

13.12.2005 - 08:30 Uhr

## Hohe Glaubwürdigkeit für Schweizer Fernsehen - Stephan Klapproth beliebtester Nachrichtenmoderator

Zürich (ots) -

Die zweite paneuropäische Fernsehstudie von UPC wurde dieses Jahr erstmals in der Schweiz durchgeführt und ist unter [www.cablecom.ch/wirueberuns/upc\\_2005\\_tv\\_survey](http://www.cablecom.ch/wirueberuns/upc_2005_tv_survey) zugänglich für die Öffentlichkeit. Ins Auge stechen die hohe Glaubwürdigkeit, welche die Teilnehmenden dem öffentlich-rechtlichen Schweizer Fernsehen entgegen bringen sowie der europaweit niedrigste TV-Konsum. Zur Auszeichnung des beliebtesten Nachrichtenmoderator, rief cablecom erstmals den «Swiss TV Award» ins Leben. Dieses Jahr geht er an Stephan Klapproth, Nachrichtenmoderator von 10vor10.

Die zweite paneuropäische Studie von UPC / cablecom wurde 2005 in allen 14 europäischen Ländern durchgeführt, in denen UPC Fernseh- und Telekomdienstleistungen anbietet, erstmals auch in der Schweiz. Sie hat neben der Glaubwürdigkeit des Mediums Fernsehen ermittelt, ob das Alter auf das Fernsehverhalten einen Einfluss hat. Die Umfrage wurde von Research International koordiniert und unter mehr als 6'000 Konsumenten durchgeführt. Die Befragten wurden in drei Alterskategorien aufgeteilt 16 - 29, 30-49 und ab 50. Die Studie kann unter [www.cablecom.ch/wirueberuns/upc\\_2005\\_tv\\_survey](http://www.cablecom.ch/wirueberuns/upc_2005_tv_survey) heruntergeladen werden. Dazu Rudolf Fischer, Managing Director, cablecom: «Die Studie zeigt, wie wichtig das öffentlich-rechtliche Fernsehen für die Meinungsbildung in der Schweiz ist.»

### Keine TV-Junkies - selektives Fernsehen im Vordergrund

Die Schweizer verzeichnen den niedrigsten TV-Konsum in ganz Europa. Nur 31% verbringen täglich mehr als zwei Stunden vor dem Fernseher, im Gegensatz zu den Franzosen (70%). Bemerkenswert ist, dass ältere Menschen sehr viel mehr fernsehen als jüngere: 37% der Schweizer über 50 sehen mehr als zwei Stunden am Tag fern. Bei den 16-29-Jährigen sind es nur 25%.

### Lieblingssendungen haben Priorität und werden aufgezeichnet

Jede zweite Person in der Schweiz hat eine Lieblingssendung, die sie nicht verpassen möchte. Bei der älteren Generation sind es noch mehr: 32% nehmen die Sendung auf und 30% sind bereit, dafür zuhause zubleiben. Nur die jungen Leute zwischen 16 und 29 Jahren richten sich mehrheitlich (56%) nicht nach dem Fernsehprogramm.

### Öffentlich-rechtliche Sender in der Schweiz glaubwürdiger als private

Die hiesige Bevölkerung legt viel Wert darauf, informiert zu sein. Information wird von 68% der Schweizer als Hauptgrund zum Fernsehen angegeben. Bei Personen über 50 sind es sogar 86%. Jung und Alt sind zudem davon überzeugt (82%), dass die Nachrichten im Fernsehen der Wahrheit entsprechen. Öffentlich-rechtliche Sender (64%) erhalten dabei ganz klar den Vorzug gegenüber den privaten (2%). Mit dieser Haltung heben sich die Schweizer deutlich von Europa ab, wo die

Hälfte der Zuschauer der Meinung ist, dass die Nachrichten des kommerziellen privaten Fernsehens ebenso glaubwürdig sind.

Kein Potential für Reality-Shows in der Schweiz

Anders sieht es bei den Jungen aus. Diese ziehen Unterhaltungs-Sendungen vor. So schalten Schweizerinnen und Schweizer zwischen 16 und 29 den Fernseher primär ein, um unterhalten zu werden (55%). Für Reality-Shows haben 77% hingegen wenig übrig.

