG adscreen

### Neo Advertising

Netzwerk	Anzahl Standorte	Anzahl Screens
Messegelände Palexpo	1	70
Shopping Center	49	623
Coop Pronto	167	167
Luxury TV	3	6
Genève Aéroport	1	29

Quelle: Neo Advertising, Dezember 2011

OTS Faktor in %	Brutto- kontakte	Bruttopreis 1 Woche 10"-Spot in CHF	10"-TKP (Bruttokontakte) in CHF	Vermarkter
500	538 452	4 180	8	GM
122	725 656	6 435	9	DP, GM, NA
100	429 000	6 513	15	EM, GB
100	665 693	5 090	7	GM
375	766 274	4 140*	5,4*	GM
333	521 916	3 932	8	GM
100	55 706	7 088	127,23	MA, GM
100	134 400	11 272	84	MA, GM
150	4 934 832	32 760	6,6	LS, GM
75	365 923	7 235	20	GM
100	135 279	2 671	20	GM
75	106 206	3 863	24	GM
100	194 520	14 438	10,6	GM, Valora, Mediabox

Sprach- regionen	Brutto- Kontakte	Preis 10" (2 Wochen)	Gewichtet TKP 10" CHF
F	735 000	10 000	13,60
D,F,I	5 058 230	49 500	9,80
D,F,I	2 868 000	33 400	11,70
F	104 000	5 500	52,88
F	532 616	36 000	86,36



## Tarifübersicht Kino Januar–Juni 2012

### Tarife Kino National

	Kinos	Ø Besucher pro Woche	Periode 1 (5.1.–1.2.) Preis/1" in CHF	Periode 2 (2.2.–29.2.) Preis/1" in CHF
<b>Nationale Pools</b>				
Deutsche Schweiz	317	201 000	1 686	2 058
Französische Schweiz	134	88 000	687	1 009
Italienische Schweiz	20	10 000	108	103
<b>Gesamte Schweiz</b>				
	<b>471</b>	<b>299 000</b>	<b>2 307</b>	<b>2 949</b>
<b>Center-Pools</b>				
Basel	26	18 000	165	201
Bern	51	34 000	315	384
Lugano	8	10 000	114	109
Luzern	25	18 000	168	205
Genf	33	28 000	238	350
Lausanne	53	33 000	284	417
St.Gallen/Schaffhausen	37	22 000	203	248
Zürich	93	64 000	595	726
<b>Key Cities Pool</b>				
Zürich, Basel, Genf, Lausanne, Bern, Luzern	222	197 000	1 611	2 059
<b>Agglo Pool</b>				
Zürich, Basel, Genf, Bern, Lausanne, Luzern, St. Gallen, Winterthur, Baden, Lugano, Biel, Freiburg, Aarau, Vevey, Neuenburg, Zug	339	263 000	2 073	2 650

Sekundenpreise pro Woche, exkl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten

#### Genrebuchung

Folgende Filmgenres können belegt werden:

Action/Thriller, Romance/Drama, Comedy/Musical, Art/Documentary, Family/Kids

Quelle: *Publicitas Cinecom AG*

Mürtschenstrasse 39, Postfach, 8010 Zürich

Telefon 044 250 31 21, Fax 044 250 31 22

E-Mail [cinema@publicitas.com](mailto:cinema@publicitas.com), [www.publicitas.ch/cinecom](http://www.publicitas.ch/cinecom)

Periode 3 (1.3.–28.3.) Preis/1" in CHF	Periode 4 (29.3.–25.4.) Preis/1" in CHF	Periode 5 (26.4.–30.5.) Preis/1" in CHF	Periode 6 (31.5.–27.6.) Preis/1" in CHF	Ø Preis 2012 Preis/1" in CHF
2 122	2 040	1 884	1 209	2 117
1 148	1 050	875	524	935
113	123	115	64	112
<b>3 147</b>	<b>2 988</b>	<b>2 673</b>	<b>1 672</b>	<b>2 942</b>
208	200	184	118	207
396	381	352	226	395
119	130	122	68	118
211	203	188	120	211
398	364	303	182	324
474	434	361	217	386
256	246	227	146	255
749	720	665	427	747
2 198	2 087	1 867	1 167	2 055
2 827	2 685	2 402	1 502	2 644

## Tarifübersicht Kino Juli–Dezember 2012

### Tarife Kino National

	Kinos	Ø Besucher pro Woche	Periode 7 (28.6.–25.7.) Preis/1" in CHF	Periode 8 (26.7.–29.8.) Preis/1" in CHF
<b>Nationale Pools</b>				
Deutsche Schweiz	317	201 000	1 995	1 765
Französische Schweiz	134	88 000	775	761
Italienische Schweiz	20	10 000	56	29
<b>Gesamte Schweiz</b>				
	<b>471</b>	<b>299 000</b>	<b>2 628</b>	<b>2 376</b>
<b>8 Center-Pools</b>				
Basel	26	18 000	195	173
Bern	51	34 000	372	329
Lugano	8	10 000	59	31
Luzern	25	18 000	199	176
Genf	33	28 000	268	264
Lausanne	53	33 000	320	314
St. Gallen/Schaffhausen	37	22 000	241	213
Zürich	93	64 000	704	622
<b>Key Cities Pool</b>				
Zürich, Basel, Genf, Lausanne, Bern, Luzern	222	197 000	1 835	1 659
<b>Agglo Pool</b>				
Zürich, Basel, Genf, Bern, Lausanne, Luzern, St. Gallen, Winterthur, Baden, Lugano, Biel, Freiburg, Aarau, Vevey, Neuenburg, Zug	339	263 000	2 361	2 135

Sekundenpreise pro Woche, exkl. MwSt., Tarifänderungen vorbehalten

#### Genrebuchung

Folgende Filmgenres können belegt werden:

Action/Thriller, Romance/Drama, Comedy/Musical, Art/Documentary, Family/Kids

Quelle: *Publicitas Cinecom AG*

Mürtschenstrasse 39, Postfach, 8010 Zürich

Telefon 044 250 31 21, Fax 044 250 31 22

E-Mail [cinema@publicitas.com](mailto:cinema@publicitas.com), [www.publicitas.ch/cinecom](http://www.publicitas.ch/cinecom)

