

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 MACH Strategy Rechnung. Sie zertifiziert DOOH und erhebt verschiedene marketingrelevante Statistiken. Mit der MACH Consumer publiziert die WEMF die grösste jährlich erscheinende Konsum-Medien-Studie der Schweiz.

Die WEMF stellt mit der MedienDB dem Markt eine Datenbank für eine effiziente Kampagnenplanung zur Verfügung. Ausserdem bietet sie mit Agency.OS eine Software für die Abwicklung und Verwaltung von Allmediakampagnen an.

Mit der Better Prediction Initiative (BPI) unterstützt die WEMF Publisher, Vermarkter und Werbeauftrag-

geber bei der Validierung und Optimierung ihrer Predictions und der Verbesserung ihrer Zielgruppenansprache. Erste Angebote der Initiative sind der Prediction Accuracy Check (PAC) und RAPID.

Währungssetzend, crossmedial und individuell

Für Pressemedien und Kino sind die WEMF-Studien währungssetzend. Ausserdem erhebt die WEMF Daten zu den Mediengattungen Fernsehen, Streaming (Audio / Video), Radio, Podcasts, Internet, Websites / Apps, Social Media (bezahlt / gratis), Messengerdiensten, Gaming, Out-of-Home, DOOH, Digital Signage, Öffentlichen Verkehrsmitteln, POS (Point of Sale) Direct Mail und E-Mail-Marketing.

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



Mehr über die WEMF
wemf.ch/die-wemf



Impressum

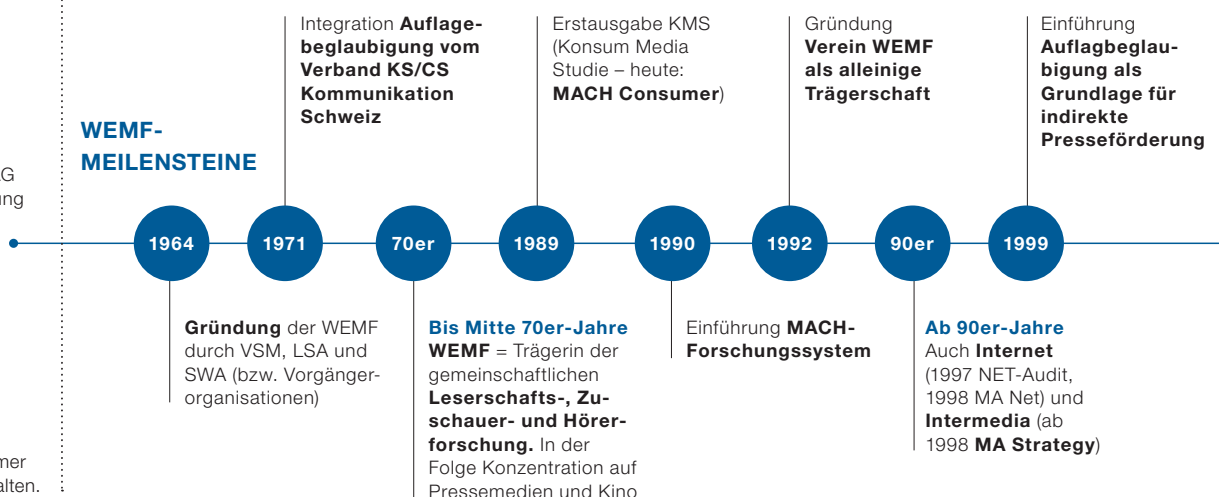
Herausgeberin: WEMF AG
für Werbemedienforschung

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

Gestaltungskonzept:
Linkgroup AG, Zürich
Publikationsdatum:
Juni 2026

Hinweis: Tippfehler, Irrtümer
und Änderungen vorbehalten.

WEMF-MEILENSTEINE



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. Neben der Bereitstellung von relevanten strategischen und taktischen Daten ist die Entwicklung von Tools für den Werbe- und Medienmarkt eine zentrale Komponente der WEMF-Strategie. Vor diesem Hintergrund hat die WEMF die Immediate GmbH in Bremen übernommen.

