

# Medienmitteilung

Zürich, 6. Juni 2017

## SWA und LSA lancieren erstmals in der Schweiz einen aussagekräftigen Preis-/Leistungsindex für Medienangebote

Mehr als 5 Milliarden Franken investieren Werbeauftraggeber jedes Jahr für den Mediaeinsatz ihrer Werbung. Deshalb war es schon länger ein grosses Anliegen des Schweizer Werbe-Auftraggeberverbandes (SWA) und LEADING SWISS AGENCIES (LSA) mehr Transparenz zur Preis- und Leistungsentwicklung einzelner Mediagattungen zu erhalten. Mit dem erstmals in dieser Form lancierten „Media Preis-/Leistungsindex“ bieten die beiden Verbände jetzt einen tiefen Einblick zur Entwicklung der Kontaktpreise in verschiedenen Medien, Zielgruppen und Sprachregionen.

„Die Transparenz über die Schweizer Medienangebote gehört zu den Schlüsselthemen des SWA. Dieser Index ermöglicht nun, die Transparenz dauerhaft zu verbessern und die Daten einem grösseren Kreis von Nutzern regelmässig zur Verfügung zu stellen“, freut sich Roland Ehrler, Geschäftsführer SWA über die Lancierung des Media Preis-/Leistungsindex.

Die neue Statistik enthält zum Start bereits Daten zu Printmedien, Fernsehen, Radio und Kino. Noch fehlen die Plakate, weil dort die Forschung im letzten Jahr einen Währungswechsel vollzogen hat. Nicht erhoben sind derzeit ebenfalls Onlineangebote. Die Integration digitaler Werbung benötigt zuerst eine von der Branche akzeptierte Reichweitenforschung. Lösungen dazu sind in Planung.

Die erste Datenpublikation zeigt unter anderem, dass **Printmedien** in den letzten vier Jahren um 6 Prozent teurer geworden sind. Dies nicht wegen Preisaufschlägen der Verlage, sondern primär wegen Leserverlusten vieler Zeitungen und Zeitschriften. Beim **TV** ist von 2014 auf 2015 in der Planzielgruppe 15 - 59 Jahre eine Preissteigerung von 8 Prozent festzustellen. Seit 2015 weist der Index nur noch eine geringe Teuerung in dieser Planzielgruppe aus. In der „werberelevanten“ Zielgruppe der 15 – 49 jährigen betrug die TV-Inflation in den letzten vier Jahren jedoch insgesamt 14 Prozent! Im **Radio** zeigt der Index eine moderate Preis-/Leistungsentwicklung. Die Kontaktpreise sind in der Westschweiz und dem Tessin sogar leicht gesunken. Ebenfalls war im **Kino** die Preisentwicklung bis 2016 moderat. Erst auf 2017 ist gegenüber dem Vorjahr eine Teuerung von rund 4 Prozent zu verzeichnen.

„Mit dem Index wird erstmals das Preis-Leistungsangebot der Schweizer Medien durch eine allgemein gültige Währung gemessen. Die Statistik stellt ein zusätzlicher Planungsindikator für die Werbebranche dar und schafft eine einheitliche Preistransparenz – auch für Vergleiche mit dem Ausland“, erklärt Catherine Purgly, Geschäftsführerin vom LSA.

Mit der erstmaligen Erhebung wurde der Mediapionier Urs Schneider beauftragt. Das Ergebnis der Publikation 2017 zeigt die Mediainflation über den Zeitraum der letzten vier Jahre und wird nun regelmässig fortgesetzt. Der Index soll Werbetreibenden, Agenturen und Medien ein neues Instrument in die Hand geben. Gleichzeitig ist geplant, die wichtigsten Resultate zu veröffentlichen.

Der Index wird mit den aktuellsten Daten für Preise und Leistungen laufend aktualisiert und kann bei den beiden Verbänden in digitaler Form bezogen 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)