

wēmf
remp

PORTRÄT

Innovativ und verlässlich

Die WEMF AG für Werbemedienforschung sorgt als neutrale und unabhängige Branchenforschungsorganisation für Transparenz im Medien- und Werbemarkt. Sie liefert den Marktakteuren relevante strategische und taktische Daten für ihre Entscheide.

Die prioritäre Aufgabe der WEMF ist die systematische, kontinuierliche und neutrale Erhebung des Mediennutzungs- und Konsumverhaltens. Im Auftrag der Kommunikationsbranche führt die WEMF in der Schweiz und in Liechtenstein die nationale Leserschaftsforschung sowie die Auflagebeglaubigung der Pressemedien durch. Der Marktentwicklung in Richtung Allmedia trägt sie unter anderem mit der etablierten Intermediastudie MA Strategy Rechnung. Sie zertifiziert DOOH und erhebt verschiedene marketingrelevante Statistiken. Mit der MedienDB stellt sie dem Markt eine Datenbank für eine effiziente Kampagnenplanung zur Verfügung. Ausserdem publiziert die WEMF mit der MACH Consumer die grösste jährlich erscheinende Konsumstudie der Schweiz.

Währungssetzend, crossmedial und individuell

Für Pressemedien, Kino und Sponsoring sind die WEMF-Studien währungssetzend. Ausserdem erhebt die WEMF Daten zu den Mediengattungen Online, Fernsehen, Radio, Out-of-Home, Verkehrsmittelwerbung und Direct Mail.

Neben den bewährten Multiclient-Studien bietet die WEMF in den Geschäftsfeldern Product Consulting und Ad-hoc Research individuelle Beratungs- und Forschungsleistungen an.

Stets im Auftrag der Kommunikationsbranche

Seit der Gründung der WEMF im Jahr 1964 hat sich die Medienlandschaft stark verändert. Die WEMF blieb am Ball. Angepasst an die jeweils aktuellen Medienentwicklungen, Marktbedürfnisse und wissenschaftlichen Erkenntnisse entwickelte sie ihr Angebot stetig weiter. Ein besonderes Augenmerk gilt der strategischen Allmediabetrachtung, die für den Markt zunehmend wichtiger wird, sowie der Bereitstellung von umfassenden Zielgruppeninformationen für die Werbeauftraggeber.

Data und Tools im Fokus

2021 wurde die Strategie der WEMF geschärft und teilweise neu ausgerichtet.

Neben der Bereitstellung von relevanten strategischen und taktischen Daten ist die Entwicklung von Tools für den Werbe- und Medienmarkt ein zentrales Standbein der WEMF-Strategie. Vor diesem