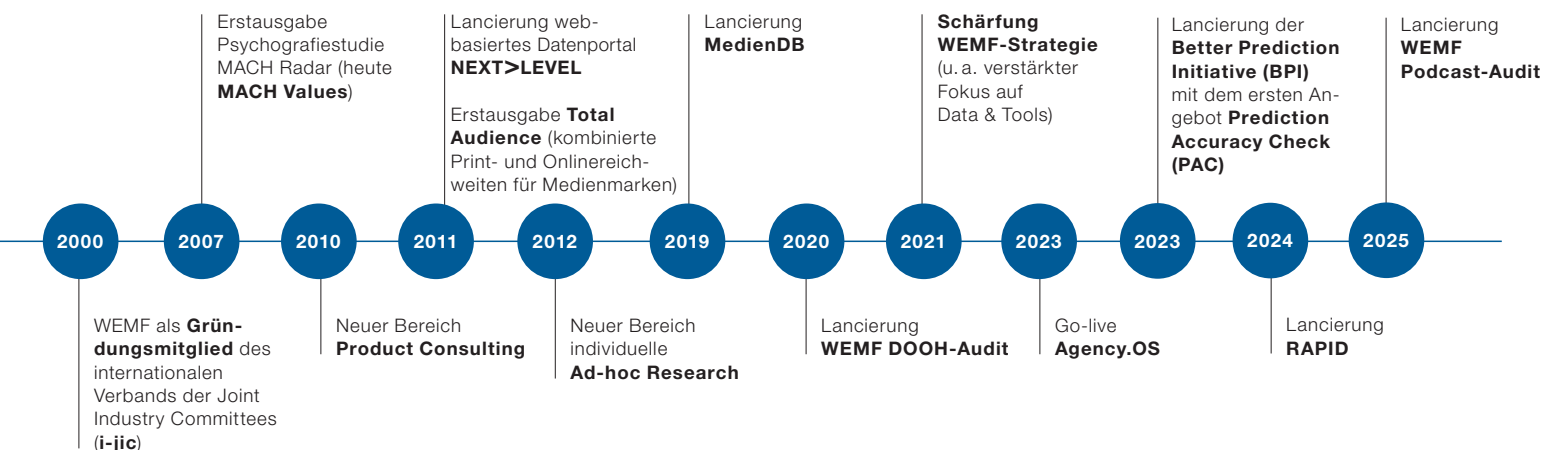
Die WEMF hält zudem seit über zehn Jahren eine Minderheitsbeteiligung am Onlineforschungsspezialisten Intervista AG.

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 und Leading Swiss Agencies (LSA). Oberstes Organ des Vereins ist die Vereinsversammlung.

Verwaltungsrat und Geschäftsleitung

Der Verwaltungsrat und die Geschäftsleitung der WEMF setzen sich wie folgt zusammen (Stand: 13.6.2025):

VERWALTUNGSRAT

Marcel Kohler Verband SCHWEIZER MEDIEN, Präsident	Beat Krebs Vertreter Leading Swiss Agencies	Thomas Passen Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN
Yvonne Baumgartner Vertreterin Schweizer Werbe-Auftraggeberverband SWA	Thierry Kunstmann Vertreter MÉDIAS SUISSES	Roberto Rhiner Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN
Johannes Boege Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN	Christof Marty Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN	Rocco Salvioni Vertreter Verband SCHWEIZER MEDIEN

GESCHÄFTSLEITUNG

Dr. Jella Hoffmann ^a Chief Executive Officer (CEO)	Roland Achermann ^c Director of Media Audits	Marie-Ange Pittet ^e Director of Marketing and Sales
Dr. Marc Sele ^b Deputy Chief Executive Officer and Executive Director of Data and Tools	Finn Stein ^d Director of Research and Development	



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.

