

Medienmitteilung und Grafik

(abrufbar unter <http://www.farner.ch/media/kommunikationsindex/>)

**Farner Kommunikationsindex:  
2006 weiterhin optimistischer Ausblick der Kommunikationsbranche**

Bern/Zürich, 3. Januar 2006 - Die Schweizer Wirtschaft will im Jahr 2006 weiterhin stark in den Kommunikationsbereich investieren: Dieser Trend lässt sich aus dem soeben veröffentlichten Farner Kommunikationsindex ablesen. Vier von fünf Schweizer Unternehmen haben für das Jahr 2006 ihre Kommunikationsbudgets erhöht oder mindestens auf dem Stand des Vorjahres belassen. Der Kommunikationsindex erreicht mit diesen 81 Prozent den zweithöchsten Wert seit Beginn der Messung im Jahr 2003. Einzig im Vorjahr lag der Index mit 87 Prozent noch etwas höher. Der Farner Kommunikationsindex wird vom Meinungsforschungsinstitut Isopublic im Auftrag der Farner Consulting AG erhoben und basiert auf einer repräsentativen Umfrage bei den 500 grössten Schweizer Unternehmen.

29 Prozent der Unternehmen nennen als Grund für die Budgetanpassungen die Veränderung ihres Bedarfs. 19 Prozent haben die Budgets den verfügbaren Mitteln angepasst. 51 Prozent sehen keine Veränderungsgründe.

Von höheren Budgets profitieren die Bereiche PR und Werbung im gleichen Masse, während bei Kürzungen die Werbung stärker betroffen ist. Überdurchschnittlich wachsen die Aufwendungen für Events. Kommunikation im Ausland wird von 46 Prozent der Schweizer Unternehmen betrieben. Schwerpunkte sind dabei Deutschland, die USA, der asiatische Raum und der EU-Raum insgesamt.

Der Farner Kommunikationsindex wird alljährlich erhoben. Er spiegelt die Absichten und Erwartungshaltungen der Schweizer Wirtschaft im Kommunikationsbereich.

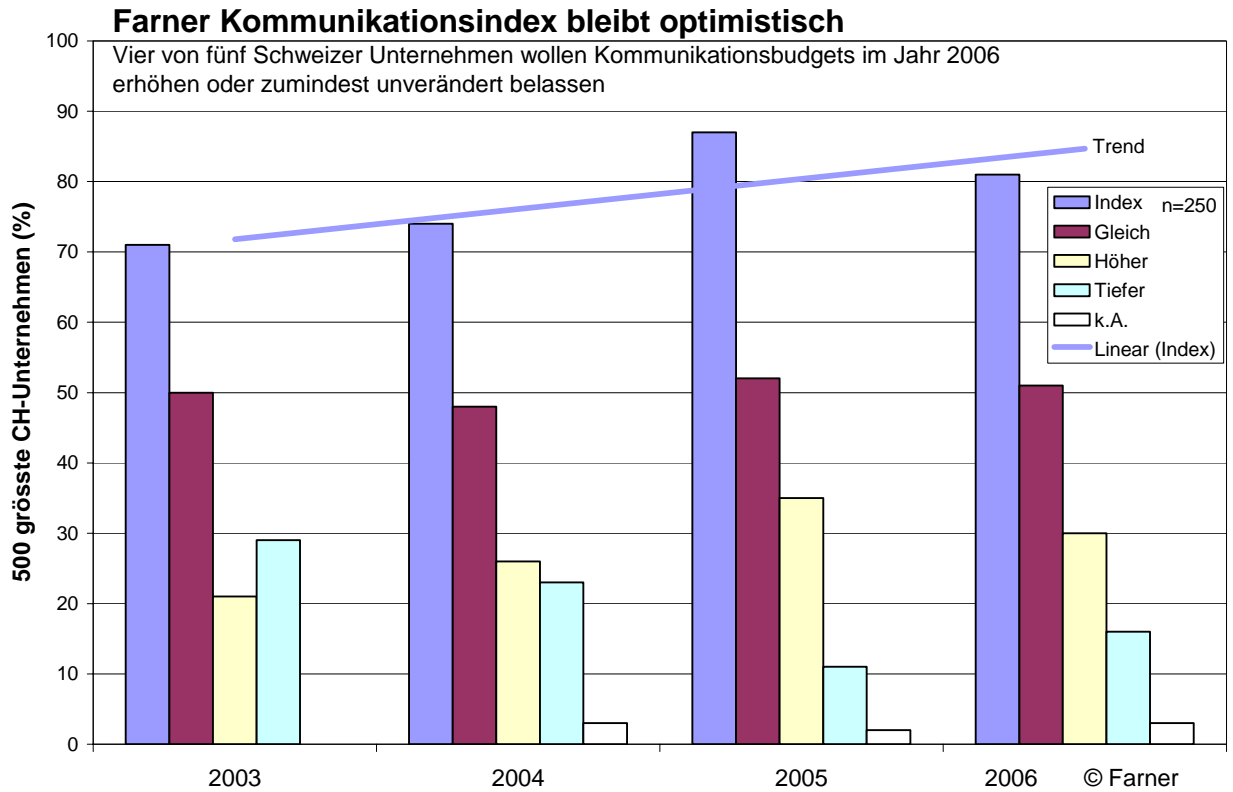
Kontakt:

Dr. Walter Spahni, Farner PR Bern

Tel. 031 312 33 11

[spahni@farner.ch](mailto:spahni@farner.ch)

Grafik: Farner Kommunikationsindex 2003-2006



Legende: Die Schweizer Wirtschaft will im Jahr 2006 weiterhin stark in den Kommunikationsbereich investieren: Dieser Trend lässt sich aus dem soeben veröffentlichten Farner Kommunikationsindex ablesen. Vier von fünf Schweizer Unternehmen haben für das Jahr 2006 ihre Kommunikationsbudgets erhöht oder mindestens auf dem Stand des Vorjahres belassen. Der Kommunikationsindex erreicht mit diesen 81 Prozent den zweithöchsten Wert seit Beginn der Messung im Jahr 2003. Der Farner Kommunikationsindex wird vom Meinungsforschungsinstitut Isopublic im Auftrag der Farner Consulting AG erhoben und basiert auf einer repräsentativen Umfrage bei den 500 grössten Schweizer Unternehmen.