Mehr über die WEMF
wemf.ch/die-wemf



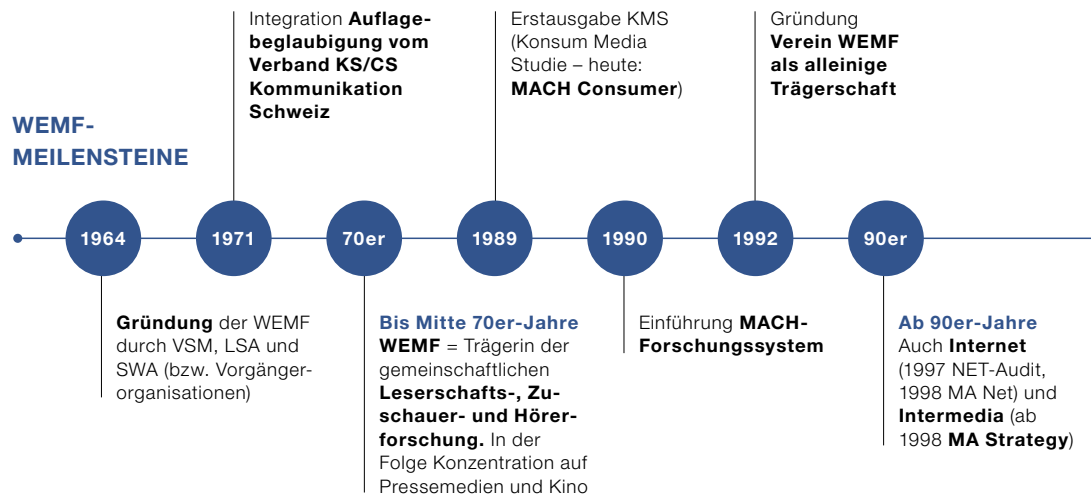
Impressum

Herausgeberin: WEMF AG
für Werbemedienforschung

Bachmattstrasse 53
CH-8048 Zürich
+41 43 311 76 76
wemf@wemf.ch
www.wemf.ch

Gestaltungskonzept:
Linkgroup AG, Zürich
Publikationsdatum:
März 2022

Hinweis: Tippfehler, Irrtümer
und Änderungen vorbehalten.



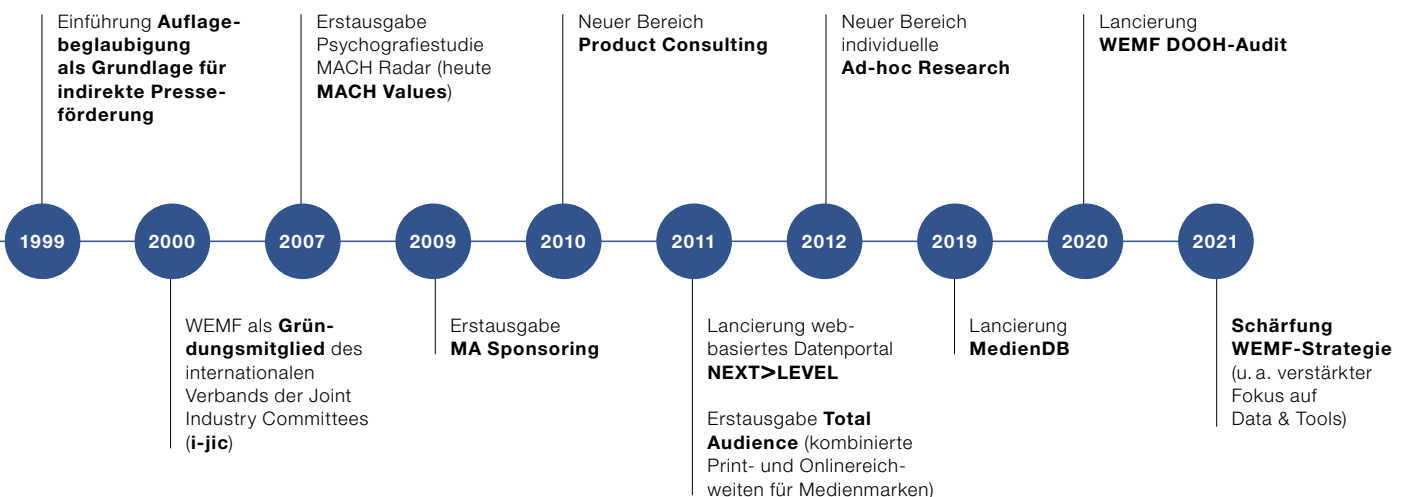
Hintergrund wurde die Abteilung Data & Tools gegründet, welche dem Markt zuverlässige, umfassende und anwenderfreundliche Datenbanken und Toollösungen bereitstellt. Ausserdem hat die WEMF Anfang Oktober 2021 die Immediate GmbH in Bremen übernommen. Das 1989 gegründete Unternehmen ist ein Pionier im Bereich der Online-Mediaplanung und bringt langjährige Erfahrung in den Bereichen Marktforschungsdienstleistungen, Softwareentwicklung und Datenaufbereitung mit. Die WEMF arbeitet seit vielen Jahren eng und erfolgreich mit dem zweimaligen Sieger des Deutschen Mediapreises zusammen. Unter anderem entwickelte Immediate NEXT>LEVEL. Das umfassende WEMF-Datenportal für Studien, Statistiken und Datenbanken ist im Schweizer Medien- und Werbemarkt etabliert. Die Rückwärtsintegration erlaubte es der WEMF, zusätzliche wichtige Prozessschritte in die Entwicklung und Umsetzung zu integrieren sowie Stabilität und Kontinuität sicherzustellen.

