

## Medienmitteilung

Zürich, 7.11.2019

### Der neue Media Preis-/Leistungsindex ist da – erstmals mit OOH

**«Alle Jahre wieder» wird im Herbst zur Planungsphase für die neuen Kampagnen der aktuelle LSA/SWA Media Preis-/Leistungsindex Schweizer Medien veröffentlicht. Der Index zeigt auf, wie sich die Preise im Verhältnis zu den Leistungen verhalten. Erstmals wird in diesem Jahr das Medium Plakat miterhoben. Seit 2017 erheben und publizieren der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und LEADING SWISS AGENCIES (LSA) diesen aussagekräftigen Index für Mediakontakte. Damit leisten die beiden Verbände einen wichtigen Beitrag zur Transparenz in der Preisentwicklung.**

Der Werbedruck war im 2019 bisher insgesamt stabil, und es zeichnen sich keine grossen Veränderungen ab. Bei den Mediaspendings geht der Trend weiter in Richtung Digital, was zu einem Rückgang bei vielen klassischen Medien führt. Diese Situation hat zumindest bei den Bruttopreisen der Schweizer Medien noch zu keinen Anpassungen geführt.

Im Print führt der Rückgang von Lesern erneut im Vergleich zum Vorjahr zu einer Teuerung in einzelnen Gattungen: So verteuerte sich die Tagespresse um satte 7.7 Prozent und die Regional-/Wochenpresse um 8.5 Prozent. Bei der Sonntagspresse ist eine Steigerung um 4.4 Prozent zu verzeichnen. Einzig bei den Zeitschriften und Frauenzeitschriften sinkt der Index. Eine weitere Auffälligkeit ist bei der Wirtschaftspresse festzustellen: Bei beiden Zielgruppen sind die TKP-Werte wieder gestiegen, während sie bei der letzten Erhebung stark gesunken sind.

TV hat neuerdings auch mit sinkenden Reichweiten zu kämpfen. Dies wurde von den Vermarktern bei den Preisen noch nicht entsprechend abgebildet. Allerdings basiert die Indexberechnung auf den «Planwerten» der Sender und nicht den effektiv erzielten Resultaten. Die geplanten Kontaktkosten sind in der Zielgruppe 15-59 Jahre gegenüber dem Vorjahr nur um 0.5 Prozent angestiegen. Bei der beliebten Zielgruppe 15-49 Jahre ist die Teuerung dagegen um 4.6 Prozent gestiegen. Die effektive TV-Preisentwicklung können Kunden und Agenturen nur individuell im Nachgang mit entsprechenden Erfolgskontrollen berechnen.

Neu kann dieses Jahr das Medium Plakat durch den Teuerungsindex ausgewiesen werden. Die erste Erhebung zeigt eine leichte Teuerung von rund 2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Während in der Deutschschweiz die Preise kaum gestiegen sind, haben sich die Indizes in der Westschweiz und im Tessin um rund ca. 2 bis 3 Prozentpunkten erhöht.

Im Radio wurde anfangs 2018 eine neue Hörerforschung eingeführt. Deshalb wird der Index von Grund auf neu berechnet und erst im nächsten Jahr wieder publiziert. Beim Medium Kino hielt sich der Preis-/Leistungsindex seit 2014 nahe bei 100 Punkten und bewegte sich vor allem innerhalb der Sprachregionen.

Mit den Mediamixverschiebungen in Digital wird auch die Transparenz in diesem Bereich immer wichtiger. LSA und SWA sind deshalb bestrebt, in Zukunft auch für Digital einen Preis-/Leistungsindex anbieten zu können.

**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)