

MEDIENMITTEILUNG

ca. 3 200 Zeichen

MACH Strategy neu mit Podcasts und E-Mail-Marketing

Zürich, 9. November 2023 – Die WEMF hat heute die diesjährige Ausgabe der Intermediastudie MACH Strategy mit verschiedenen Neuerungen publiziert. Ab sofort sind Podcasts und vier verschiedene Formen von E-Mail-Marketing auswertbar.

Ziel der MACH Strategy ist es, alle relevanten Mediengattungen im analogen und digitalen Bereich abzubilden. Die zwei neuen Mediengattungen Podcasts und E-Mail-Marketing ergänzen den intermediären Vergleich im digitalen Bereich.

Podcasts vor allem bei Jungen beliebt

Spätestens seit der Corona-Pandemie wurde das Angebot an Podcasts stetig ausgebaut und unterschiedlichste Formate erreichen ihre Zuhörer:innen. In der MACH Strategy ist daher neu neben den Streaming-Gruppen im Audibereich auch die Nutzung von Podcasts auswertbar. Während der digitale Markt sonst eher von Bildern geprägt wird, positionieren sich Podcasts häufig durch längere Formate bei einem breiten Publikum.

Insgesamt erreichen Podcasts ca. 11.9 % der Schweizer Bevölkerung regelmässig. Vor allem Personen im Alter von 14 bis 34 Jahren geben an, mindestens mehrmals pro Woche Podcasts zu hören (vgl. Abbildung 1). Diese Personen haben eine hohe Schulbildung und weisen eine hohe Affinität dafür auf, Audiobeiträge als Informationsquelle für Ferien, Unterhaltungselektronik oder Weiterbildungen heranzuziehen.

Newsletter als Informationsquelle

E-Mail-Marketing bietet die Möglichkeit der personalisierten Kommunikation von Informationen und Werbung an Einzelpersonen oder Personengruppen. Die MACH Strategy erhebt neu vier verschiedene Formen: geschäftliche E-Mails, Newsletter von Medienangeboten, Newsletter mit Angeboten oder Werbemails und Anzeigen.

Insbesondere die zwei Newsletter-Formen werden bei über 35-Jährigen jeweils von mindestens der Hälfte in ihrer Altersgruppe regelmässig beachtet. Auch diese Gattung lässt sich als Informationsquelle für verschiedene Produktkategorien vergleichen. Demnach finden adressierte Werbemails zu Kleidern und Schuhen sowohl bei der Nutzerschaft von Newslettern von Medienangeboten als auch bei jener von Newslettern mit Angeboten am meisten Beachtung.

Vielfältiger Intermedia-Vergleich

Als Instrument für die strategische Planung ermöglicht die MACH Strategy eine zielgenaue Analyse und Umsetzung des optimalen Mediamix von Presse, Kino, TV, Radio, Webangeboten, Social Media, Streaming (Audio / Video), Podcasts, Out-of-Home, DOOH, Digital Signage, öffentlichen Verkehrsmitteln, Direct Mail und E-Mail-Marketing. Die MACH Strategy 2023 wurde heute mit den oben genannten Neuerungen publiziert. Diese sind Bestandteil der Intermediastudie und können mit dem etablierten WEMF-Datenportal

NEXT>LEVEL analysiert werden. Das MACH Strategy Upgrade Social Media kann gegen einen Aufpreis erworben werden.

Eine weitere Neuerung betrifft die Definition der Grundgesamtheit des MACH-Universums. Diese wurde leicht angepasst. Seit der Herbstpublikation 2023 inkludiert diese die Bevölkerungsgruppe der nicht sprach-assimilierten Personen. Der Zweck dieser Anpassung ist die Harmonisierung des MACH-Universums mit jenem anderer Schweizer Währungsstudien, wodurch der intermediale Medienvergleich einfacher und fairer wird. Mehr Informationen finden Sie auf wemf.ch/universum

Die WEMF AG für Werbemedienforschung

Die WEMF AG für Werbemedienforschung sorgt als neutrale und unabhängige Branchenforschungsorganisation für Transparenz im Medien- und Werbemarkt. Sie liefert den Marktakteuren relevante Daten für smartere Ent-scheide. Für die Mediengattungen Presse und Kino sind die WEMF-Studien währungssetzend. Die WEMF publi-ziert die Intermediastudien MACH Total Audience und MACH Strategy und trägt damit der Marktentwicklung in Richtung Allmedia Rechnung. Mit der MACH Consumer veröffentlicht sie die grösste jährlich erscheinende Kon-sum-Medien-Studie der Schweiz. Darüber hinaus führt die WEMF die Auflagebeglaubigung der Schweizer Pres-semedien durch, zertifiziert DOOH und erhebt verschiedene marketingrelevante Statistiken. Mit der MedienDB stellt sie dem Markt eine Plattform für eine effiziente Anzeigenplanung zur Verfügung. Die WEMF bietet ausser-dem Software für die Datenanalyse sowie für die Abwicklung und Verwaltung von Werbekampagnen an und ist als Dienstleisterin für Software-Development-Projekte und für das Hosting von Drittdatensätzen tätig. Mehr Infos: www.wemf.ch

Kontakt

WEMF AG für Werbemedienforschung, Bachmattstrasse 53, 8048 Zürich

Tel.: +41 43 311 76 76, E-Mail: wemf@wemf.ch

- Nicola Rothlin, Project Manager
Tel. 043 311 76 48, E-Mail: nicola.rothlin@wemf.ch
- Nadine Grunder, Project Manager Marketing Communications
Tel.: +41 43 311 76 54, E-Mail: nadine.grunder@wemf.ch

Anhang

Abbildung 1: Affinität zu Podcasts nach Geschlecht und Alter

