WERKZEUG · KOSTENVERGLEICH

Was kostet Marketingleitung? Anstellung, Agentur und externe Leitung im Vergleich

Eine ehrliche Rechnung für Inhaberinnen und Inhaber von Schweizer KMU — mit allen Kosten, die in der Lohnzahl nicht stehen. Zum Nachrechnen mit Ihren eigenen Zahlen.

Zuerst: Was vergleichen Sie eigentlich?

Die meisten Vergleiche stellen einen Lohn neben eine Agenturrechnung und ziehen dann einen Schluss. Das greift zu kurz, weil die drei Modelle nicht dasselbe liefern. Eine angestellte Marketingleiterin führt und setzt um, ist aber eine Person mit einem Profil. Eine Agentur setzt um, führt aber nicht — sie braucht jemanden auf Ihrer Seite, der entscheidet. Eine externe Marketingleitung führt und steuert die Umsetzung, ist aber nur einen Teil der Woche da.

Die richtige Frage lautet deshalb nicht «Was ist am günstigsten?», sondern: **Wer trifft bei uns die Marketingentscheidungen, und wer setzt sie um?** Erst wenn das klar ist, lassen sich die Kosten sinnvoll vergleichen.

1 · Angestellte Marketingleitung

Für eine Marketingleiterin oder einen Marketingleiter in einem KMU der Region Zürich und Zentralschweiz liegen die Löhne 2026 grob zwischen **CHF 110’000 und 140’000 brutto pro Jahr**, für eine Marketing-Fachperson ohne Führungsrolle eher bei CHF 75’000 bis 95’000. Lohnportale zeigen eine breite Spanne; die Zahlen hier sind ein Arbeitswert, kein Marktpreis.

Dazu kommen die Arbeitgeberbeiträge. Fix sind AHV/IV/EO mit 5,3 Prozent und ALV mit 1,1 Prozent bis CHF 148’200 Lohn. Pensionskasse, Unfall-, Krankentaggeld- und Familienausgleichskasse hängen vom Alter, von Ihrer Kasse und vom Kanton ab. Als Faustregel rechnen Sie mit **12 bis 20 Prozent auf den Bruttolohn**.

Position	Annahme	Pro Jahr (CHF)
Bruttolohn Marketingleitung	Mitte der Spanne	120’000
Arbeitgeberbeiträge	ca. 15 %	18’000
Arbeitsplatz, Software, Weiterbildung	Annahme	8’000
Laufende Kosten pro Jahr		**146’000**
Rekrutierung über Personalberatung, einmalig	20–30 % des Jahreslohns	24’000–36’000

Und die Zeit: Bis eine Fachstelle besetzt ist, vergehen im deutschsprachigen Raum oft rund drei Monate, plus die Kündigungsfrist der neuen Person. In dieser Zeit passiert im Marketing meist

wenig.

Was in keiner Lohnzahl steht.

Eine einzelne Person muss Strategie, Website, Google, Social Media, Newsletter und Agentursteuerung gleichzeitig können. Das gibt es selten. Meist ist sie in zwei Bereichen stark und kauft den Rest dazu — die Agentur- oder Freelancer-Kosten kommen also oft noch obendrauf.

2 · Agentur

Schweizer Agenturen rechnen 2026 meist zwischen **CHF 120 und 200 pro Stunde**, spezialisierte Beratung auch darüber. Viele bieten Monatspakete ab rund CHF 3’000 an. Das Mediabudget für Google und Meta kommt immer dazu.

Beispiel	Annahme	Pro Jahr (CHF)
30 Agenturstunden pro Monat	à CHF 150	54’000
Mediabudget	separat, direkt an die Plattformen	nach Bedarf

Eine Agentur ist die günstigste Art, **Umsetzung** zu kaufen. Sie ersetzt aber keine Führung: Jemand in Ihrem Betrieb muss briefen, Prioritäten setzen, Ergebnisse prüfen und entscheiden, wann ein Kanal gestoppt wird. Wenn das niemand tut, entscheidet die Agentur — und die verdient an jeder Massnahme, die weiterläuft.

3 · Externe Marketingleitung (Fractional CMO)

Eine erfahrene Person übernimmt die Marketingleitung für Ihren Betrieb: Strategie, Prioritäten, Budget, Steuerung von Agentur und Freelancern, Reporting an die Geschäftsleitung. Für KMU wird das sinnvollerweise nicht in Stunden abgerechnet, sondern als feste Monatspauschale — damit Sie wissen, was es kostet, und niemand Stunden zählen muss.

