

«Wo laufen sie denn hin?»

TV-Index Halbzeit in der Race um die höchsten Marktanteilsgewinne 2007.

DANIELA BEMBERG,
MEDIALOGICS

Würden wir auf unsere im Januar abgegebenen Prognosen schauen, so müssten wir um unsere Wetteinsätze bangen. Denn in der Deutschschweiz hatten wir anfangs dieses Jahres am Vorabend und in der Prime-Time auf *SF1* gesetzt – vor *RTL* resp. *3+* und *RTL*. Einzig unser Late-Night-Tipp auf *RTL* geht in der Halbzeitpause auf (da *3+* im vergangenen Jahr erst ab Ende August in das Rennen einstieg, macht ein Vergleich mit 2006 derzeit noch wenig Sinn). Wir konstatieren jedoch von Monat zu Monat eine kontinuierliche Vorwärtsbewegung, welche den neuen Teilnehmer in der Prime-Time nun immerhin auf die Höhe der Sender *Super-RTL* und *Kabel 1* gebracht hat. Von einer imponierenden Aufholjagd zu sprechen, wäre allerdings verfrüht.

In der Westschweiz sieht es für uns etwas weniger düster aus, haben wir doch zumindest auf Rang 1 in allen Rennen auf die richtigen Pferde gesetzt. Im Tessin hat der grosse Aussenseiter *TeleTicino* unsere kühnsten Erwartungen übertroffen und sich in der Access-Time und in der Late-Night-Schiene an die Spitze des kleinen Feldes gesetzt. Einzig in der Prime-Time liegt der grosse Favorit *TSI 1* erwartungsgemäss deutlich vorne.

«Alles nur Renntaktik», sagen wir und warten gespannt auf die grosse Herbst- und Wintersaison. Können sich die Favoriten gegen die Aus-

senseiter durchsetzen oder belasten ihre Handicaps zu sehr? So halten wir es im Augenblick mit dem Kult-Spruch von Lorient und fragen uns: «Wo laufen sie denn, wo laufen sie denn hin?»

KÖNIGE DER ACCESS-PRIME

(17.00 – 19.00 Uhr)

Die Privaten machen gegenüber der SRG-Sender Boden gut. Dieses Pauschalfazit lässt sich nach der ersten Halbzeit ziehen. Lassen sich die Verluste von *SF zwei* eindeutig mit der Fussball-WM 06 in Zusammenhang bringen, fällt eine Erklärung des leichten Rückganges von *SF1* schwerer.

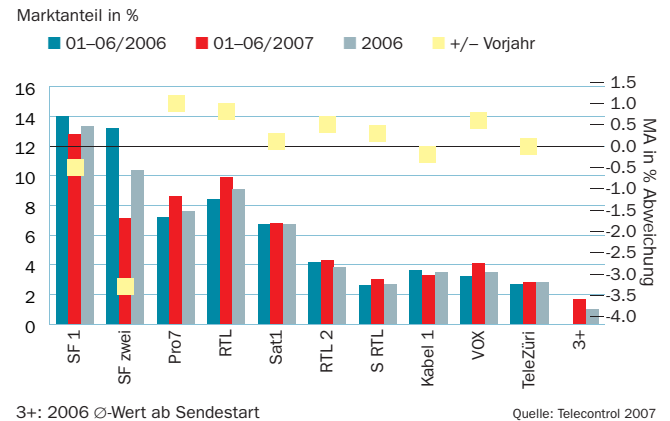
TSR1 mit Rekordvorsprung, *M6* als Negativüberraschung und der Aussenseiter *TeleTicino* mit respektablem Zwischenspur. Dies das Fazit zur Halbzeit im Vorabend-Rennen in der Romandie und im Tessin. Gelingt es *TSR2*, bis Ende Jahr *M6* von Rang 2 zu verdrängen? Erholen sich die SRG-Sender im Tessin in der zweiten Halbzeit oder gelingt es *TeleTicino* gar, die 5-Prozent-Hürde zu überspringen? Das sind derzeit die spannenden Fragen für die zweite Saisonhälfte.