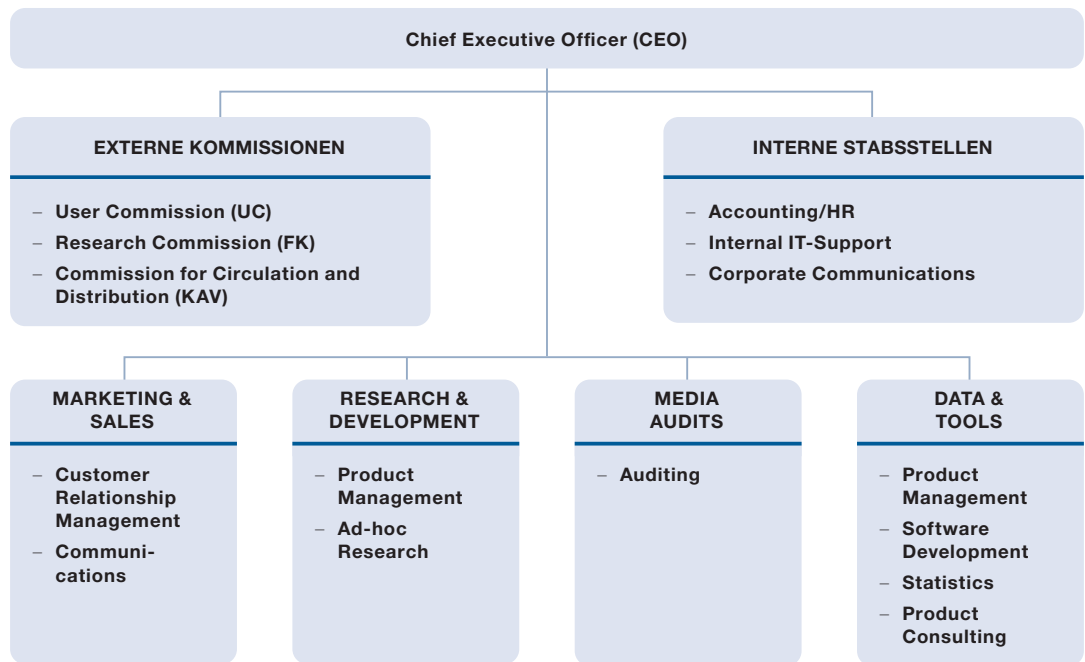
User Commission (UC)

Die User Commission (UC) beobachtet die Entwicklung der Medien- und Werbeland-schaft und der kommerziellen Werbemedien-forschung. 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.



Kommissionen,
aktuelle Mitgliederliste
wemf.ch/organisation



20,5
FTE (full-time equivalent)

26
Anzahl Mitarbeitende

58%
42%
Verteilung Frauen/Männer

WEMF-ANGEBOT

Medienstudien

Intermediastudien

Intramediastudien

EINSATZ



Strategische Planung

Taktische Planung

Markt- / Medienanalyse

ZIELGRUPPENMERKMALE

Soziodemografie

Konsummerkmale

Psychografie

MEDIENGATTUNGEN

Presse

Kino

TV

Radio

Internet allgemein

Websites / Apps

Social Media (bezahlt / gratis)

Gaming

Streaming

Podcast

Out-of-Home / DOOH

Digital Signage

Öffentliche Verkehrsmittel

POS (Point of Sale)

Direct Mail

E-Mail-Marketing

Audits

- WEMF /KS-Auftragsbeglaubigung
- WEMF DOOH-Audit
- WEMF Traffic-Media-Audit
- WEMF Pödcast-Audit

Data Solutions

- RAPID (Realtime API Dataset)
- PAC (Prediction Accuracy Check)
- WEMF Verbreitungsstatistik
- Inseratstatistik
- Werbestatistik
- MedienDB

