

Quelle / Source

Klein Report - Der Mediendienst der Schweizer Kommunikationsbranche.

<https://www.kleinreport.ch/news/wemf-urgestein-harald-amschler-vor-der-pensionierung-von-fehlenden-kooperationen-profitieren-letztendlich-nur-die-gafas-101543/>

**Harald Amschler on leaving Wemf: "In the end, only the GAFAs benefit from a lack of cooperation".**

**Harald Amschler zum Abschied von der Wemf: «Von fehlenden Kooperationen profitieren letztendlich nur die GAFAs».**

*The English translation follows the original article in German. Translation done by deepL.*

Mittwoch, 29.03.2023



*Bald öfter in Portugal anzutreffen: Nach über drei Jahrzehnten bei der Wemf geht Harald Amschler per Ende April in die Pension. (Bild © Wemf)*

Drei Jahrzehnte lang prägte [Harald Amschler](#) unter anderem als Forschungsleiter und Mitglied der Geschäftsleitung das Wohl und Wehe der Wemf AG für Werbemedienforschung.

«Mir fällt der Austritt aus der Wemf nach 33 Jahren leicht, da ich ein grundsolides Unternehmen mit einer super CEO verlassen kann und ich dem Wemf-Team zutraue, auch weiterhin die Herausforderungen zu meistern», sagte Harald Amschler am Dienstag im Gespräch mit dem Klein Report.

33 Jahre – das ist ein halbes Leben. Bevor Amschler Anfang 1990 zur Wemf stiess, war gerade sein zweiter Sohn auf die Welt gekommen. «Wir brauchten eine grössere Wohnung und somit auch ein grösseres Einkommen, als ich damals an der Universität Zürich als Assistent hatte», erinnert er sich heute.

Die Wemf habe zu dieser Zeit einen Projektleiter mit sozialwissenschaftlichem Know-how für ihre Medienstudien gesucht. Das war ein perfect match. «Ich bewarb mich und sie nahmen mich.»

Angesprochen auf seine beruflichen Highlights nennt Harald Amschler die Konzipierung und Einführung der neuen Generationen der MACH-Studien 1999 und 2013.

Amschler war 1998 zum Forschungsleiter aufgerückt, eine Funktion, die er bis 2020 innehatte, bevor er auf seine letzten Berufsjahre hin noch Stv. Geschäftsführer wurde.

«Bei der MACH 2 (2000 – 2012) stand die Umstellung der Titelreichweitenmessung vom sogenannten normativen K1-Konzept auf das faktische und international verwendete LpA- beziehungsweise cRR-Konzept im Fokus», erklärt Amschler. «Bei der MACH 3 (2013 – 2020) war die Umstellung der Datenerhebung von rein telefonischen Interviews auf eine doppelte Erhebung mit Telefoninterviews mit Zeigematerial und Online-Interviews (Dual Mode-Erhebung) auch international wegweisend.»

Seit 1998 ist Harald Amschler auch Mitglied der Wemf-Geschäftsleitung. Hier erinnert er sich nach Highlights gefragt als Erstes an die Zurückholung des Schweizerischen Werbe-Auftraggeberverbands (SWA) im Jahr 2011 und von Leading Swiss Agencies (LSA) im Jahr 2020 ins Aktionariat der Wemf.

«Damit wurde die Wemf wieder ein klassisches Joint Industry Committee. Die gemeinsame Vertretung der Medienhäuser (VSM), Agenturen (LSA) und Werbetreibenden (SWA) stärkt die Neutralität und Glaubwürdigkeit der Wemf-Studien und Wemf-Statistiken.»

Und natürlich das Grounding des Swiss Media Data Hubs. Das Scheitern des Joint-Venture-Projekts mit Mediapulse 2018/19 ist für Amschler das Lowlight in seinem Berufsleben.

Im Rückblick ist man immer klüger. «Ich würde den Start eines solchen Projekts abhängig davon machen, ob die gesamte Branche beziehungsweise deren relevante Teile wirklich hinter dem Projekt stehen und die Schlüsselakteure bereit sind, das Projekt politisch und finanziell nachhaltig mitzutragen», sagt Amschler auf die Frage, was er heute in puncto Swiss Media Data Hub anders machen würde.

«Nicht nur als Präsident von i-jic (The International Association of Joint Industry Committees for Media Research) habe ich mich mein ganzes berufliches Leben für Kooperationen auf dem Gebiet der Publikumsforschung eingesetzt. Ich bin der Überzeugung, dass in der Regel 1 plus 1 mehr als 2 ist.»