Fernsehen beeinflusst Wahlverhalten

Politische Informationen am Fernsehen haben einen hohen Stellenwert. 71% der Schweizer interessieren sich für nationale Politik und noch mehr (73%) für europäische Politik. Gleichzeitig gibt die Mehrheit der Befragten (64%) an, dass ihr Wahlverhalten von den politischen Debatten im Fernsehen beeinflusst wird.

Hohe Affinität für neue Technologien

Die Schweizer zeigen eine hohe Affinität für neue Technologien. Mit 77% verzeichnen die Schweizerinnen und Schweizer ein überdurchschnittlich hohes Interesse an neuen Technologien im Vergleich zum europäischen Durchschnitt von 71%. Rund vier von fünf Schweizern haben zum Beispiel Wireless Network bei sich zuhause installiert. Obwohl die Schweizer wenig fernsehen, geben 58% aller Schweizer an, mehr als einen Fernseher zu besitzen. Jeder fünfte Schweizer zwischen 16 und 29 hat sogar drei Fernsehgeräte zuhause, doppelt so viele wie die Generation der 30-49-Jährigen.

Beliebtester Nachrichtenmoderator in der Schweiz

In allen 14 Ländern wählten die Teilnehmenden ihren beliebtesten Nachrichtenmoderator aus einer Auswahl von jeweils zehn Kandidaten, die Mehrheit aus privaten Sendern. Beliebtester Nachrichtenmoderator der Schweiz ist Stephan Klapproth, vom Newsmagazin 10vor10.. Rang zwei belegt Tagesschausprecher Heinrich Müller. Auf Platz drei ist Darius Rochebin, Nachrichtensprecher bei Télévision Suisse Romande, platziert. Cablecom verleiht dem Sieger Stephan Klapproth den neu geschaffenen Swiss TV Award" in Höhe von 20'000 Franken. Die Prämie ist an ein Ereignis im vergangenen Jahr gebunden, das den Moderator besonders berührt hat. Klapproth begeistert: Ich möchte das Geld der kleinen, von jungen Bernerinnen und Bernern gegründeten Hilfsorganisation Goutte d'eau" spenden, die gegen Kinderhandel und Kinderprostitution in Asien kämpft und deren vorbildliche Waisenheime mich bei einem Besuch in Kambodscha sehr beeindruckt haben."

Über cablecom:

Cablecom ist das grösste Kabelnetzunternehmen der Schweiz, das Kunden mit Triple-Play-Angeboten im Bereich Kabelfernsehen, Breitbandinternet und Festnetztelefonie versorgt. Zudem bietet das Unternehmen Managed Area Networks (WAN), Sprach- und Mehrwertdienste für Schweizer Geschäftskunden, analoge Fernsehsignallieferung und Anlagenbau sowie Anwendungs- und Übertragungsdienste für Wholesale-Kunden an. Ihr landesweites Netzwerk (eines von nur zwei in der Schweiz) versorgt 14 der 16 grössten Städte. Liberty hält 100% des Aktienkapitals der cablecom Holding AG.

Über UPC Broadband

UPC Broadband (UPC), eine Tochtergesellschaft von Liberty Global, Inc. ist ein führender Anbieter von TV-Breitbandinternet- und Telefondiensten in 14 europäischen Ländern. Liberty Global besitzt Anteile an Breitband- und Programmgesellschaften, die ausserhalb der

USA, vornehmlich in Europa, Asien und Lateinamerika, tätig sind. Durch ihre Tochtergesellschaften und angeschlossenen Unternehmen ist Liberty Global, gemessen an den Abonnenten, der grösste Breitband-Kabelnetzbetreiber ausserhalb der USA. Basierend auf den konsolidierten operativen Kennzahlen der Firma vom 30. Juni 2005 (mit Ausnahme von NTL Ireland, die wir konsolidieren, aber nicht kontrollieren), erreichen die Netze von Liberty Global 23,5 Millionen Haushalte und stellen etwa 14,9 Millionen Einzeldienste bereit: ca. 10,7 Millionen TV-Kunden, 2,5 Millionen Breitband-Internetkunden und 1,8 Millionen Telefoniekunden. Die Aktien von Liberty Global werden an der NASDAQ gehandelt (LBTYA, LBTYB, LBTYK).

Kontakt:

cablecom Media Relations  
Stephan Howeg, Leiter Unternehmenskommunikation  
Tel. +41/44/277'99'99  
Fax +41/44/277'95'88  
E-Mail: [media.relations@cablecom.ch](mailto:media.relations@cablecom.ch)

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004998/100501644> abgerufen werden.