Periode 9 (30.8.–3.10.) Preis/1" in CHF	Periode 10 (4.10.–31.10.) Preis/1" in CHF	Periode 11 (1.11.–28.11.) Preis/1" in CHF	Periode 12 (29.11.–2.1.) Preis/1" in CHF	Ø Preis 2012 Preis/1" in CHF
1 769	2 349	3 138	3 385	2 117
725	918	1 358	1 388	935
116	122	183	212	112
<b>2 428</b>	<b>3 152</b>	<b>4 352</b>	<b>4 635</b>	<b>2 942</b>
173	230	307	331	207
330	438	586	632	395
123	129	194	224	118
176	234	312	337	211
251	318	471	481	324
300	379	561	573	386
213	283	379	408	255
624	828	1 107	1 194	747
1 696	2 201	3 040	3 237	2 055
2 181	2 832	3 911	4 165	2 644

## Horizonte erweitern – Chancen nutzen

Nutzen Sie die Vorteile, die Ihnen eine Zusammenarbeit mit GfK Switzerland bietet:

### Marktführer

Mit einem Marktanteil von 33% ist GfK Switzerland das führende Institut der Schweizer Marktforschung\*. Seit mehr als 50 Jahren ist GfK Switzerland mit umfassender Handels-, Konsumenten- und Medienforschung am Puls des Schweizer und vermehrt auch des internationalen Marktes.

GfK Switzerland bietet sowohl Panel- als auch qualitative und quantitative Ad-hoc-Marktforschung aus einer Hand. 290 Vollzeitbeschäftigte am Hauptsitz in Hergiswil (NW) und in sämtlichen Aussenstellen bieten den Kunden professionellen Service.

### Internationalität

GfK Switzerland ist Teil der internationalen GfK Gruppe. Weltweit ist die Nummer 5 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 11 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,29 Milliarden Euro.

### Full-Service-Anbieter

Von der Datenbeschaffung erfolgsrelevanter Informationen über die anschauliche Aufbereitung bis hin zur anwendungsorientierten Umsetzungsberatung mit klaren Empfehlungen für das Management: unsere Spezialisten aus den Fachressorts unterstützen Sie gerne persönlich bei Ihren Markt- und Marketingentscheidungen.

### Geschichte

- 1959 Gründung als Institut für Haushalts-Analysen
- 1975 Fusion mit der Schweizerischen Gesellschaft für Marketing GfM
- 1999 IHA-GfM wird 100%ige Tochter der GfK AG, Nürnberg
- 2002 Namensänderung in IHA-GfK AG
- 2009 50-Jahr-Jubiläum und Namensänderung in GfK Switzerland AG
- 2010 Integration der GfK Trustmark AG, Zürich
- 2011 Integration von GfK SirValUse, Biel

### GfK. Growth from Knowledge.

#### Vorsprung durch Wissen.

Wir freuen uns, mit unserem Wissen und unseren Services Ihren Vorsprung zu unterstützen.

\*gemäß vsms-Branchenstatistik 2010

## Tochtergesellschaften der GfK Switzerland

### GfK Telecontrol AG

Seit mehr als 20 Jahren ist GfK Telecontrol AG eines der führenden Unternehmen im Bereich elektronischer Publikumsmessung und wurde bereits 1985 in Deutschland und der Schweiz eingeführt. Die GfK Telecontrol AG ist auf organisatorischer Ebene eine Tochter von GfK Switzerland. Unter dem Label «Telecontrol Gruppe» werden gemeinsam auf nationaler und internationaler Ebene anspruchsvolle Projekte in der Radio- und Fernsehforschung abgewickelt. An 365 Tagen im Jahr werden fehlerfrei und termingerecht Publikumsdaten geliefert, die Werbeauftraggebern und Programmplanern eine solide Entscheidungsbasis für die Preisgestaltung von Werbung und Medienplanung ermöglichen.

[www.telecontrol.ch](http://www.telecontrol.ch)

### Media Focus

Media Focus ist ein Joint Venture der von GfK Switzerland mit The Nielsen Company/Nielsen Media Research. Media Focus ist somit Teil eines weltweit führenden Netzwerkes im Bereich der Werbe- und Medienforschung, das sich auf das Messen von Werbeaufwendungen spezialisiert hat. In allen klassischen Werbemedien (Zeitungen, Zeitschriften, Fernsehen, Radio, Plakat, Kino, Internet und Teletext) werden die Werbeaktivitäten von Firmen und Produkten erhoben. Die Erfassung, Bewertung und Kategorisierung der Werbeaufwendungen erlaubt es den Kunden von Media Focus, tiefe Einsichten in die Werbemärkte zu erlangen.

[www.mediafocus.ch](http://www.mediafocus.ch)

## Tochtergesellschaften der GfK Gruppe in der Schweiz

### media control AG

media control, führendes Marktforschungsunternehmen und der Full-Service-Dienstleister für Medienbeobachtung, Medienanalyse und -auswertung, ist eine Tochter der GfK-Gruppe mit Zweigstelle in der Schweiz. Media control erhebt Abverkaufs-Charts, betreibt Marktforschung u. a. in den Bereichen Entertainment (Musik, Buch, Film, Games, DVD/Video) und vermarktet die TV-Quoten. Seit 1992 vergibt media control jährlich den Deutschen Medienpreis, eine der wichtigsten und renommiertesten Auszeichnungen im Bereich Medien.

[www.media-control.de](http://www.media-control.de)

### GfK Research Matters AG

GfK Research Matters ist eine 100%ige Tochter der GfK-Gruppe und spezialisiert im Bereich internationaler Healthcare-Forschung mit Schwerpunkt Onkologie. GfK Switzerland kooperiert in diversen Feldern mit GfK Research Matters.

[www.researchmatters.com](http://www.researchmatters.com)