Vision

«Mit verlässlichen, hochwertigen und **relevanten Daten** aus unabhängiger und transparenter Quelle treffen Marketeers und Media-verantwortliche **smartere Entscheide.**»

Mission

«Die WEMF ist die führende **Auditorin** für den Schweizer Medien- und Werbemarkt und erfahrene **Währungssetzerin** für Nutzer-, Nutzungs- und Zielgruppenforschung mit Fokus auf physische Medien in der Schweiz sowie kompetente **Enablerin** und begehrte **Kooperationspartnerin** für Datenerhebung, -nutzung, -auswertung und -publikation.»



In der Branche breit verankert

Die WEMF ist ein Joint Industry Committee (JIC). Der Verein WEMF setzt sich aus Delegierten der wichtigsten Branchenverbände zusammen. Drei Kommissionen beraten die WEMF.

Verein WEMF

Die WEMF ist als Aktiengesellschaft organisiert. Der Verein hält als alleiniger Träger 100 Prozent der Aktien (Aktienkapital 1 000 000 CHF) der WEMF AG für Werbemedienforschung und verfolgt wie diese keinen Erwerbszweck. Er wählt den Verwaltungsrat der WEMF und setzt sich aus Mitgliedern folgender Verbände zusammen: SCHWEIZER MEDIEN (VSM), MÉDIAS SUISSES, STAMPA SVIZZERA, KS/CS Kommunikation Schweiz, Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA, Leading Swiss Agencies (LSA) und Agenturnetzwerk ASW. Oberstes Organ des Vereins ist die Vereinsversammlung.

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung

Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der WEMF setzen sich wie folgt zusammen (Stand: 1.1.2022):

VERWALTUNGSRAT

Jürg Weber
Verband SCHWEIZER MEDIEN, Präsident

Marcel Kohler
Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN

Roberto Rhiner
Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN

Gianluca Bonetti
Vertreter STAMPA SVIZZERA

Beat Krebs
Vertreter Leading Swiss Agencies


Alexander Theobald
Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN


Roger Harlacher
Vertreter Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA

Thierry Kunstmann
Vertreter MÉDIAS SUISSES

Stefan Wabel
Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN

GESCHÄFTSLEITUNG

Marco Bernasconi 
Chief Executive Officer (CEO)

Dr. Jella Hoffmann 
Deputy Chief Executive Officer (CEO) und Executive Director of Research and Development

Harald Amschler 
Member of the Executive Board

ERWEITERTE GESCHÄFTSLEITUNG

Roland Achermann 
Director of Media Audits

Dr. Marc Sele 
Director of Data and Tools

Mike Weber 
Director of Marketing and Sales



Kommissionen

Drei Kommissionen beraten die WEMF und begleiten ihre Projekte. Sie sichern die Qualität, die Neutralität und die Marktnähe der WEMF-Geschäftsaktivitäten. Der WEMF-Verwaltungsrat wählt die Kommissionsmitglieder für eine Amtsdauer von jeweils drei Jahren.

Forschungskommission (FK)

Die Forschungskommission (FK) berät die WEMF in methodischen und forschungstechnischen Fragen. Die FK-Mitglieder werden ad personam gewählt.

Kommission für Auflage und Verbreitung (KAV)

Die Kommission für Auflage und Verbreitung (KAV) berät den Verwaltungsrat der WEMF bei der inhaltlichen Definition des Reglements für den Bereich der Auflagebeglaubigung. Die KAV setzt sich aus Delegierten wichtiger Verbände der Medien- und Marketingbranche zusammen: Bei allfälligen Einsprachen gegen Entscheidungen, die im Rahmen des Reglements getroffen wurden, wirkt die KAV als abschliessende Rekursinstanz.

