LEADING SWISS AGENCIES

SWA ASA
Schweizer Werbe-Auftraggeberverband
Utenti Svizzeri Pubblicità
Association Suisse des Annonceurs
Association of Swiss Advertisers

Medienmitteilung

4. Dezember 2023

Preis-/Leistungsindex zeigt moderate Inflation der klassischen Medien

Die beiden Verbände SWA und LSA publizieren jährlich einen Preis-/Leistungsindex der klassischen Mediaangebote in der Schweiz (MPLI). Die gute Nachricht: für das bald vergangene Jahr zeigt der Index nur eine moderate Inflation. Weniger Freude bereitet den Branchenverbänden die Transparenz im Digitalmarkt. Hier sind Preis-/Leistungsvergleiche schwierig und der Markt wird mehr und mehr von den internationalen Plattformen dominiert.

Seit 2017 erheben und publizieren der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und LEADING SWISS AGENCIES (LSA) einen aussagekräftigen Preis-/Leistungsindex für Mediakontakte.

Bei den **Zeitungen und Zeitschriften** führte in diesem Jahr die Anpassung des Universums durch die WEMF bei allen MACH-Studien dazu, dass die Grundgesamtheit um etwa 6 Prozent gewachsen ist. Durch den Anstieg der Reichweiten in Tausend sinkt der Tausend-Kontakt-Preis (TKP) grundsätzlich, sofern sich weder die Leserschaft noch die Inseratenpreise verändert haben.

Trotz dieser Erhöhung der Grundgesamtheit ist der TKP über alle ausgewerteten Printpublikationen in der Zielgruppe der 15- bis 74jährigen Personen nur um knapp 3% gesunken. Der Grund dafür ist, dass etwa die Hälfte aller Titel sinkende Leserzahlen ausweisen. Da mit wenigen Ausnahmen die Seitenpreise gegenüber dem Vorjahr unverändert bleiben, ergibt sich bei diesen Titeln ein zum Teil deutlich höherer TKP, was sich entsprechend auf das Gesamtresultat auswirkt. Bei der Tagespresse bleibt der TKP stabil, die regionale Wochenpresse, die Sonntagspresse und die Zeitschriften weisen hingegen sinkende TKP-Werte aus (-3% bis -6%).

Im **TV** bleiben die Plan-TKP bei den 15- bis 59-jährigen Zielgruppen relativ stabil, wobei sie in der Französischen Schweiz weiterhin sinken und in der Italienischen Schweiz stark ansteigen. Bei den 15- bis 49-Jährigen steigt der Plan-TKP in allen Sprachregionen leicht (+2.9 Punkte) an. Grund dafür dürfte die sinkende TV-Nutzung bei jüngeren Zielgruppen sein.

Im **OOH**-Markt kann der Index in diesem Jahr wegen einem Methodenwechsel im SPR+ Forschungsmodell nicht dargestellt werden. Ab dem nächsten Jahr wird der Preis-/Leistungsvergleich wieder möglich sein und der MPLI gleichzeitig mit der Gattung **DOOH** ergänzt.

Im **Kino** ist der Index in diesem Jahr über die gesamte Schweiz und der ganzen Bevölkerung leicht angestiegen (+ 2.6 Punkte). Bis auf einen starken Anstieg bei den 15- bis 49jährigen im Tessin (+11.8 Punkte) sind alle übrigen Veränderungen moderat ausgefallen.

Im **Radio** nimmt der MPLI die Situation nur mit einem Jahr Verzögerung auf. Per Ende 2022 ist dabei über die ganze Schweiz und die gesamte Bevölkerung eine Verteuerung von 5.3 Punkten festzustellen. Die Unterschiede in den Sprachregionen fallen dabei sehr unterschiedlich aus. Während der Index im Tessin fast unverändert ist, steigt er in der Deutschschweiz leicht (+ 4.4 Punkte) und in der Romandie stark (+ 11.9 Punkte) an.

Mit der jährlichen Publikation des Media Preis-/Leistungsindex leisten die beiden Verbände gemeinsam einen wichtigen Beitrag zur Transparenz im Schweizer Mediageschäft.

Kontakt:

Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) Roland Ehrler, Direktor
T +41 44 363 18 38
roland.ehrler@swa-asa.ch

LEADING SWISS AGENCIES (LSA) Beat Krebs, Präsident
T +41 43 44 48 18
beat.krebs@OmnicomMediaGroup.com