## Märkte, Methoden und Dienstleistungen

### HANDELSFORSCHUNG

Bereich	Business Divisions	Kurzbeschreibung	Kontaktperson
<b>Non Food</b>		Analysen von Marktentwicklungen, Marktsegmenten, Marken, Vertriebswegen und Einzel-Produkten bezüglich Verkauf, Einkauf und Bestand, Preis- und Distributionsstruktur im Handel.	Peter Fickentscher
	Baumarkt	Analyse der Warengruppen im Bereich Garten, Do-it und Automobile im Handel.	Luca Giuriato
	Do-it-yourself	Analyse der Warengruppen Elektro Powertool, Gartengeräte und Klebstoffe, usw. im Handel.	Luca Giuriato
	Elektro-Haushaltgeräte	Analysen der Warengruppen Kaffeemaschinen, Staubsauger, Bügeln, usw. im Handel.	Jürg Zweifel
	Fashion	Analysen im Bereich Bekleidung, Accessoires und Schuhe im Handel.	Sandra Wöhlert
	Foto/Optik	Analysen der Warengruppen Digitalkameras, Objektive, Memory Cards, usw. im Handel.	Jürg Zweifel
	Haustechnikmärkte	Ad-hoc-Untersuchungen im Heizungs-Sanitär-, Elektro-, Haushaltgrossgeräte- und Küchenmarkt, Distributions- und Verbreitungs-Analysen, Kunden- und Produktzufriedenheit, Service-Qualität, Trends, usw.	Clemens Zürcher
	IT/Office	Analysen der Warengruppen PC, Notebooks, Tablets, Multifunktionale Geräte, usw. im Handel.	Jürg Zweifel
	Optik	Analysen der Warengruppe Kontaktlinsen im Handel.	Luca Giuriato
	Produktekatalog (Etilize)	Weltweit grösster und umfassendster elektronischer Katalog für technische Gebrauchsgüter.	Jürg Zweifel
	Spielwaren	Analysen der Warengruppen elektronische Spielzeuge, traditionelle Spiele, Basteln, Puppen, usw. im Handel.	Kurt Meister
	Sportartikel	Analysen der Bereiche Wintersport (Ski, Snowboard, Helme, Skibrillen u.a.m.) und Ganzjahressport (Bikes, Sportschuhe, Inlineskates u.a.m.) im Handel.	Kurt Meister

## HANDELSFORSCHUNG

Bereich	Business Divisions	Kurzbeschreibung	Kontaktperson
Non Food	Telekommunikation	Analysen der Warengruppen Smartphones, Telefone, Abonemente, usw. im Handel.	Martin Baumann
	Unterhaltungselektronik	Analysen der Warengruppen TV, Audio, Recording Media, Incar Electronics, usw. im Handel.	Luca Giuriato
	Wohnungseinrichtung	Analyse der Bereiche Möbel, Einrichtung, Haushaltswaren, Heimtextilien im Handel.	Sandra Wöhlert
Handel	Center Index	Der Center Index ist ein internetbasiertes Tool für eine erleichterte Umsatzmeldung für Einkaufszenter. Neben der Erfassung bietet er online abrufbare Benchmarks für Shoppingcenter.	Mirjam Müller-Glaser
	Dokumentation «Detailhandel Schweiz»	Jährlich erscheinende aktuelle Informationen über die wichtigsten Unternehmen im Schweizer Detailhandel und Grosskonsumenten. Neu: mit Firmenadressen und Kontaktpersonen-Verzeichnis auf CD.	Jonas Hochreutener
	Dokumentation «Shoppingcenter-Markt Schweiz»	Wichtige Facts und Figures über den Shoppingcenter-Markt Schweiz auf rund 300 Seiten.	Mirjam Müller-Glaser
	GfK Markt Monitor Schweiz	Quartalsweise Publikation der GfK Switzerland zu den Entwicklungen der Märkte Non Food.	Thomas Hochreutener
	Instant Marktwissen	Topaktuelles Marktwissen zu Märkten & Branchen, Handel & Vertrieb, Kunden & Konsumenten, Trends, New Media und Wirtschaftsumfeld. Präsentationsbereit in ppt auf CD-Rom. 2x jährlich in deutsch/englisch.	Yanica Zwysig
	Total Store Report (TSR)	Auswertung der Abverkäufe des gesamten Sortiments aller relevanten Detailhändler bis auf die Stufe Warengruppe.	Peter Fickentscher



## Märkte, Methoden und Dienstleistungen

### UMFRAGENFORSCHUNG

Bereich	Business Divisions	Kurzbeschreibung	Kontaktperson
Märkte	Automobile	Quantitative und qualitative Befragungen im Bereich Automobil und Mobilität zur Servicequalität.	Guido Strothe
	Business & Technology Research	Umfrageforschung für B2B, Telekommunikation, ICT (Marktstrukturdaten/Produktforschung/360° RetailTracker/Potenzialanalysen).	Thomas Fuchs
	CRM Services	Directmarketing-Beratung, Telemarketing, Mailingaktionen, Bedarfsabklärungen, Lead-Generierung. Übernahme von Aussendienstterminierung in Kooperation mit Partnerunternehmung Cegedim Switzerland SA.	Tiziana Meyer Wermelinger
	Energie	Umfrageforschung (B2B & B2C) für EVU und Infrastrukturersteller: Optimierung Energieproduktportfolios, Benchmarking, Marktpotenzial und -strukturanalysen.	Fabian Wüst
	Finanzen & Versicherungen	Ad-hoc-Finanzmarktforschung, Tracking-Messungen und Mehrthemenbefragungen für Finanzinstitute, Versicherungen und Krankenkassen.	Johann Laut
	Gewerbe, Logistik & Transport	Potenzialanalysen, Produkt-, Bedarfs-, Konkurrenz-, Vertriebsforschung und Laufzeitmessungen.	Markus Zumbühl
	HealthCare	Forschung in der ganzen Breite und Tiefe des Gesundheitswesens (bei Ärzten, Apothekern, Drogisten, Patienten).	Christina Dahinden Haas
	Internationale Marktforschung	Koordination von Mehrländerstudien über das GfK-Netzwerk oder etablierte Auslandkontakte. Übernahme von Einzelmandaten im Ausland.	Roland Rosset

## UMFRAGENFORSCHUNG

Bereich	Business Divisions	Kurzbeschreibung	Kontaktperson
Märkte	Konsumgüter & Handel	Informationen zu Produkten, Verpackungen, Konzepten, Preisen sowie Einstellungen, Verwendungsgewohnheiten und Motiven. Analysen des Shopper-Verhaltens.	Evelyne Vogel
	Medien	Umfrageforschung für Print- und elektronische Medien (Meinungsforschung, Leser- bzw. Hörer-/Zuschauerbefragungen).	Christoph Oberli
	Romandie	Kompetenzzentrum für gesamtgesellschaftliche Marktforschungsansätze im Wirtschaftsraum der französischsprachigen Schweiz. Ausgewiesene Expertise für die Belange der Romandie und der GfK Marktforschungsprodukte.	Roland Rosset
	Sozialforschung	Empirische Untersuchungen über gesellschaftliche Zusammenhänge und Entwicklungen für Bundesämter, Verwaltungen, Gemeinden, Verbände, Parteien, Hochschulinstitute und Non-Profit-Organisationen.	Markus Zumbühl
	Tourismus	Gästabefragung, Gästezufriedenheit, Potenzialanalysen, Image von Fremdenverkehrs-Orten, Service-Qualität, Erhebung für die Reisebranche, Reiseverhalten, Mystery Visitings.	Markus Zumbühl