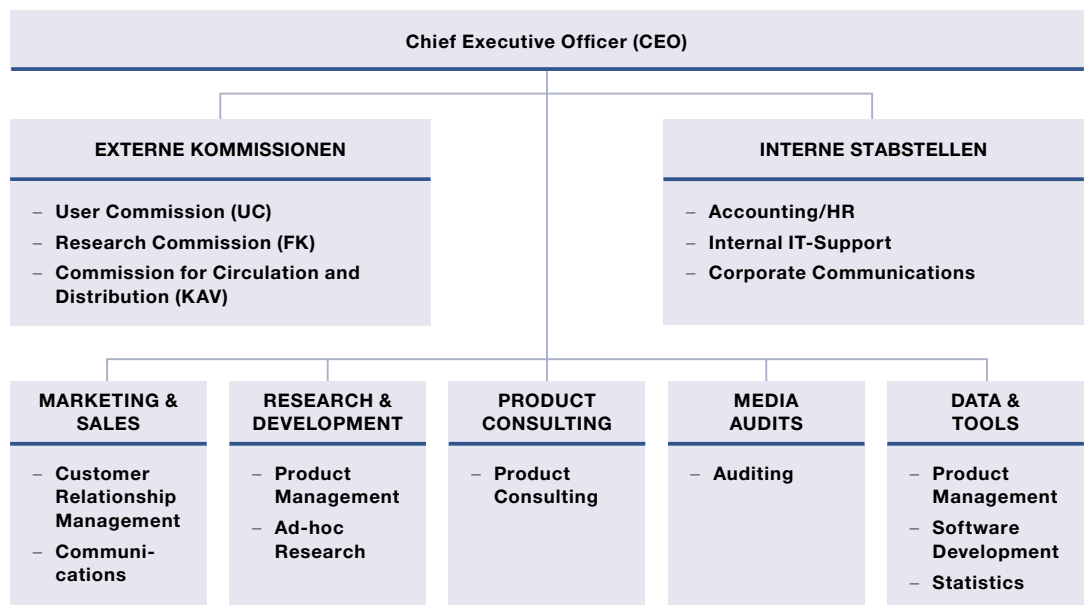
User Commission (UC)

Die User Commission (UC) beobachtet die Entwicklung der Medien- und Werbelandschaft und der kommerziellen Werbemedienforschung. Sie berät die Geschäftsleitung der WEMF bezüglich der aktuellen Bedürfnisse, der Eignung und Anwendung der zur Verfügung stehenden Produkte und Tools in der Praxis.

Organigramm

Fachkompetenz und hohes Engagement

Die ausgewiesene Fachkompetenz und das grosse Engagement des WEMF-Teams sind für die hohe Qualität der Studien und Beratungsleistungen entscheidend. Rund 50 Prozent der Mitarbeitenden besitzen einen Hochschulabschluss. Das sehr schlank aufgestellte Unternehmen publiziert jährlich zwischen zehn und fünfzehn Markt- und Medienstudien.



Detailliertes Organigramm
wemf.ch/organigramm



Kommissionen,
aktuelle Mitgliederliste
wemf.ch/organisation



19,3

FTE (full-time equivalent)

24

Anzahl Mitarbeitende



62%



38%

Verteilung Frauen/Männer

WEMF-ANGEBOT

Medienstudien

Intermediastudien

Intramediastudien



EINSATZ

WEMF-Bundle



ZIELGRUPPENMERKMALE

Strategische Analyse



Taktische Planung



MEDIENGATTUNGEN

Presse



Internet / Webangebote



Kino



Radio



TV



Aussenwerbung



Direct Mail



Verkehrsmittel



Social Media / Influencer



Events (Sport und Kultur)