Und das hat spürbare Folgen. «Von fehlenden Kooperationen zwischen JICs profitieren letztendlich nur die GAFAs und die internationalen Marktforschungskonzerne – zum Nachteil der einzelnen JICs und der nationalen Werbe- und Nutzermärkte», ist der langjährige Wemf-Forschungsleiter, der nun seinen wohlverdienten Ruhestand antritt, überzeugt.

Ganz so ruhig wird Harald Amschlers Leben allerdings auch nach dem 30. April nicht werden. «Ich werde weiterhin am Institut für Kommunikationswissenschaften und Medienforschung (IKMZ) der Universität Zürich als Lehrbeauftragter für den Bereich Publikumsforschung unterrichten», verrät er dem Klein Report.

Und doch freut sich Amschler, ab Mai nun endlich mehr Zeit für sein Hobby «Erforschung und Dokumentation von Grenzzeichen, Lost Places und Graffiti» zu haben. «Ich werde ausserdem öfter und länger in Portugal, der Heimat meiner Frau, sein.»

Source

Klein Report - Der Mediendienst der Schweizer Kommunikationsbranche.

<https://www.kleinreport.ch/news/wemf-urgestein-harald-amschler-vor-der-pensionierung-von-fehlenden-kooperationen-profitieren-letztendlich-nur-die-gafas-101543/>

## **Harald Amschler on leaving Wemf: "In the end, only the GAFAs benefit from a lack of cooperation".**

*Translation done by deepL.*

Wednesday, 29.03.2023



*Soon to be seen more often in Portugal: After more than three decades at Wemf, Harald Amschler is retiring at the end of April. (Image © Wemf)*

For three decades, Harald Amschler shaped the weal and woe of Wemf AG für Werbemedienforschung, among other things as head of research and member of the executive board.

"Leaving Wemf after 33 years is easy for me because I can leave a rock-solid company with a super CEO and I trust the Wemf team to continue to master the challenges," said Harald Amschler in an interview with Klein Report on Tuesday.

33 years - that's half a lifetime. Before Amschler joined Wemf in early 1990, his second son had just been born. "We needed a larger flat and thus a larger income than I had as an assistant at the University of Zurich at the time," he recalls today.

At that time, Wemf was looking for a project manager with social science know-how for its media studies. It was a perfect match. "I applied and they took me on."

When asked about his career highlights, Harald Amschler mentions the conception and introduction of the new generations of MACH studies in 1999 and 2013.

Amschler had moved up to Head of Research in 1998, a position he held until 2020, before becoming Deputy Managing Director towards his final years in the job.

"At MACH 2 (2000 - 2012), the focus was on the conversion of title reach measurement from the so-called normative K1 concept to the factual and internationally used LpA or cRR reach concept," explains Amschler.

"For MACH 3 (2013 - 2020), the conversion of data collection from purely telephone interviews to a dual mode survey with telephone interviews with pointing material and online interviews (dual mode survey) was also internationally ground-breaking."

Harald Amschler has also been a member of the Wemf management since 1998. Asked about highlights, the first thing he remembers here is the return of the Swiss Association of Advertisers (SWA) to Wemf's shareholders in 2011 and of Leading Swiss Agencies (LSA) in 2020.

"This made Wemf a classic Joint Industry Committee again. The joint representation of media houses (VSM), agencies (LSA) and advertisers (SWA) strengthens the neutrality and credibility of Wemf studies and Wemf statistics."

And of course, the grounding of the Swiss Media Data Hub. For Amschler, the failure of the joint venture project with Mediapulse in 2018/19 is the lowlight of his professional life.

Looking back, one is always wiser. "I would make the start of such a project dependent on whether the entire industry or its relevant parts are really behind the project and the key players are willing to support the project politically and financially in the long term," says Amschler when asked what he would do differently today regarding the Swiss Media Data Hub.

"Not only as President of i-jic (The International Association of Joint Industry Committees for Media Research) have I spent my entire professional life working for cooperation in the field of audience research. I believe that as a rule, 1 plus 1 is more than 2."

And this has had tangible consequences. "In the end, only the GAFAs and the international market research groups benefit from a lack of cooperation between JICs - to the detriment of the individual JICs and the national advertising and media user markets," the long-time Wemf research director, who is now taking his well-deserved retirement, is convinced.

Harald Amschler's life will not be so quiet after 30 April, however. "I will continue to teach at the Institute for Communication Sciences and Media Research (IKMZ) at the University of Zurich as a lecturer in audience research," he reveals to Klein Report.

And yet Amschler is happy that from May he will finally have more time for his hobby of "researching and documenting border signs, lost places and graffiti".

"I will also be in Portugal, my wife's home country, more often and for longer."