## Märkte, Methoden und Dienstleistungen

### UMFRAGENFORSCHUNG

Bereich	Business Divisions	Kurzbeschreibung	Kontaktperson
Methoden	Brand & Communication Research	360°-Evaluation der Kommunikationseffizienz und Identifikation wichtiger Potenziale für die Markenstrategie und Markenpositionierung.	Sara Meyer
	BusinessReflector	Eine standardisierte Erhebung von Reputation, Bekanntheit und Image des Unternehmens im Konkurrenzumfeld.	Matthias Vonwil
	Kundenzufriedenheit & Mystery Shopping	Massgeschneiderte Forschung zur Bestimmung zentraler Treiber der Kundenzufriedenheit als Grundlage zur Optimierung der Kundenbeziehung.	Simone Mutter
	Marketing Sciences (statistische Datenanalyse)	Modellierung komplexer Zusammenhänge, insbesondere Berechnung von Treibern auf die Kundenzufriedenheit oder in Funnelanalysen, sowie Conjointanalysen zur Produkteoptimierung und Segmentierungen.	Verena Gelpke
	Mitarbeiterbefragungen	Instrumente der Organisationsanalyse, um Unternehmen zu Hochleistungsorganisationen zu entwickeln: Messung von Mitarbeitercommitment und -zufriedenheit, interne Servicequalität, 360°-Beurteilung.	Liselotte Schmid
	Qualitative Marktforschung	Eine auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Forschung im Dialog mit Konsumentinnen, Experten und Opinion Leaders.	Matthias Vonwil
	User Experience	Mit User Experience Tests überprüfen wir die Nutzbarkeit von Websites, technischen Geräten oder auch Apps. Spezialisten beobachten Nutzer und evaluieren die Usability, die Relevanz und Markenwirkung.	Isabel Paar

## UMFRAGENFORSCHUNG

Bereich	Business Divisions	Kurzbeschreibung	Kontaktperson
Omnibus	Apotheker- & Drogisten-Omnibus	Apotheker- und Drogisten-Omnibus (Mehrthemenbefragung). 11 Wellen pro Jahr. 110 Apotheker und/oder 50 Drogisten pro Welle repräsentativ nach Region und Apotheker/Drogist.	Katja Jooss
	Ärzte-Omnibus	Ärzte-Omnibus (Mehrthemenbefragung). 11 Wellen pro Jahr. 120 Allgemeinpraktiker/Internisten pro Welle repräsentativ nach Region und Fachrichtung.	Katja Jooss
	Eurobus	1000 persönliche Interviews pro Monat in jedem der über 20 Länder in Europa. Gibt Aufschluss über Märkte, Meinungen und ihre Entwicklung usw.	Urs Limacher
	Grossverbraucher-Omnibus	Der Grossverbraucher-Omnibus ermöglicht zweimal pro Jahr eine schnelle und kostenattraktive Durchführung von Interviews bei Gastronomie- und institutionellen Grossverbraucherbetrieben.	Martin Fenböck
	Interbus	500 persönliche, computergestützte (CAPI) Interviews alle 14 Tage zur Erhebung von Basisinformationen wie z. B. Bekanntheitsgrad, Verwendung und Kaufabsicht. Dank Computereinsatz multimedia-tauglich.	Urs Limacher
	Onlinebus	Wöchentlich bis zu 1000 Online-Interviews in der Deutsch- und Westschweiz. Es besteht die Möglichkeit, Logos, Filme oder Sound einzubinden. Dank Online-Reporting sind Sie jederzeit «live» dabei.	Urs Limacher
	Telebus	2 x 500 telefonische Interviews pro Woche zur Erhebung aktueller Daten über Bekanntheitsgrad von Produkten und Marken, Produktpenetration, Kauforte, Kaufmotive, usw.	Urs Limacher

## Das Markt- und Meinungsforschungsbriefing: Inhalte, Vorgehen

Gegenseitiges Vertrauen und eine intensive Kommunikation zwischen Auftraggeber und dem beauftragten Institut sind wichtige Faktoren für die Erreichung der Untersuchungsziele. Die detaillierte und umfassende Einbindung der projektverantwortlichen Mitarbeiter beim Mafo-Institut in die Problemstellung sichert eine hohe Zielerreichung in Bezug auf eine optimale Problemdiagnose, Methodenwahl und Ergebnisumsetzung.

### Checkliste Briefing

(\*Musts)

Nachfolgend die wichtigsten Hinweise zur Ausarbeitung eines Untersuchungsbriefings zur Konzepterarbeitung und Offerte zu Händen des Markt- und Meinungsforschungsinstitutes.

#### 1 Ausgangslage\*

- Informationen über den Studienhintergrund: Markt, Branche, Konkurrenz-Situation, Unternehmung (Umfang und Detaillierungsgrad der Situation angepasst)
- Klare Deklaration der Problemstellung
- Untersuchungszweck, Konsequenzen für die Untersuchung, Erwartungen an die Studie

#### 2 Zielsetzungen\*

- Formulierung der Unternehmenszielsetzung(en) im Zusammenhang mit der vorliegenden Problemstellung
- Formulierung der Zielsetzungen an die beabsichtigte Untersuchung (klare Gliederung in Hauptziel und Nebenziele)
- Rahmenbedingungen wie z. B.:
  - Zeitliche oder finanzielle Restriktionen
  - Politische Restriktionen, Datenschutz, Geheimhaltung
  - Zur Verfügung stehende Testmaterialien

#### 3 Methodenvorschlag

Je nach Situation kann hier vom Auftraggeber ein Methodenvorschlag eingebracht werden.

Den Methodenspezialisten des Institutes fällt die Aufgabe zu, ein adäquates Untersuchungs- und Methodenkonzept zu erarbeiten.

#### 4 Universum, Stichprobe und Zielgruppe

Auch hier können vom Auftraggeber Vorschläge unterbreitet werden – diese sollten vom Auftragnehmer kritisch überprüft und allenfalls in Form eines optionalen Vorschlags optimiert werden.