Audits

WEMF/KS-Auflagebeglaubigung

WEMF DOOH-Audit

WEMF Traffic-Media-Audit

Statistiken

WEMF Verbreitungsstatistik

Inseratestatistik

Werbestatistik

Datenbanken

MedienDB

Services

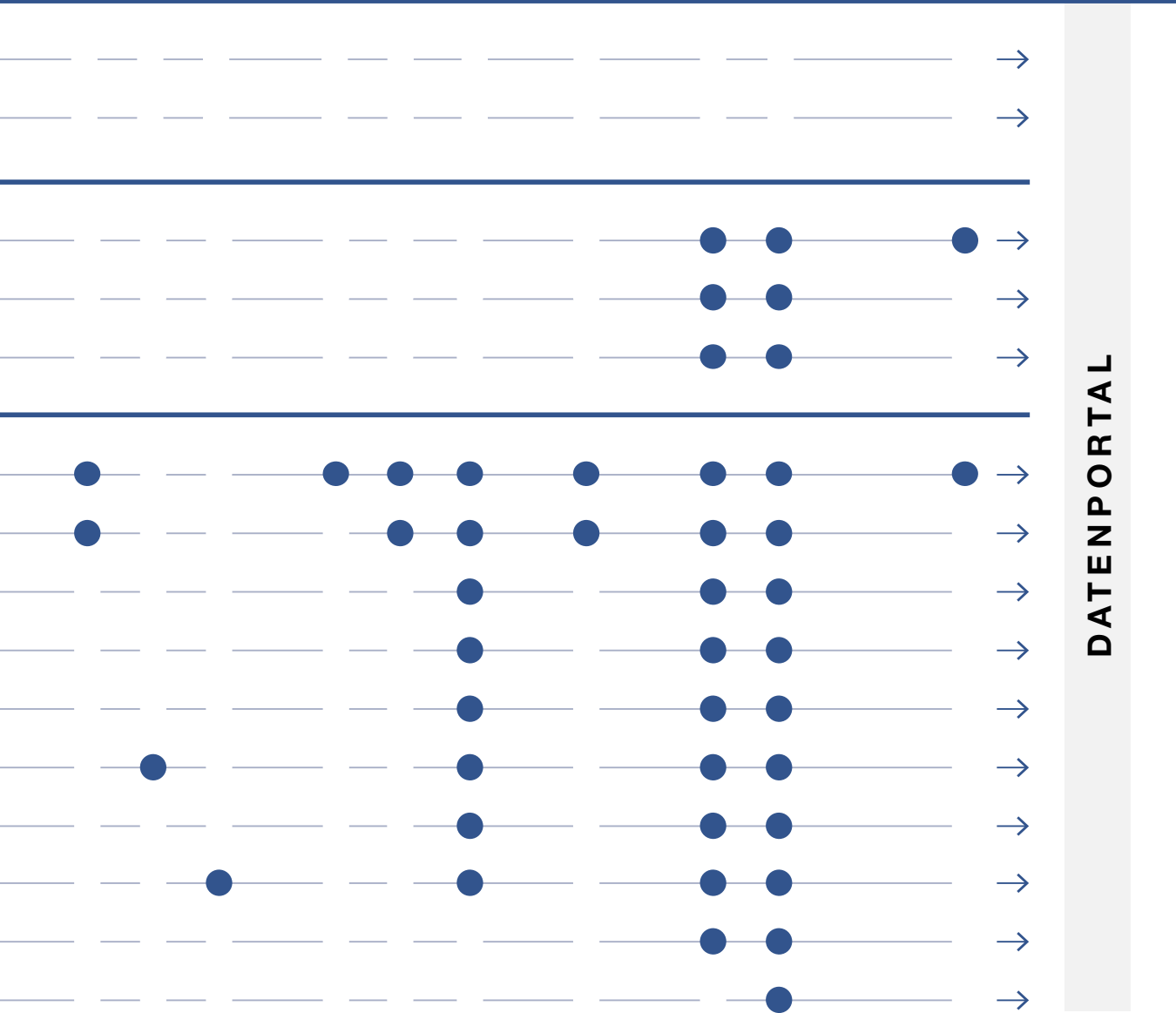
Product Consulting

Ad-hoc Research

Tools

WEMF Facts & Figures

NEXT>LEVEL



DATENPORTAL

Produkte und Dienstleistungen für den Medien- und Werbemarkt

Die WEMF liefert Werbeauftraggebern, Mediaagenturen, Medienunternehmen und Werbevermittlern umfassende Daten und Tools für die zielgruppengerechte Marktbearbeitung, für das Benchmarking und für die Promotion.



MEDIENSTUDIEN

Empirisch ermittelte, neutrale und vergleichbare Mediendaten

INTERMEDIASTUDIEN –

Die Gesamtmarktsicht im Fokus

MA Strategy – die nationale Intermediastudie erlaubt die Analyse des optimalen Mediamixes von Presse, Kino, Radio, Fernsehen, Webangeboten, Social Media, Out-of-Home, öffentlichen Verkehrsmitteln und Direct Mail für soziodemografische und Konsumzielgruppen.