Services

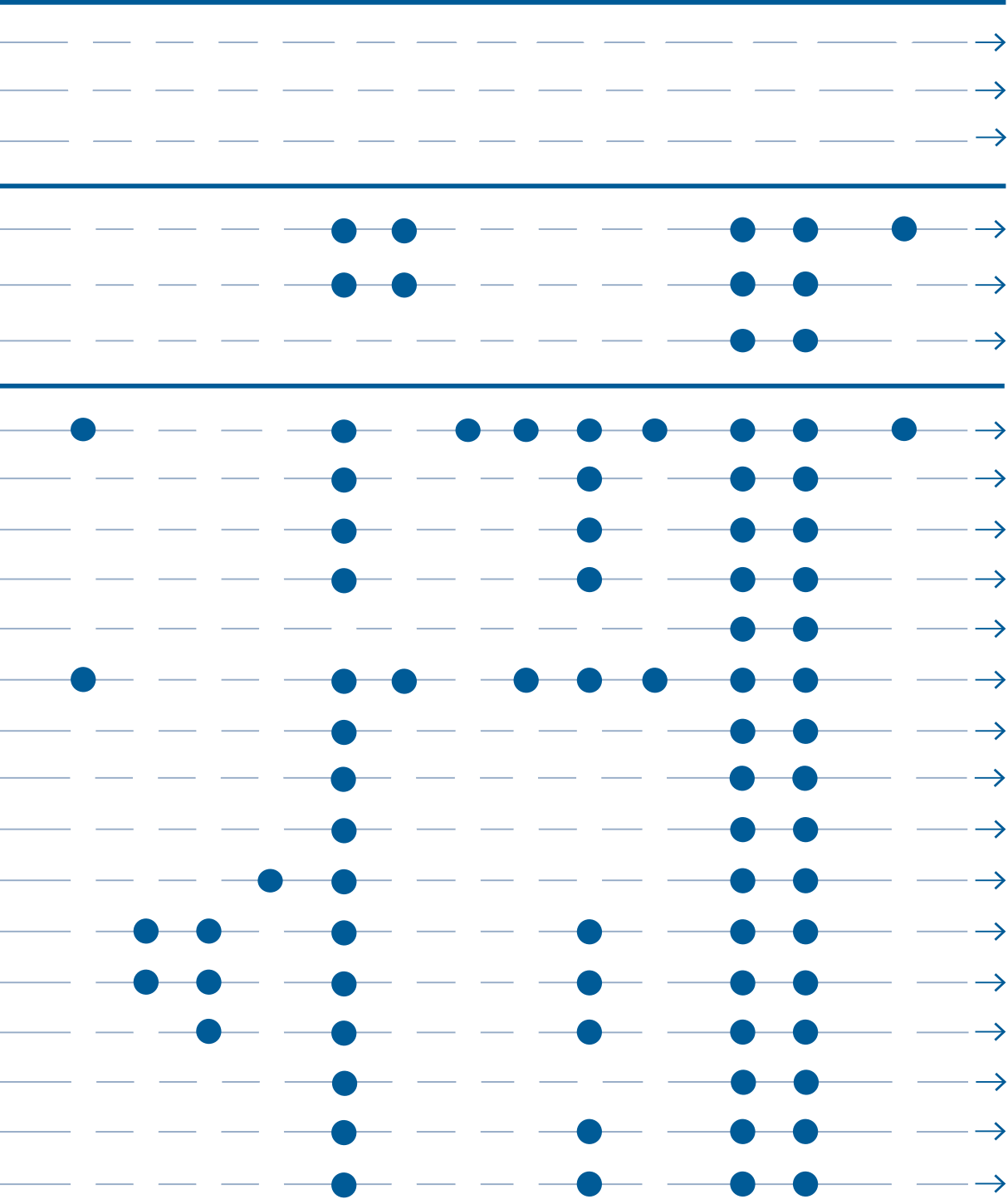
- Product Consulting
- Ad-hoc Research

Tools

- WEMF Facts & Figures

NEXT>LEVEL

Agency.OS



DATENPORTAL

MANAGEMENT-TOOL FÜR ALLMEDIA-KAMPAGNEN

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

MACH Strategy – die nationale Intermediastudie erlaubt die Analyse des optimalen Mediamix von Presse, Kino, TV, Radio, Internet allg., Websites / Apps, Social Media (bezahlt / gratis), Messenger-Diensten, Streaming (Audio / Video), Podcasts, Out-of-Home, DOOH, Digital Signage, öffentlichen Verkehrsmitteln, Direct Mail und E-Mail-Marketing.

MACH Total Audience – die Intermediastudie (Print und Online) ermöglicht die Analyse kombinierter Reichweiten von Presstiteln und den korrespondierenden Webangeboten auf Wählersebene. 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 Fernsehen, Kino, Video, Radio, Audio, Streaming, Teletext, digitalen News, Podcast, Adblocker, Gaming, Videokonferenzen, Bezahl-Apps, Chatbots, Augmented Reality, Kryptowährung, KI, ChatGPT, Metaverse, Pay-TV, Social Media und die Gerätenutzung von Smartphone, Tablet, PC, Laptop, Smart Speaker, Kopfhörer, Smartwatch, Spielkonsolen, Set-Top-Boxen, Internet of Things, VR-Brillen und TV-Geräten in der Schweiz. Die WEMF und die IGEM (Interessengemeinschaft Elektronische Medien) veröffentlichen die Studie gemeinsam.