- *Universum\**:  
Angaben über die der Befragung zu Grunde liegende Grundgesamtheit (Zielgruppe)
- *Stichprobengröße*:  
Allfällige Angaben in Bezug auf den Stichprobenumfang  
Vorgabe allfälliger Teilssegmente, welche speziell interpretiert werden sollen  
Vorgabe eines möglichen Signifikanzintervalls
- *Stichprobenverfahren*:  
Allfällige Deklaration des Vorgehens zur Stichprobenbildung
- *Adressdaten*:  
Informationen der für die Untersuchung zur Verfügung stehenden Adressdaten

## 5 Fragebogen\*

Auflistung aller gewünschten Fragestellungen in Form von Programmfragen. Diese noch nicht befragungsreifen Ausführungen werden nach Auftragserteilung – im Rahmen des Studienprozesses – durch Spezialisten ausformuliert und dem Auftraggeber vor der Feldarbeit zum finalen Okay unterbreitet.

Bei der Auflistung des Fragenkatalogs ist stets die Länge im Auge zu behalten (Aussagekraft: je kürzer, desto valider sind die Ergebnisse; Kostendimension).

## 6 Ergebnisform\*

Auflistung des gewünschten Reportings. Beispiele:

- Rohdaten (ASCII-File, SPSS-File, Excel-File)
- Kreuztabellen
- Chartpaket
- Schriftlicher Report
- Persönliche Präsentation der Ergebnisse
- Workshop
- Customized Tools (Excel, Access)
- Online-Portallösungen (Dashboards, Tabellierungstools)

Standardgemäss wird die Ergebnisauslieferung von einem ausführlichen Studienbeschrieb mit allen technischen Informationen der Untersuchung begleitet.

## 7 Budget

Auflistung ist nicht zwingend, kann aber für die Dimensionierung des Konzepts ein wichtiger Hinweis sein.

## 8 Timing\*

Auflistung wichtiger zeitlicher Eckwerte. Mindestinformationen:

- Eingabetermin für die Offerte
- Ablieferungstermin für Endergebnisse

## 9 Ergänzungen

Vorhandensein von Testmaterialien, Incentives, Konzepten, usw.  
Regelung von weiteren studienrelevanten Punkten.

## Datenschutz und Datenqualität bei GfK Switzerland

### Sicherheit schafft Vertrauen

---

Datenschutz hat für GfK Switzerland elementare Bedeutung. Wir unternehmen sehr hohe technische sowie organisatorische Anstrengungen, um die Datensicherheit von Personendaten umfassend und langfristig zu gewährleisten.

### Gesetzliche Regelungen

- GfK Switzerland befolgt strikt die im Schweizerischen Datenschutzgesetz (DSG CH) enthaltenen Grundsätze zum Datenschutz.
- GfK Switzerland respektiert die Privatsphäre (Art. 13 der Bundesverfassung) von Personen, deren Daten verarbeitet werden.

### Interne Regelungen

- GfK Switzerland achtet darauf, dass bei der Verarbeitung von Personendaten die gesetzlichen Bestimmungen und Grundsätze international anerkannter Geschäftsgepflogenheiten eingehalten werden (Corporate Guidelines).
- GfK Switzerland verfügt über eine Dataprivacy-Policy (Datenschutzrichtlinie), in welcher sämtliche Massnahmen zur Datensicherheit von Personendaten bezüglich Vertraulichkeit, Verfügbarkeit und Integrität geregelt sind.
- Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden in eigenen Dataprivacy-Kursen laufend geschult.
- Im Personalreglement ist der Bereich Datenschutz zusätzlich verankert und verpflichtet die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zur Einhaltung strikter Regeln, die bei Nichtbeachtung rechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.
- Die allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) enthalten einen eigenen Abschnitt zu Datenschutz und Geheimhaltung. Markt-, Meinungs- und Sozialforschungsdaten werden nur in anonymisierter Form an den Auftraggeber weitergegeben.

### Regelungen der Berufsverbände vsms und ESOMAR

Unser Institut übt seine Tätigkeit im Sinne beratender Dienstleistungen in Übereinstimmung mit den anerkannten Regeln des Berufsstandes aus. Diese Regeln ergeben sich

- aus den Kodizes und Richtlinien der ESOMAR (The World Association of Research Professionals) und
- aus den Richtlinien des vsms (Verband Schweizer Markt- und Sozialforscher). Sie sind für das Institut verbindlich.

## Datenschutzgütesiegel «Good Priv@cy» von SQS

---

Seit 2008 ist GfK Switzerland das einzige Schweizer Marktforschungsinstitut, dessen Umfrageforschung die anspruchsvollen Auflagen des Datenschutzgütesiegels «Good Priv@cy» der SQS (Schweiz. Vereinigung für Qualitäts- und Management-Systeme) erfüllt und mit diesem Gütesiegel zertifiziert wurde.

Das Datenschutzgütesiegel «Good Priv@cy» dokumentiert:

- Systematik und die Einhaltung der gesetzlichen Vorschriften im Bereich Datenschutz, insbesondere den sicheren Umgang mit Personendaten beim Erheben und in der Bearbeitung;
- Sensibilisierung bezüglich Datenschutz- und Informationssicherheitsrisiken und Gewährleistung der Informationssicherheit;
- das Bekenntnis zu einer kontinuierlichen Verbesserung des Datenschutzes und der Informationssicherheit;
- gesetzeskonformes Verhalten.

## Bürgt für Prozessqualität: ISO-Zertifizierung

---

Im selben Auditverfahren wurden gleichzeitig auch die Anforderungen für die Aufrechterhaltung für das ISO-Zertifikat 9001:2008 und SQS 9004 ein weiteres Mal erfüllt. Auch hier war GfK Switzerland das erste Marktforschungsinstitut mit erfolgreicher Zertifizierung in der Schweiz – und das seit fast 15 Jahren.

GfK Switzerland überprüft beispielsweise 15–20% aller Feldinterviews stichprobenmässig und einem Zufallsverfahren folgend mit einer telefonischen Nachkontrolle. So wird unter anderem kontrolliert, ob das Interview auch wirklich durchgeführt worden ist. Von dieser Kontrolle ist jeder Befragter bei jeder Studie mindestens einmal betroffen. Der Ablauf von Telefoninterviews wird überwacht, nachgelagerte und international standardisierte Software mit Plausibilitätskontrolle lokalisiert systematisch Fehlangaben.

