

# Medienmitteilung

Zürich, 24. September 2018

## **Kostendruck auf Printleser-Forschung: WEMF streckt die Zahlen!**

Die AG für Werbemedienforschung WEMF muss auf Druck von Sparvorgaben der Verleger ihre Forschungskosten senken. Das kommt nun die Werbebranche zu spüren. Bereits diesen Herbst sollen die Leserschaftszahlen der MACH basic nicht mehr auf den letzten zwei Semestern sondern neu auf den letzten vier Semestern berechnet werden! Das bedeutet, dass die publizierten Leserschaftszahlen von allen Zeitungen und Zeitschriften dann auf Werten basieren, welche bis zu zwei Jahre alt sind. Nach Berechnungen der WEMF werden sich die Reichweiten von rund 250 Titeln durchschnittlich um zwei Prozentpunkte erhöhen. Einzelne Titel „gewinnen“ mit der Umstellung jedoch bis zu acht Prozentpunkte. An dieser Verlängerung des Erhebungszeitraums haben der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und Leading Swiss Agencies (LSA) gar keine Freude. In Zeiten, in denen sich die Mediennutzung stark verändert, fordern die beiden Verbände erst recht, dass die Leserschaftszahlen möglichst aktuell berechnet werden.

Die Leserzahlen und die Werbeumsätze gingen in den letzten Jahren in der Presse stetig zurück. Vor allem grosse Titel haben viele Leserverluste hinnehmen müssen. Trotzdem bleiben Printmedien eine wichtige Informationsquelle und damit auch ein wichtiger Werbekanal. Im letzten Jahr haben Werbeauftraggeber noch gut 1,1 Milliarden Franken in Zeitungen und Zeitschriften investiert. Deshalb sind aktuelle Leserschaftszahlen für die Mediaplanung nach wie vor sehr wichtig. Die geplante Sparmassnahme der WEMF wird von SWA und LSA als „Verwässerung“ der Forschung betrachtet. Die Verbände haben Verständnis für den Druck in vielen Verlagshäusern, trotzdem hätte man sich hier andere Massnahmen gewünscht.

**Die Verbände zeigen sich gleichzeitig gesprächsbereit für künftige Veränderungen der Printforschung. Dazu sollten jedoch die dafür vorgesehenen Gremien konsultiert und Veränderungen mit der Werbebranche abgestimmt werden.**

Kontakt:

### **Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)**

Roland Ehrler, Direktor

T +41 44 363 18 38

[roland.ehrler@swa-asa.ch](mailto:roland.ehrler@swa-asa.ch)

### **LEADING SWISS AGENCIES (LSA)**

Catherine Purgly, Geschäftsführerin

T +41 43 44 48 18

[catherine.purgly@leadingswissagencies.ch](mailto:catherine.purgly@leadingswissagencies.ch)