Total Audience – die Intermediastudie (Print und Online) ermöglicht die Analyse kombinierter Reichweiten von Pressetiteln und den korrespondierenden Webangeboten auf Währungsebene. Sie ist eine wertvolle Hilfe zur Ermittlung der Reichweite von Medienmarken mit Print- und Onlineangebot.

IGEM-Digimonitor – die repräsentative Studie zur Nutzung elektronischer Medien und Geräte eruiert die Nutzung von Video- und Audio-Streaming, Fernsehen, Radio, Kino, Teletext, Smartwatches, Smart Speaker, Adblocker und Social Media über die einzelnen Geräte. Die WEMF und die IGEM (Interessengemeinschaft elektronischer Medien) veröffentlichen die Studie gemeinsam.

INTRAMEDIASTUDIEN –

Fundierte Informationen über Leser, Nutzer, Besucher und Konsumenten

MACH Basic – die nationale Leserschaftsstudie mit Angaben über die Reichweiten und Nutzerstrukturen von ca. 250 Pressetiteln und Kombinationen ist das Basisinstrument für die Printmediaplanung in der Schweiz.

MACH Consumer – die grösste kontinuierliche Konsum-Medien-Studie der Schweiz verknüpft Konsum- und Informationsverhalten und ist das Instrument für die Marketing- und Mediaplanung in Konsumzielgruppen.

MACH Values – die intuitive Psychografiestudie verbindet psychografische Daten mit Pressennutzungs- und Konsuminformationen und gibt über die Werthaltungen von aktuellen und potenziellen Konsumenten Auskunft.

MACH Cinema – die Kinostudie erlaubt differenzierte Aussagen zu saisonalen Reichweiten und damit eine präzise Planung von Kinokampagnen. Sie beinhaltet alle Konsumangaben der MACH Consumer.

MA Net – die Internetnutzerstudie liefert Informationen über die Verbreitung (Anteil Onliner und Offliner) und Nutzungsintensität des Internets. Die Daten lassen sich mit soziodemografischen und geografischen Angaben kreuzen.

MA Sponsoring – die Sponsoringstudie ermöglicht die Planung und Evaluation von Sponsoringstrategien und -konzepten wie auch von themenspezifischen Promotions und Events. Vertrieb und Beratung erfolgen durch die Felten & Cie AG.



AUDITS

Unabhängig zertifizierte und offiziell anerkannte Leistungswerte

WEMF/KS-AUFLAGEBEGLAUBIGUNG – Die offiziellen Auflagezahlen der Schweizer Presse

Die Auflagebeglaubigung stellt sicher, dass die Auflagezahlen (gedruckt und online) der Schweizer Presse (Zeitungen und Zeitschriften) nach denselben Kriterien pro Kategorie ermittelt werden und somit vergleichbar sind. Damit liefert sie objektive Informationen für Werbeaufraggeber, Management, Verlag und Redaktion. Die Verbände der Werbewirtschaft anerkennen die WEMF/KS-beglaubigten Auflagezahlen ausdrücklich als die offiziell allein massgeblichen.

WEMF DOOH-AUDIT – Die Zertifizierung von DOOH-Kampagnen

Das Digital Out-of-Home-Audit ermöglicht Vermarktern von DOOH-Werbeflächen, ihren Kunden gegenüber nachzuweisen, dass eine Kampagne wie vereinbart ausgeliefert wurde. Der Vermarkter hat die Möglichkeit, für jede erfasste Kampagne ein digitales Zertifikat zu generieren, welches die gemessenen Leistungswerte transparent aufzeigt. Als zusätzlichen Mehrwert kann das Zertifikat mit Daten aus der Konsum-Medien-Studie MACH Consumer angereichert werden.

WEMF TRAFFIC-MEDIA-AUDIT – Die Auditierung von Verkehrsmittelwerbung

Die Beglaubigung analoger und digitaler Werbeträger in öffentlichen Verkehrsmitteln liefert deren Vermarktern zertifizierte Argumente für ihre Werbeerkäufe.