## Vertrauen verpflichtet – gerade in der Marktforschung

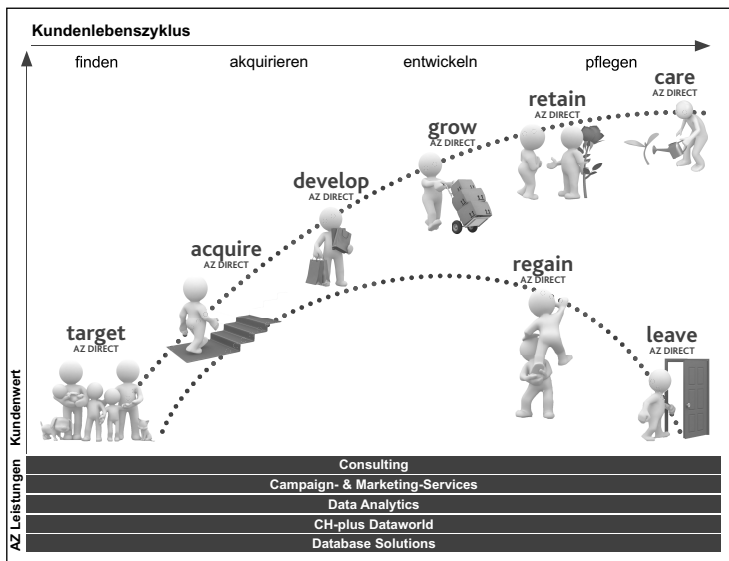
---

Die Kunden wollen sicher sein, dass die Ergebnisse der Feldforschungen, Online- und Telefonbefragungen auch wirklich stimmen. Datenschutzgütesiegel und ISO-Zertifizierungen sind zusätzliche, beruhigende Sicherheitspolster für die Kunden von GfK Switzerland.



## Mit AZ Direct zu neuen Geschäftspotenzialen

AZ Direct bietet Ihnen massgeschneiderte Lösungen entlang des gesamten Kundenlebenszyklus. Ob Neukunden finden und gewinnen oder Kunden weiterentwickeln und binden – alles wird einfacher für Sie. Und bringt Ihnen mehr.



Je enger Sie die AZ Direct einbinden, desto besser die Wirkung. Ideal ist deshalb die Gesamtbegleitung: Von Analysen über die Definition der Ziele die Potenzialbestimmung bis zur Umsetzung. Sämtliche Leistungen können Sie selbstverständlich auch punktuell einsetzen.

Mehr Informationen finden Sie im Internet. Surfen Sie gleich vorbei: [www.az-direct.ch](http://www.az-direct.ch).

Haben Sie konkrete Fragen oder ein Projekt? Rufen Sie uns an: **041 248 44 55**.  
Oder senden Sie uns eine E-Mail: [info@az-direct.ch](mailto:info@az-direct.ch).

**Finden Sie zu neuen Geschäftspotenzialen – lassen Sie sich jetzt von uns beraten!**

AZ Direct AG | Blegistrasse 1 | Postfach 94 | CH-6343 Rotkreuz  
Phone: +41 41 248 44 44 | Fax: +41 41 248 44 88

[www.az-direct.ch](http://www.az-direct.ch)

**arvato**  
AZ DIRECT

## GfK Switzerland Custom Research: Infrastruktur 2011

- 86 festangestellte Mitarbeiter/innen
- 46 000 persönliche, 221 000 telefonische, 129 000 schriftliche und 456 000 Online-Interviews
- 125 Fokusgruppen und 650 qualitative Einzelexplorationen

### Feldorganisation für persönliche Interviews

- 500 Interviewer/innen
- 500 Mystery Shopper/innen
- 4 Feldsachbearbeiter/innen für Schulung, Einsatzplanung und -überwachung
- 180 Laptops für computergestützte persönliche Interviews (CAPI)

### Telefonlabors in Hergiswil und Lausanne

- 400 Interviewer/innen
- 9 Supervisor/innen für Schulung, Einsatzplanung und -überwachung
- 160 computergestützte Telefonstationen (CATI) mit Power Dialing, d.h. automatisches Wählsystem

### Teststudios in Luzern, Zürich und Lausanne

In den topmodern eingerichteten Teststudios in Luzern, Zürich und Lausanne werden Produkttests, Konzepttests, Regaltests und Werbe-Pretests durchgeführt. Die Teststudios werden auch an Externe vermietet.

### SirValUse Biel

Die Zusammenarbeit mit SirValUse Consulting in Hamburg und München ermöglicht uns den Einbezug erfahrener Experten: SirValUse ist das führende Unternehmen für Usability- und User Experience-Beratung in Europa. GfK ist seit 1. April 2010 daran beteiligt.

### EDV-Abteilung

GfK Switzerland betreibt eine umfangreiche und mächtige IT-Infrastruktur. Wir verfügen über langjährige Erfahrung und spezialisierte Lösungen im Bereich Datenbank- und Softwareentwicklung, Programmierung, Datenauswertung und Portallösungen.

### Mehrthemenbefragungen

Jeder Auftraggeber kann einzelne Fragen exklusiv zu einem günstigen Preis stellen lassen. Die Stichprobengrösse kann durch Kumulation einzelner Befragungswellen beliebig vergrössert werden.

### Repräsentative Mehrthemenbefragungen für alle Methoden

- Interbus: persönlicher Omnibus mit 500 Interviews alle 2 Wochen
  - Telebus: wöchentlich 500 oder 1000 telefonische Interviews
  - Onlinebus: bis zu 1000 Online-Interviews pro Woche
- Mehrthemenbefragungen bei Spezialstichproben: Ärzte, Apotheker, Grossverbraucher (Hotels, Restaurants, Cafés, Kantinen).

### Zur GfK Gruppe

Die GfK Gruppe bietet das grundlegende Wissen, das Industrie, Handel, Dienstleistungsunternehmen und Medien benötigen, um Marktentscheidungen zu treffen. Ihr umfassendes Angebot beinhaltet Informations- und Beratungsservices in den drei Sektoren Custom Research, Retail and Technology and Media. Weltweit ist die Nummer 5 der Marktforschungsunternehmen in mehr als 100 Ländern aktiv und beschäftigt über 11 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Im Jahr 2010 betrug der Umsatz der GfK Gruppe 1,29 Milliarden Euro.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.gfk.com](http://www.gfk.com)  
 Folgen Sie uns auf Twitter: [www.twitter.com/gfk\\_gruppe](http://www.twitter.com/gfk_gruppe)