INTRAMEDIASTUDIEN –

Fundierte Informationen über Leser- und Nutzerschaft, sowie Konsumentinnen und Konsumenten

MACH Basic – die nationale Leserschaftsstudie mit Angaben über die Reichweiten und Nutzerstrukturen von ca. 250 Presstiteln (inkl. E-Paper) 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 Konsumentinnen und 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.



DATA SOLUTIONS

Umfassende Daten für die Planung und Analyse

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.



Angebot Medienstudien
wemf.ch/medienstudien



Angebot Statistiken
wemf.ch/statistiken



Angebote der Better
Prediction Initiative
wemf.ch/bpi



Angebot Datenbanken
wemf.ch/datenbanken



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.

RAPID (REALTIME API DATASET) – Automatische Anreicherung von User- informationen

Der RAPID-Datensatz ermöglicht es, via einer Schnittstellenverbindung (API) Predictions in Echtzeit mit Userinformationen aus dem umfassenden MACH-Datensatz anzureichern. Damit ergeben sich vielfältige Möglichkeiten, um die Profile der Online-Nutzerschaft zu schärfen und gezielte Inhalte und Werbung auszuspielen.

PREDICTION ACCURACY CHECK – Validierung und Optimierung von Predictions

Der Prediction Accuracy Check (PAC) validiert und verifiziert Online-Targeting-Predictions eines Publishers oder Vermarkters mittels Vergleichs mit den repräsentativen WEMF-Befragungsdaten. Es wird analysiert, ob aggregierte Ergebnisse der Prediction, wie z.B. soziodemografische Verteilungen, Interessen, Kaufabsichten und Markenpräferenzen, mit Ergebnissen aus dem unabhängigen und repräsentativen Datensatz der WEMF kongruent sind.

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 werberelevanter Publikationen für den Schweizer Werbemarkt jederzeit sichtbar, erreichbar, planbar, kalkulierbar und buchbar. Die MedienDB umfasst sämtliche relevanten Publikations- und Preisinformationen sowie Belegungs- und Produktionsdaten der gelisteten Zeitungen, Zeitschriften und Onlinepublikationen.



AUDITS

Unabhängig zertifizierte und offiziell anerkannte Leistungswerte

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

Die Auflagebeglaubigung ermittelt die offiziellen Auflagezahlen (gedruckt und online) der Schweizer Presse. Damit liefert sie objektive Informationen für Werbeauftraggeber, 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.

WEMF TRAFFIC-MEDIA-AUDIT – Die Auditierung von Verkehrsmittelwerbung

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

WEMF PODCAST-AUDIT – Die Zertifizierung von Podcasts

Mit dem Podcast-Audit können Medienhäuser sowie Podcast-Produzentinnen und -Produzenten ihrer Werbekundschaft gegenüber nachweisen, dass ihre publizierten Download-Zahlen offiziell beglaubigt sind.



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 über 780 Schweizer Zeitungen und Zeitschriften einfach abgefragt und verglichen werden.

AGENCY.OS – Das Tool für das Allmedia-Kampagnen-Management

Agency.OS ist das benutzerfreundliche und vollwertige Tool für Allmedia-Kampagnen und administrative Aufgaben von Mediaagenturen. Es ermöglicht, Mediakampagnen effizient zu planen, zu optimieren, zu verrechnen und zu reporten.



Angebot Audits
wemf.ch/audits



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 Expertinnen und Experten der WEMF, 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 Spezialistinnen und Spezialisten an internationalen Symposien (EMRO, ESOMAR, IFABC usw.) über die weltweit neuesten Technologien, Methoden und Trends im Bereich des Medien-Auditing aus.

Die WEMF ist Gründungsmitglied des internationalen Verbands der Joint Industry Committees (i-jic) für Medienforschung. Mit i-jic sollen in erster Linie die Idee und die Entwicklung der weltweiten Joint Industry Committees gefördert und die Medienforschungsqualität und -ansätze weiterentwickelt werden.

Ausserdem versammelt sich die WEMF seit 2020 gemeinsam mit den nationalen Organisationen für das Auditing und Monitoring von Werbeträgern Deutschlands (IWV) und Österreichs (ÖAK) unter einem gemeinsamen

Klare Fakten statt vager 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