STATISTIKEN

Wertvolle Informationen für die Werbe- und Verlagswirtschaft

WEMF VERBREITUNGSSTATISTIK – Die geografischen Streudaten der Presse

Die Verbreitungsstatistik unterstützt die Planung regionaler und lokaler Printkampagnen. Sie zeigt detailliert nach geografischen Kriterien auf, wo die verbreiteten Auflagen der Tages- und der Wochenpresse gestreut werden. Zudem veranschaulicht sie, wie viele Haushalte mit einem Inserat in einem der teilnehmenden Pressetitel erreicht werden.

WERBESTATISTIK – Die Werbeinvestitionen in der Schweiz

Die jährlich durchgeführte Erhebung über die Netto-Werbeausgaben in der Schweiz weist die von Schweizer Medienanbietern gelieferten Umsatzzahlen aus. Sie bildet ein umfangreiches Portfolio an Mediengattungen ab und wird für die Analyse und zur strategischen Planung eingesetzt. Den Werbeaufwand ermittelt die WEMF im Auftrag der Stiftung Werbestatistik Schweiz.

INSERATESTATISTIK DER SCHWEIZER PRESSE – Die Entwicklung des Anzeigevolumens

Die Inseratestatistik der Schweizer Presse informiert monatlich über die Entwicklung des Anzeigevolumens in den Schweizer Pressetiteln (Zeitungen und Zeitschriften). Die WEMF erhebt die Daten im Auftrag des Verbands SCHWEIZER MEDIEN (VSM). Ausgewiesen wird die Anzahl verkaufter Werbeseiten und ihr Wert in Franken (Netto-Werbeumsätze). Die Statistik steht den teilnehmenden Medienhäusern zur Verfügung.



Angebot Medienstudien
wemf.ch/medienstudien



Angebot Audits
wemf.ch/audits



Angebot Statistiken
wemf.ch/statistiken





DATENBANKEN

Umfassende Daten für die Planung und Analyse

MEDIEN DB –

Die Datenbank für die Planung von Werbekampagnen

Die Mediendatenbank ermöglicht eine durchgängige Kampagnenplanung von der Analyse bis zur Buchung. Sie macht die Angebote werbe-relevanter Publikationen für den Schweizer Werbemarkt jederzeit sichtbar, erreichbar, plan-bar, kalkulierbar und buchbar. Die MedienDB umfasst sämtliche relevanten Publikations- und Preisinformationen sowie Belegungs- und Produktionsdaten der gelisteten Zeitungen, Zeitschriften und Onlinepublikationen. Die Angebote werden dadurch transparent, klar und vergleich-bar. Die Medienhäuser erfassen ihre Daten selbst und garantieren damit für inhaltliche Qualität und Aktualität.



TOOLS

Analyse und grafische Darstellung von Daten mit wenigen Klicks

NEXT>LEVEL –

Das umfassende Datenportal

Mit dem praktischen Datenportal für Studien, Statistiken und Datenbanken, können Studienteilnehmer, Mediaplanende und Werbeauftraggeber Daten einsehen, auswerten sowie grafisch darstellen. Einfach und schnell liefert das Tool umfassende Informationen zu Mediawerten, Marktpositionierungen und Nutzerstrukturen einzelner Medien.

WEMF FACTS & FIGURES –

Die praktische App

Mit der kostenlosen App können die aktuellen Auflagezahlen und Leserreichweiten von rund 850 Schweizer Zeitungen und Zeitschriften einfach abgefragt und verglichen werden.