## Konfidenzintervalle<sup>1</sup> für Stichprobengrößen von 100 bis 2000

Irrtumswahrscheinlichkeit = 5,0%

Konfidenzintervall in %

Stichproben- größe		0%	2%	5%	10%	12%	15%	20%
100	von	0,00	0,24	1,64	4,90	6,36	8,65	12,67
	bis	3,62	7,04	11,28	17,62	20,02	23,53	29,18
150	von	0,00	0,41	2,11	5,71	7,27	9,70	13,92
	bis	2,43	5,73	9,81	15,96	18,30	21,74	27,30
200	von	0,00	0,55	2,42	6,22	7,84	10,35	14,69
	bis	1,83	5,04	9,00	15,02	17,33	20,72	26,22
300	von	0,00	0,74	2,83	6,85	8,55	11,16	15,62
	bis	1,22	4,30	8,11	13,97	16,22	19,55	24,98
400	von	0,00	0,87	3,08	7,24	8,98	11,65	16,19
	bis	0,92	3,90	7,62	13,37	15,59	18,88	24,26
500	von	0,00	0,96	3,26	7,51	9,28	11,98	16,58
	bis	0,74	3,65	7,29	12,97	15,18	18,44	23,78
600	von	0,00	1,04	3,40	7,72	9,51	12,24	16,87
	bis	0,61	3,47	7,06	12,68	14,87	18,11	23,43
800	von	0,00	1,15	3,60	8,01	9,83	12,60	17,28
	bis	0,46	3,23	6,75	12,29	14,46	17,67	22,94
1000	von	0,00	1,23	3,73	8,21	10,05	12,84	17,56
	bis	0,37	3,07	6,54	12,03	14,18	17,37	22,62
1200	von	0,00	1,29	3,84	8,36	10,21	13,03	17,77
	bis	0,31	2,96	6,39	11,84	13,97	17,15	22,38
1500	von	0,00	1,35	3,95	8,53	10,40	13,23	18,00
	bis	0,25	2,84	6,23	11,63	13,75	16,91	22,12
2000	von	0,00	1,43	4,09	8,72	10,61	13,46	18,27
	bis	0,18	2,71	6,05	11,40	13,51	16,64	21,82

<sup>1</sup> Die Berechnung der Konfidenzintervalle für einen unbekanntem Anteilswert aus einer dichotomen Grundgesamtheit erfolgt mit Hilfe der Binomialverteilung. Das Konfidenzintervall ist im Spezialfall  $p = 50\%$  symmetrisch, ansonsten asymmetrisch. Bei einem grossen Stichprobenumfang und nicht kleinem  $p$  bzw.  $(100\%-p)$  ist die Voraussetzung für eine hinreichende Approximation an die Normalverteilung gegeben. In diesem Fall kann folgende Formel angewendet werden:

$$KI_{95} = p \pm 1,96 \frac{\sqrt{p \cdot (100\% - p)}}{\sqrt{n}}$$

$p$  = Anteilswert (z. B. Marktanteil)  
 $1,96$  = z-Wert der Standardnormalverteilung (95%-Konfidenzintervall)

## Anteilswerte

30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	95%
21,24 39,98	30,33 50,28	39,83 60,17	49,72 69,67	60,02 78,76	70,82 87,33	82,38 95,10	88,72 98,36
22,80 38,01	32,10 48,31	47,74 58,26	51,69 67,90	61,99 77,20	72,70 86,08	84,04 94,29	90,19 97,89
23,74 39,86	33,15 47,15	47,87 57,13	52,85 66,85	63,14 76,26	73,78 85,31	84,98 93,78	91,00 97,58
24,87 35,53	34,41 45,79	44,20 55,80	54,21 65,59	64,47 75,13	75,02 84,38	86,03 93,15	91,89 97,17
25,55 34,75	35,16 44,99	44,99 55,01	55,01 64,84	65,25 74,45	75,74 83,81	86,63 92,76	92,38 96,92
26,01 34,23	35,68 44,44	45,53 54,47	55,56 64,32	65,77 73,99	76,22 83,42	87,03 92,49	92,71 96,74
26,36 33,84	36,05 44,04	45,92 54,08	55,96 63,95	66,16 73,64	76,57 83,13	87,32 92,28	92,94 96,60
26,84 33,31	36,58 43,49	46,48 53,52	56,51 63,42	66,69 73,16	77,06 82,72	87,71 91,99	93,25 96,40
27,17 32,95	36,95 43,11	46,85 53,15	56,89 63,05	67,05 72,83	77,38 82,44	87,97 91,79	93,46 96,27
27,42 32,68	37,21 42,84	47,13 52,87	57,16 62,79	69,32 72,58	77,62 82,23	88,16 91,64	93,61 96,16
27,69 32,39	37,51 42,53	47,44 52,56	57,47 62,49	67,61 72,31	77,88 82,00	88,37 91,47	93,77 96,05
28,00 32,06	37,84 42,19	47,79 52,21	57,81 62,16	67,94 72,00	78,18 81,73	88,60 91,28	93,95 95,91

Konfidenzintervalle<sup>1</sup> für eine Stichprobe von 1000

Die Vertrauensbereiche für einen Prozentsatz ergeben sich aus dem Schnittpunkt von 10ern und 1ern.  
 Siehe Beispiel für 24%: Konfidenzintervall entspricht 21,38–26,77%.

Konfidenzintervall in %		Anteilswerte in %									
Prozent	1er	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<b>10er</b>											
0	von	0,00	0,48	1,23	2,03	2,87	3,73	4,61	5,50	6,39	7,30
	bis	0,37	1,83	3,07	4,26	5,41	6,54	7,66	8,76	9,86	10,95
10	von	8,21	9,13	10,05	10,98	11,91	12,84	13,78	14,72	15,67	16,61
	bis	12,03	13,11	14,18	15,24	16,31	17,37	18,42	19,47	20,52	21,57
20	von	17,56	18,51	19,47	20,42	21,38	22,34	23,31	24,27	25,24	26,20
	bis	22,62	23,66	24,70	25,74	26,77	27,80	28,84	29,87	30,89	31,92
30	von	27,17	28,14	29,12	30,09	31,06	32,04	33,02	34,00	34,98	35,96
	bis	32,95	33,97	34,99	36,01	37,03	38,05	39,06	40,08	41,09	42,10
40	von	36,95	37,93	38,92	39,91	40,89	41,89	42,88	43,87	44,86	45,86
	bis	43,11	44,12	45,13	46,14	47,14	48,14	49,15	50,15	51,15	52,15
50	von	46,85	47,85	48,85	49,85	50,85	51,86	52,86	53,86	54,87	55,88
	bis	53,15	54,14	55,14	56,13	57,12	58,11	59,11	60,09	61,08	62,07
60	von	56,89	57,90	58,91	59,92	60,94	61,95	62,97	63,99	65,01	66,03
	bis	63,05	64,04	65,02	66,00	66,98	67,96	68,94	69,91	70,88	71,86
70	von	67,05	68,08	69,11	70,13	71,16	72,20	73,23	74,26	75,30	76,34
	bis	72,83	73,80	74,76	75,73	76,69	77,66	78,62	79,58	80,53	81,49
80	von	77,38	78,43	79,48	80,53	81,58	82,63	83,69	84,76	85,82	86,89
	bis	82,44	83,39	84,33	85,28	86,22	87,16	88,09	89,02	89,95	90,87
90	von	87,97	89,05	90,14	91,24	92,34	93,46	94,59	95,74	96,93	98,17
	bis	91,79	92,70	93,61	94,50	95,39	96,27	97,13	97,97	98,77	99,52

