

## MEDIENMITTEILUNG

ca. 3 000 Zeichen

### **Wer viel spendet, liest viel**

**Zürich, 21. November 2019 – Die MA Strategy 2019 zeigt: Das Mediennutzungsverhalten von Viel-Spendern unterscheidet sich beachtlich von Personen, die eher kleinere Beträge spenden. Beide Zielgruppen lassen sich über mehrere Mediengattungen erreichen. Fundraiser tun gut daran, ihre Kampagnen entsprechend zu planen. Die diesjährige Ausgabe der Intermedia-Studie wurde heute publiziert.**

Weihnachtszeit ist Spendenzeit. Hilfswerke und weitere Organisationen buhlen um die Spendebereitschaft der Schweizer Bevölkerung. Diese ist unabhängig vom Alter grundsätzlich hoch. Im letzten Jahr wurde in den Haushalten von 86 Prozent der Schweizerinnen und Schweizer gespendet. Wie viel jemand gibt, hängt jedoch mit verschiedenen Faktoren zusammen: Beispielsweise steigt die Spendenhöhe mit dem Alter und dem Haushaltseinkommen deutlich. Nicht zuletzt auch aufgrund dieser Faktoren unterscheidet sich das Mediennutzungsverhalten der Spender stark.

Seit diesem Jahr ermöglicht die Intermedia-Studie MA Strategy, das Spendeverhalten mit der Mediennutzung in Beziehung zu setzen, und zeigt Fundraisern, wie sie verschiedene Spendergruppen am zielgenauesten erreichen können.

#### **Viel-Spender sind auch überdurchschnittliche Kinogänger**

Personen, in deren Haushalt im letzten Jahr mehr als CHF 400.– gespendet wurde, sind überdurchschnittlich oft Leser der News- und Themenpresse, von Abo-Zeitungen sowie von Finanz- und Wirtschaftstiteln. Ausserdem sind sie leicht überdurchschnittlich im Kino anzutreffen. Der Grossteil dieser Viel-Spender nutzt öffentlich-rechtliche Fernseh- und Radiosender. Spendenaufrufe über adressierte Briefe erreichen ebenfalls einen grossen Teil dieser Personengruppe.

#### **Out-of-Home erreicht alle Spendergruppen**

Befragte, die in Haushalten mit einem kleinen Spendenbudget (CHF 1.– bis CHF 100.– pro Jahr) leben, sind überdurchschnittlich häufig Leser der Pendlerpresse und

zeigen eine erhöhte Affinität zu privaten Radio- und Fernsehsendern. Ausserdem sind viele von ihnen sowohl über adressierte als auch über unadressierte Spendenmailings erreichbar.

Als Kanal mit generell hoher Reichweite können über Out-of-Home-Werbeflächen sowohl regelmässige Spender von kleineren und grösseren Geldbeträgen als auch weniger spendenfreudige Personenkreise angesprochen werden.

### **Datengrundlage: MA Strategy 2019**

Als Instrument für die strategische Planung ermöglicht die MA Strategy seit rund 20 Jahren eine zielgenaue Analyse und Umsetzung des optimalen Mediamix von Presse, Kino, Radio, Fernsehen, Adressverzeichnissen, Out-of-Home, Direct Mail, Webangeboten und Verkehrsmitteln. Die medienübergreifende Studie zeigt auf, mit welcher Mediastrategie eine Zielgruppe am effizientesten erreicht werden kann.

Die MA Strategy 2019 wurde am Donnerstag, 21. November 2019, publiziert. Sie ist für Kunden über das WEMF-Datenportal NEXT>LEVEL abrufbar.

### **Die WEMF AG für Werbemedienforschung**

Die WEMF AG für Werbemedienforschung sorgt als neutrale und unabhängige Branchenforschungsorganisation für Transparenz im Medien- und Werbemarkt. Für die Mediengattungen Presse, Kino und Sponsoring sind die WEMF-Studien währungssetzend. Aufgrund der Marktentwicklung in Richtung Allmedia liegt ein wichtiger Fokus auf der intermedialen Publikumsforschung. Die WEMF publiziert die Intermedia-Studien Total Audience und MA Strategy. Mit der MACH Consumer veröffentlicht sie die grösste jährlich erscheinende Konsum-Medien-Studie der Schweiz. Darüber hinaus führt die WEMF die Auflagebeglaubigung der Schweizer Pressemedien durch und erhebt verschiedene marketingrelevante Statistiken. Mit der MedienDB stellt sie dem Markt eine Plattform für eine effiziente Anzeigenplanung zur Verfügung. Mehr Infos: [www.wemf.ch](http://www.wemf.ch)

---

### **Kontakt**

WEMF AG für Werbemedienforschung, Bachmattstrasse 53, 8048 Zürich  
Telefon: 043 311 76 76, Fax 043 311 76 77, E-Mail: [wemf@wemf.ch](mailto:wemf@wemf.ch)

- Anna Müller, Project Manager MA Strategy  
Tel.: 043 311 76 42, E-Mail: [anna.mueller@wemf.ch](mailto:anna.mueller@wemf.ch)
- Corinne Gurtner, Director of Corporate Communications  
Tel.: 043 311 76 54, E-Mail: [corinne.gurtner@wemf.ch](mailto:corinne.gurtner@wemf.ch)