

## Medienmitteilung

Zürich, 18. November 2020

### Aktualisierter Media Preis-/Leistungsindex von LSA und SWA

**Die beiden Verbände SWA und LSA publizieren jährlich den Update ihres Media Preis-/Leistungsindex. Mit tendenziell sinkenden Leserzahlen und unveränderten Bruttopreisen steigt der Index bei vielen Printtiteln in diesem Jahr erneut leicht an. Da im TV die Sender ihre Preise und Prognosen laufend anpassen und dieses Jahr mehr Zuschauer erreichten, sank der Index bei den 15-59-jährigen um 1%. Bei Out of Home «analog» zeigt die Kurve in diesem Jahr leicht nach unten. Beides dürfte die Werbeauftraggeber gerade in diesen Zeiten freuen.**

Seit 2017 erheben und publizieren der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und LEADING SWISS AGENCIES (LSA) diesen aussagekräftigen Index für Mediakontakte. Erneut sind mit den sinkenden Leserzahlen und gleichbleibenden Bruttopreisen die Tausenderkontaktpreise (TKP) bei einem Grossteil der Publikationen angestiegen. Diese Tendenz ist sowohl in der Zielgruppe 14-99 wie auch 15-74 Jahre zu beobachten. Für positive Effekte sorgte die neue Kombination «Schweiz am Wochenende», welche mit einem tiefen TKP von CHF 24.20 auf den Index wirkt. Wegen mehrerer Einstellungen von Printtiteln wurde der Index dieses Jahr entsprechend angepasst. Damit ist die Vergleichbarkeit weiterhin gewährleistet. Im Print «Warenkorb» sind aktuell 88 Zeitungen und Zeitschriften in sieben Kategorien enthalten.

Im TV basiert der Index auf den Planwerten der Sender und nicht auf den effektiv erzielten Resultaten. Im Vergleich zum Vorjahr sind die geplanten Kontaktpreise im 2020 bei den 15-59-jährigen um etwa 1% gesunken und bei den 15-49-jährigen um knapp 2% gestiegen. Das veränderte Medienverhalten aufgrund von Covid-19 hat zudem die TV-Nutzung im Frühjahr stark beeinflusst. Eine effektive Preis-/Leistungsentwicklung lässt sich deshalb nur individuell mit entsprechenden Erfolgskontrollen feststellen. Im Fernsehen wurde ausserdem der Index in diesem Jahr auf alle sprachnationalen Sender ausgedehnt. Damit sind jetzt insgesamt 38 TV-Sender im Vergleich. Zuvor waren es 17 Sender der SRG sowie Privatsender aus der Schweiz und dem Ausland, welche mindestens 1% Marktanteil pro Region auswiesen.

Der Index für Out of Home (OOH) geht dieses Jahr in der Stichprobe von rund 1300 verschiedenen Plakatstellen um gut 2% zurück. Ein Grund dafür sind die im

Index erfassten «Scroller», welche aus dem Forschungssystem SPR+ neu nach der tatsächlichen Verweildauer bewertet werden. Da diese eine höhere Leistung erzielen, sind für den Musteraushang etwas weniger Stellen notwendig. Dies drückt den Index entsprechend nach unten. Im vorliegenden Index noch nicht erhoben ist die Preis-/Leistungsentwicklung für digitale Aussenwerbung (DOOH).

Für die Mediagattungen Radio und Kino wird der Index im Moment ausgesetzt. Mit der regelmässigen Publikation des Media Preis-/Leistungsindex bieten die beiden Verbände einen wichtigen Beitrag zur Transparenz im Mediaangebot.

**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)