

### TÄTIGKEITSSCHWERPUNKTE 2017: NEUE KONZEPTE UND PRODUKTE

Mit Fokus auf die digitalen Medien arbeitete die WEMF 2017 an zukunftsweisenden Projekten und baute ihr Angebot weiter aus.

#### **Projekt «Swiss Media Data Hub» (SMDH) – erfolgreich gestartet**

Das von Mediapulse und WEMF gemeinsam initiierte Projekt «Swiss Media Data Hub» (SMDH) ist erfolgreich in die Set-up-Phase gestartet. Der erste Schritt des Vorhabens fokussiert auf den Aufbau einer allen interessierten Marktteilnehmern offenstehenden, modernen Werbeträgerforschung, welche die bestehende Online-Forschung ablösen wird, sowie auf der Lancierung einer Online-Kampagnenforschung. Mit Marcus Föbus übernahm ein international erfahrener Medienforscher und profunder Kenner der Online-Forschung die Projektleitung. Das in Zürich-Altstetten ansässige Projektteam steht in engem Austausch mit Verbänden und Interessengruppen aus dem Medien- und Werbemarkt, um SMDH mit deren Anforderungen abzustimmen.

Mit Leading Swiss Agencies und dem Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) wurden zwei starke Partner gefunden, die sich zu je 2,5% am SMDH beteiligen. Der grösste Teil der Projektkosten wird durch die WEMF, die Mediapulse und die NET-Metrix getragen.

#### **Schweizerischer Medienforschungstag 2017 – wem kann man noch trauen?**

Wie bleiben Medienunternehmen und Werbetreibende in der heutigen Zeit des gesellschaftlichen Wandels und der Digitalisierung glaubwürdig? Und was kann die Medienforschung dazu beitragen? Anlässlich des «Schweizerischen Medienforschungstag» boten der Ex-Agent Leo Martin, der norwegische Wirtschaftsphilosoph Anders Indset sowie ein hochkarätig besetztes Podium unter der Leitung von Markus Spillmann spannende Diskussionen und neue Denkanstösse. WEMF-CEO Marco Bernasconi informierte im Doppel-Referat mit Marcus Föbus, Projektleiter Swiss Media Data Hub, über die nächsten Schritte des SMDH-Projekts.

Äusserst gut besucht waren auch die Pre-Konferenzen vor Veranstaltungsbeginn. Sie gewährten Einblicke in die laufenden Projektarbeiten zur Weiterentwicklung der Leserschaftsforschung und zur Lancierung der Online-Kampagnenforschung.

Der etablierte Branchenevent fand am Mittwoch, 11. Oktober 2017, im Kursaal Bern statt.

### **MACH – Leserschaftsforschung 2020**

Das aktuelle Forschungs-Design der MACH Studien hat sich bewährt und ist im Markt anerkannt. Aus Sicht der teilnehmenden Preetitel wird die Studie jedoch zunehmend teurer. Einerseits weil die Forschungskosten auf immer weniger Titel aufgeteilt werden können. Andererseits weil der Presse-Werbemarkt, und somit auch die finanziellen Ressourcen der teilnehmenden Titel, laufend kleiner werden.

Damit die nachhaltige Finanzierung der MACH Studien auch in Zukunft gewährleistet werden kann, analysiert die WEMF diverse Möglichkeiten, um die Forschungskosten deutlich zu reduzieren. Ziel ist es, das heutige Qualitätsniveau der MACH Studien zu erhalten und die Optimierungen möglichst ohne Datenbruch zu realisieren. Die Konzeptions- und Testarbeiten wurden 2017 weiter vorangetrieben und den Anforderungen der WEMF User Commission und der WEMF Forschungskommission gegenübergestellt. Ab Herbst 2018 sollen die Massnahmen mit den Marktpartnern besprochen und schrittweise eingeführt werden.

### **NEXT>LEVEL – neu mit Kartografie-Funktion**

Die WEMF entwickelt ihr Datenportal NEXT>LEVEL permanent, dem Marktbedürfnis entsprechend, weiter. Sämtlichen Nutzern steht seit Herbst 2017 neu eine moderne und anwenderfreundliche Kartografie-Funktion zur Verfügung. Diese erlaubt die Darstellung von Einzelmedien, Mediaplänen, Märkten oder Zielgruppen nach unterschiedlichen Leistungsmerkmalen und diversen geografischen Definitionen. Die Kartografie-Funktion kann kostenlos für die Studien MACH Basic, MACH Consumer, MACH Cinema und MA Strategy rückwirkend bis zum Publikationsjahr 2013 genutzt werden.

Die Publicitas AG stellte ihr Daten-Tool AdPlanning 2017 ein. Die WEMF übernahm sämtliche Kunden. Somit ist NEXT>LEVEL zurzeit das einzige genutzte Datenportal für die Mediaplanung im Schweizer Markt.

### **MA Strategy – umfassendere Zielgruppeninformationen für Out-of-Home**

Durch eine erweiterte Zusammenarbeit mit der Swiss Poster Research Plus AG (SPR+) lassen sich die Zielgruppen der Out-of-Home-Werbung seit 2017 nicht mehr nur nach soziodemografischen, sondern auch nach Konsummerkmalen analysieren. Dank der Integration der Sollvorgaben aus den MobNat-Daten von SPR+ ist dies sowohl auf nationaler als auch auf regionaler Ebene möglich. Die MA Strategy bleibt damit die umfassendste Intermedia-Studie der Schweiz.

### **WEMF-Publikationen – plangemäss publiziert**

Die WEMF hat sämtliche Studien und Statistiken plangemäss publiziert. Die Pressetitel, die ihre Auflage durch die WEMF zertifizieren lassen, wurden termingerecht überprüft. Die Bereiche Product Consulting und Ad-hoc-Forschung unterstützten sowohl die Medienbranche als auch Agenturen und Werbeauftraggeber mit diversen kundenindividuellen Studien und Beratungsleistungen.

Bereits zum vierten Mal publizierte die WEMF gemeinsam mit der IGEM (Interessengemeinschaft elektronischer Medien) den digiMONITOR. Die Studie gibt Auskunft über die Nutzung von Radio- und TV-Geräten, Computern, Laptops, Smartphones und Tablets in der deutsch- und der französischsprachigen Schweiz.

### **Audit & Statistics – Audit in eigener Sache**

Die WEMF stellt hohe Anforderungen an ihre Geschäftspartner und überprüft diese regelmässig. Der Geschäftsbereich der «Auflagebeglaubigung» hat 2017 seine Lieferantensituation geprüft und bestätigt.

Mithilfe einer Wertstromanalyse hat der Fachbereich «Statistics» seine Prozesse für die Werbestatistik, die Inseratestatistik und die Verbreitungsdaten optimiert und dokumentiert.

### **Riskmanagement – proaktiv und umfassend**

Im Rahmen einer umfassenden Analyse hat die WEMF alle potenziellen Risiken, die sie betreffen könnten, aufgenommen und mögliche Auswirkungen definiert. Viele der eruierten Risiken waren bereits bekannt und entsprechende Massnahmen vorhanden. Für zusätzlich festgestelltes Optimierungspotenzial wurden geeignete Massnahmen definiert und in die Wege geleitet.

### **IT-Security/IT-Privacy – geprüft und angepasst**

Das Thema «Datenschutz» spielt bei sämtlichen Geschäftsprozessen der WEMF eine wichtige Rolle. Im Hinblick auf das neue EU-Datenschutzgesetz 2018 wurden die bestehenden Richtlinien und Vorkehrungen eingehend überprüft und, wo erforderlich, Anpassungen eingeleitet.