Angebot Datenbanken
wemf.ch/datenbanken



Angebot Tools
wemf.ch/tools



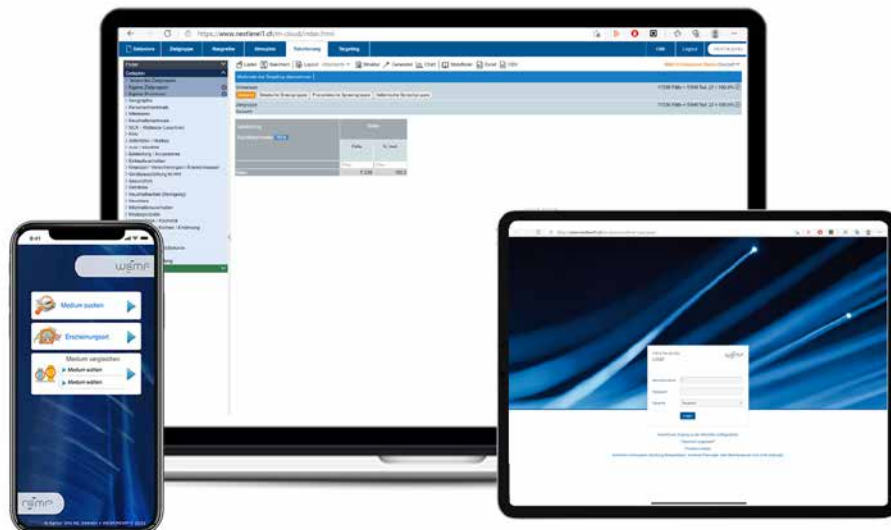
WEMF Facts & Figures



für iOS



für Android





SERVICES

Individuelle Beratung und massgeschneiderte Forschung

PRODUCT CONSULTING –

Der Support für effiziente Datenanalysen

Das Product Consulting unterstützt Verlagshäuser, Werbeauftraggeber und Agenturen bei der Analyse und Aufbereitung von WEMF-Daten. Die Beratung erfolgt praxisnah und abgestimmt auf die individuellen Kundenbedürfnisse.

SCHULUNG NEXT>LEVEL –

Das praktische Tool einfach erklärt

In der NEXT>LEVEL-Schulung zeigen WEMF-Experten, welche unzähligen Funktionen und Auswertungsmöglichkeiten das Datenportal bietet und wie es sich für eigene Bedürfnisse optimal nutzen lässt. Die individuell angepassten Schulungsmodule finden online oder im persönlichen Kontakt statt.

PERSONAS –

Die Erstellung individueller Typologien

Spezialauswertungen der MACH Consumer-Daten ermöglichen die Bildung von individuellen Personas (Typologien). Dieses Serviceangebot für die gezielte Zielgruppenansprache und -analyse erstellt die WEMF gemeinsam mit ihren Partnern aus dem Bereich Statistik und Modelling (z. B. afo solutions ag).

AD-HOC RESEARCH –

Die massgeschneiderten Forschungslösungen

Mit dem Ad-hoc-Forschungsangebot erhalten Medienhäuser und Werbetreibende massgeschneiderte Antworten auf individuelle Fragestellungen. Gemeinsam mit dem Kunden entwickelt die WEMF ein spezifisches Forschungskonzept, mit der für seine Fragestellung optimalen Methode. Die WEMF übernimmt die komplette Projektleitung und arbeitet für die Durchführung mit zuverlässigen Partnern zusammen.



Angebot Services
wemf.ch/services



Aktuelle Partner- und
Mitgliedschaften
wemf.ch/mitgliedschaften



PARTNER- UND MITGLIEDSCHAFTEN

National und international optimal vernetzt

Dank einem breiten Netzwerk und Engagement verpasst die WEMF keine Trends und ist bei der Entwicklung von zukunftsfähigen Branchenlösungen an vorderster Front dabei.

Die WEMF ist durch die Mitgliedschaft in verschiedenen nationalen und internationalen Organisationen weit über die Landesgrenzen hinweg sehr gut vernetzt. Regelmässig tauschen sich ihre Spezialisten an internationalen Symposien (EMRO, ESOMAR, IFABC usw.) über die weltweit neuesten Technologien, Methoden und Trends im Bereich des Medien-Audittings aus.

Seit 2008 präsidiert Harald Amschler, Member of the Executive Board und ausgewiesener Forschungsexperte, den durch die WEMF mitgegründeten internationalen Verband der Joint Industry Committees (i-jic) für Medienforschung.

Ausserdem versammelt sich die WEMF seit 2020 gemeinsam mit den nationalen Organisationen für das Auditing und Monitoring von Werbeträgern Deutschlands (IVW) und Österreichs (ÖAK) unter einem gemeinsamen D-A-CH-Logo.

Klare Fakten statt vage Vermutungen

Die WEMF schafft Transparenz im Medien- und Werbemarkt: mit umfassenden Insights zu Menschen, Märkten, Marken und sämtlichen Medien.



WEMF AG für Werbemedienforschung

Bachmattstrasse 53 – CH-8048 Zürich

+41 43 311 76 76

wemf@wemf.ch – www.wemf.ch