<sup>1</sup> Die Berechnung der Konfidenzintervalle für einen unbekanntem Anteilswert aus einer dichotomen Grundgesamtheit erfolgt mit Hilfe der Binomialverteilung.

## Beschreibung der Kaufkraftklassen

Subjektive Einschätzung des Interviewers bei mündlichen Befragungen.

### Kaufkraftklasse 1

---

Gutsituierte (Betriebsinhaber, leitende Angestellte, Selbständigerwerbende; Leute, die sich fast alles leisten können: ein schönes Haus, eine grosse, teuer möblierte Wohnung, ein teures Auto haben, Winter- und Sommerferien machen, sich sehr gut kleiden, usw.)

### Kaufkraftklasse 2

---

Oberer Mittelstand (obere, aber nicht leitende Angestellte, Beamte, Selbständigerwerbende mit mittlerem Geschäft/Praxis, gut Verdienende; schöne Wohnung, mittelgrosses Haus, Mittelklassewagen, Ferien im Hotel, usw.)

### Kaufkraftklasse 3

---

Unterer Mittelstand (Angestellte in mittleren Chargen, Facharbeiter; rechtes Einkommen ohne grosse Verpflichtungen, aber auch ohne Luxus, evtl. kleines Auto und bescheidene Ferien, vielleicht Luxus unter Verzicht auf viel anderes)

### Kaufkraftklasse 4

---

Wenig Bemittelte (Hilfsarbeiter, untere Angestellte, Leute mit eher geringem Einkommen und grossen Lasten, mehreren Kindern; jedenfalls Leute, die mit jedem Rappen rechnen müssen und sich nur das Nötigste gönnen)

**Internationales Netzwerk – 150 Unternehmen aus über 100 Ländern**



Algeria  
Argentina  
Australia  
Austria  
Azerbaijan  
Bahrain  
Belgium  
Bolivia  
Bosnia-Herzegovina  
Brazil  
Bulgaria

Cambodia  
Canada  
Chile  
China  
Columbia  
Croatia  
Czech Republic  
Denmark  
Ecuador  
Egypt  
Estonia

Finland  
France  
Germany  
Greece  
Hong Kong  
Hungary  
India  
Indonesia  
Iran  
Ireland  
Israel

Italy  
Japan  
Jordan  
Kazakhstan  
Kenya  
Kuwait  
Latvia  
Lebanon  
Lithuania  
Malaysia  
Mexico



Morocco  
Netherlands  
New Zealand  
Nigeria  
Norway  
Oman  
Paraguay  
Philippines  
Poland  
Portugal  
Qatar

Romania  
Russia  
Saudi-Arabia  
Serbia and  
Montenegro  
Singapore  
Slovakia  
Slovenia  
South Africa  
South Korea  
Spain

Sweden  
**Switzerland**  
Syria  
Taiwan  
Tanzania  
Thailand  
Turkey  
Uganda  
Ukraine  
United Arab Emirates  
United Kingdom

Uruguay  
USA  
Venezuela  
Vietnam  
Yemen



## Wichtigste Kontaktstellen

GfK Switzerland AG  
Obermattweg 9  
CH-6052 Hergiswil  
Telefon +41 (0)41 632 91 11  
Telefax +41 (0)41 632 91 23

GfK Switzerland SA  
Galerie Saint-François B  
CH-1003 Lausanne  
Telefon +41 (0)21 641 27 61  
Telefax +41 (0)21 641 27 60

info.ch@gfk.com  
www.gfk.ch

GfK Switzerland AG  
SirValUse  
Elfenaustrasse 3  
CH-2503 Biel  
Telefon +41 (0)79 777 49 63  
isabel.paar@gfk.com

GfK Switzerland AG  
Trustmark  
Siewerdstrasse 95  
CH-8050 Zürich  
Telefon +41 (0)44 392 04 07  
Telefax +41 (0)44 392 04 09  
www.gfktrustmark.ch

### Verwaltungsrat GfK Switzerland

Petra Heinlein	Präsidentin
Andreas Kron	Mitglied
Peter Meyer	Mitglied
Wilhelm Wessels	Mitglied

### Geschäftsleitung GfK Switzerland

Peter Meyer	CEO
Martin Seith	CFO
Peter Fickentscher	Retail and Technology
Dr. Ludovit Szabo	Custom Research
Bettina Hoffmann	Media Research

### Direktbestellung Vademecum:

**Impressum**      Herausgeber:  
Redaktion:  
Layout/Druck:  
Auflage:  
Erscheint:

GfK Telecontrol AG  
Obermattweg 9  
CH-6052 Hergiswil  
Telefon +41 (0)41 632 91 11  
Telefax +41 (0)41 632 91 23  
office@telecontrol.ch  
www.telecontrol.ch

Media Focus  
Stauffacherstrasse 28  
CH-8004 Zürich  
Telefon +41 (0)43 322 27 50  
Telefax +41 (0)43 322 27 55  
info@mediafocus.ch  
www.mediafocus.ch

media control AG  
Andy Renggli  
Baslerstrasse 30  
CH-8048 Zürich  
Telefon +41 (0)44 260 44 55  
Mobile +41 (0)79 658 18 71  
a.renggli@media-control.com

GfK Research Matters AG  
Picassoplatz 8  
CH-4052 Basel  
Telefon +41 (0)61 226 94 00  
Telefax +41 (0)61 226 94 01  
www.researchmatters.com

info.ch@gfk.com

GfK Switzerland AG  
Melanie Grüter  
GfK PrintCenter  
11 000 Exemplare  
Jährlich



**FSC**

[www.fsc.org](http://www.fsc.org)

**MIX**

Papier aus ver-  
antwortungsvollen  
Quellen

**FSC® C010670**