Bei mir sind das drei Pakete: **ab CHF 2’000** pro Monat für Betriebe, die vor allem mehr Anfragen brauchen, **CHF 3’500** für Betriebe, die gezielt wachsen wollen, und für eine Marketingleitung mit mehr Tiefe und Umfang eine Offerte, **ab rund CHF 6’000** pro Monat. Das Mediabudget geht immer direkt an Google und Meta, nicht über meine Rechnung. Was in welchem Paket enthalten ist, steht unter Leistungen.

Beispiel	Annahme	Pro Jahr (CHF)
Externe Marketingleitung, mittleres Paket	CHF 3’500 × 12	42’000
Zusätzliche Umsetzung durch Spezialisten	nur falls nötig	nach Bedarf

Keine Rekrutierungsgebühr, keine Sozialabgaben, keine Kündigungsfristen von drei Monaten auf beiden Seiten. Der Preis dafür: Die Person ist nicht jeden Tag im Haus. Für einen Betrieb, der täglich Marketingentscheidungen braucht, ist das zu wenig.

Und eine Interim-Rolle?

Wenn eine Geschäftsleitungsrolle vorübergehend besetzt werden muss — Interim-CMO, Chief Growth Officer oder sogar Interim-CEO —, wird in Tagessätzen gerechnet. Eine Studie zum Interim-Management im deutschsprachigen Raum nennt für die Schweiz einen Durchschnitt von rund EUR 1'700 pro Tag (2024, über alle Funktionen). Das ist ein anderes Modell als die Marketingleitung für ein KMU.

Die drei Modelle nebeneinander

Frage	Anstellung	Agentur	Externe Leitung
Wer entscheidet?	die Angestellte	Sie (oder niemand)	die externe Leitung, mit Ihnen
Wer setzt um?	die Angestellte, plus Zukauf	die Agentur	Agentur, Freelancer oder Ihr Team
Fixkosten pro Jahr	hoch	mittel	mittel
Startzeit	3–6 Monate	2–6 Wochen	2–4 Wochen
Wissen bleibt im Betrieb	ja, solange sie bleibt	nein	teilweise, wenn dokumentiert
Flexibel nach oben und unten	nein	ja	ja

Wann welches Modell passt

- **Anstellung**, wenn Marketing täglich Entscheidungen braucht, Sie genug Volumen für eine volle Stelle haben und jemanden finden, der Ihre wichtigsten Kanäle selbst beherrscht.
- **Agentur**, wenn die Richtung klar ist und jemand in Ihrem Betrieb Zeit und Wissen hat, sie zu steuern.
- **Externe Leitung**, wenn die Richtung unklar ist, die Agentur ohne Steuerung arbeitet oder Sie eine Stelle vorbereiten wollen, bevor Sie sie besetzen.
- **Kombinationen** sind häufig richtig: externe Leitung für ein Jahr, die danach eine interne Stelle aufbaut und übergibt.

Ihre eigene Rechnung

- [ ] Bruttolohn der Stelle, die Sie realistisch besetzen könnten: CHF _____
- [ ] plus 15 Prozent Arbeitgeberbeiträge (genauer: Ihre Pensionskasse fragen): CHF _____
- [ ] plus Arbeitsplatz, Software, Weiterbildung: CHF _____
- [ ] plus Agentur- und Freelancerkosten, die trotz Anstellung bleiben: CHF _____
- [ ] Einmalig: Rekrutierung und drei bis sechs Monate ohne Marketingleitung: CHF _____

- [ ] Vergleichswert: externe Leitung plus Umsetzung pro Jahr: CHF _____

Wenn die beiden Summen nahe beieinanderliegen, entscheidet nicht der Preis, sondern die Frage, wie viele Marketingentscheidungen Ihr Betrieb pro Woche braucht.

Quellen und Stand

Stand November 2026. Lohnspannen: lohncheck.ch (Marketingleiter, Marketingfachmann, Daten Q1 2026) und Michael Page Salary Factsheet Marketing Schweiz; die Werte oben sind gerundete Arbeitswerte. Sozialversicherungsbeiträge 2026: Bundesamt für Sozialversicherungen (Beitragssätze 2026), Übersicht WEKA «Sozialversicherungskennzahlen 2026». Personalberatungshonorare und Besetzungsdauer: Branchenübersichten für den DACH-Raum (BDU, DGFP/Stepstone), keine reinen Schweizer Werte. Agentur-Stundensätze: veröffentlichte Preisübersichten von Schweizer Anbietern, keine amtliche Statistik. Interim-Tagessatz: AIMP-Providerumfrage 2024, zitiert nach CE Interim. Alle Beispielrechnungen sind Annahmen zum Nachrechnen, kein Angebot.