KÖNIGE DER PRIME-TIME

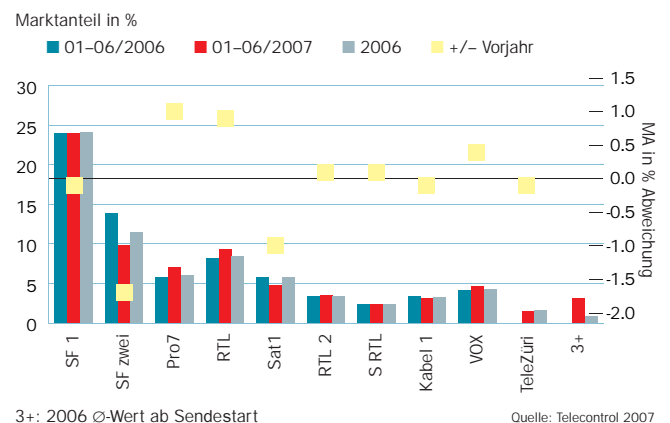
(19.00 – 22.30 Uhr)

In der Hauptsendezeit ergibt sich ein ähnliches Bild wie am Vorabend. Die meisten Privatsender – allen voran *RTL* und *Pro7* – können sich steigern. Die Ausnahme bildet *SAT1* mit einem erklecklichen Rückschlag, und auch *SF zwei* leidet in diesem Abschnitt. In der Westschweiz verliert *TSR2* deutlich. Profi-

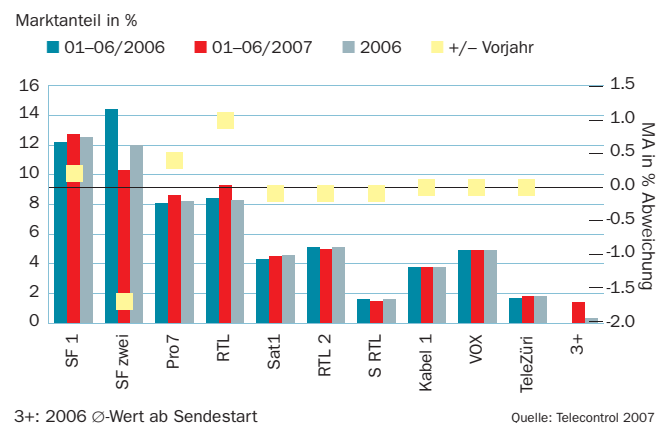
Deutschschweiz: Access-Prime (17.00–19.00 h) ZG: 15–49 Jahre



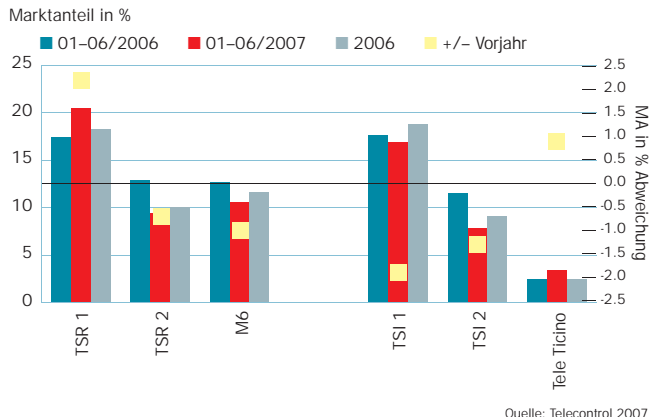
Deutschschweiz: Prime-Time (19.00–22.30 h) ZG: 15–49 Jahre



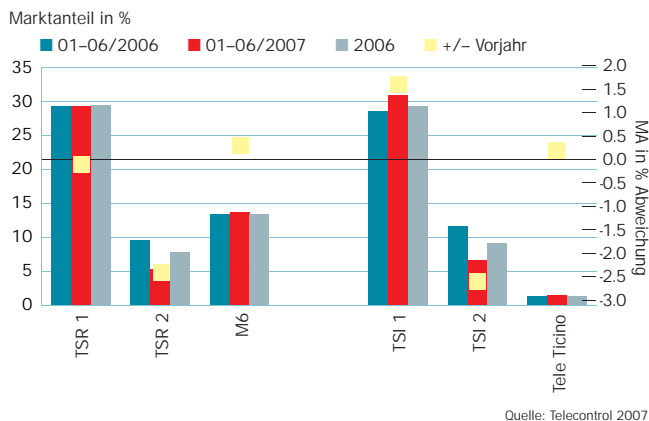
Deutschschweiz: Late Night (22.30–00.30 h) ZG: 15–49 Jahre



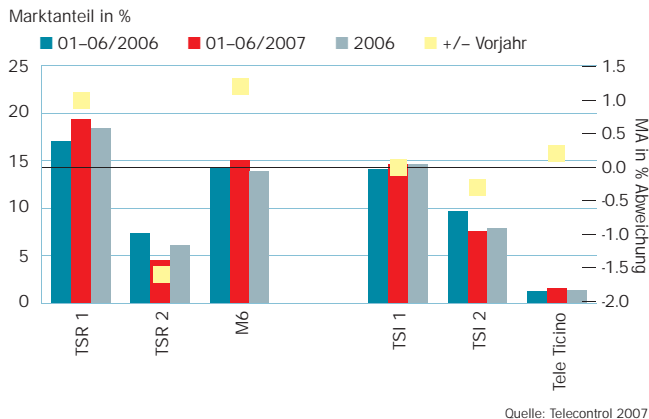
Westschweiz & Tessin: Access-Prime (17.00–19.00 h) ZG: 15–49 Jahre



Westschweiz & Tessin: Prime-Time (19.00–22.30 h) ZG: 15–49 Jahre



Westschweiz & Tessin: Late Night (22.30–00.30 h) ZG: 15–49 Jahre



teure müssen Sender wie *TF1* sein, welche keine Schweizer Werbefenster führen. Wie lange wohl noch? Wir würden solche auch angesichts der latenten Angebotsengpässe in der Romandie sehr begrüßen. Im Tessin setzt sich *TSI 1* weiter ab – auch hier hat der zweite SRG-Sender seine liebe Mühe.

KÖNIGE DER LATE-NIGHT

(22.30 – 00.30 Uhr)

Der Spätabend zeichnet sich bei den meisten Teilnehmern durch grosse Stabilität aus. Aus der Reihe tanzen hier nur gerade *SFzwei* (negativ) und *RTL* (positiv). Auch *Pro7* verspürt in dieser Zeitschiene leichten Rückenwind. *M6* und *TSR1* legen in der Westschweiz deutlich zu. Der Marktanteil von *M6* liegt dabei auf einer Höhe, von der die Werbefenster in der Deutschschweiz nur träumen können. Konstant bleiben die Verhältnisse im Tessin.

ALLGEMEIN

Für die SRG-Sender schaut es derzeit auf den ersten Blick nicht gerade rosig aus. Doch liegen die aktuellen Halbjahreswerte von *SF1* am Vorabend und am Spätabend deutlich höher als im 1. Semester des «Nicht-Sportjahres» 2005. So schlecht steht der Sender im Quotenkampf also gar nicht da, wie dies in einem grösseren Teil der Presse in jüngster Zeit kolportiert wird. Die betroffenen Journalisten wissen dies offensichtlich nicht – oder wollen sie es nicht wissen? Und gerade die Verbesserung dieser Werte war ja ein erklärtes Ziel der vielgescholtenen Programm-
direktorin.

MediaLogics

MediaLogics ist das gemeinsame Service- und Kompetenz-Center der Media-Agenturen Bemberg, Gedenk, Media, Optimedia AG und Zenithmedia AG.

MediaLogics managt das Markt- und Mediawissen, insbesondere Media- und Kommunikationswissen, Informationsfluss/Markt- und Mediatrends, Weiterbildung.

Chart-Erläuterungen

Drei Sprachregionen

Deutsche, französische, italienische Schweiz

Eine Zielgruppe

15–49 Jahre

Drei Zeitzonen

Access-Prime 17.00–19.00

Prime-Time 19.00–22.30

Late-Night 22.30–00.30

Sender

Werberelevant im Zielgebiet, minimal 1% MA

Rollender Marktanteil 2006

Dient der Orientierung, wo der Sender zum gleichen Zeitpunkt in der Vorjahresperiode stand.

Rollender Marktanteil 2007

Die Entwicklung des Marktanteils der laufenden Periode

Basis Marktanteil

Durchschnittlicher Marktanteil aus 2006, bleibt das ganze Jahr 2007 als Richtwert (Benchmark) stehen.

+/- Vorjahr

Zeigt auf einen Blick, ob ein Sender auf Vorjahreskurs ist, zulegt oder verliert. Vergleich aktueller Marktanteil vs. Marktanteil Gesamtjahr.