

Pressemitteilung vom 27. Januar 2005

publisuisse SA  
Giacomettistrasse 15  
Postfach 610  
3000 Bern 31  
Telefon 031 358 31 11  
Telefax 031 358 31 00  
webteam@publisuisse.ch

## **40 Jahre Fernsehwerbung in der Schweiz – eine Erfolgsgeschichte.**

**Vor 40 Jahren flimmerte erstmals Fernsehwerbung in die Schweizer TV-Stuben. Was am 1. Februar 1965 mit einem Werbeblock von Spots in Schwarz-Weiss begann, ist heute ein breites Angebot an crossmedialen Werbe- und Sponsoringmöglichkeiten. Die damals gegen den Widerstand der grossen Verlagshäuser vom Bundesrat bewilligte Fernsehwerbung hat kontinuierlich an Bedeutung gewonnen und ihre Umsätze laufend gesteigert. publisuisse, die kommerzielle Partnerin und Tochtergesellschaft der SRG SSR idée suisse, hat bis heute Einnahmen von rund 6,7 Milliarden Franken erwirtschaftet. Damit leistet die Vermarkterin der ersten Stunde einen substanziellen Beitrag an die Finanzierung der Programme. Von 1993 bis 2003 haben sich sowohl das Volumen als auch der Marktanteil der Fernsehwerbung in der Schweiz verdoppelt. Experten gehen davon aus, dass die Erfolgsgeschichte der Fernsehwerbung in der Schweiz auch in Zukunft weitergeht und bereits 2006 die Grenze von 600 Millionen Franken (Nettowerbeumsatz) überschritten wird.**

Von «Wer het's erfunde» über «Rhäzünser isch gsünser» bis zu «Katzen würden Whiskas kaufen» findet Fernsehwerbung den Weg in die Alltagssprache und beeinflusst sogar den Zeitgeist («Geiz ist geil»). Fernsehwerbung macht Produkte und Unternehmen bekannt, baut ein Image auf

und steigert die Verkäufe. In der Schweiz setzen sowohl grosse Unternehmen wie Nestlé, Migros, Coop oder Swisscom als auch kleinere wie zum Beispiel Pneu Egger erfolgreich auf die nachhaltige und breite Wirkung von Fernsehwerbung. Seit Einführung der Fernsehwerbung vermarktet publisuisse (vormals AG für das Werbefernsehen) exklusiv die Programme der SRG SSR idée suisse.

### **Wesentlicher Beitrag zur Finanzierung der SRG-SSR-Programme**

Dank publisuisse kommt der TV-Bereich der SRG SSR zu annähernd einem Viertel seiner jährlichen Einnahmen, ohne die entweder die Gebühren erhöht oder die Programmleistungen reduziert werden müssten. Zu den Gesamteinnahmen der SRG SSR trägt sie rund einen Sechstel bei. publisuisse ist als exklusive kommerzielle Partnerin der SRG SSR für die Fernsehwerbung und das Radiosponsoring in allen Programmen sowie für das Sponsoring auf TSI zuständig. An den jährlichen Investitionen in die Fernsehwerbung hält publisuisse einen Marktanteil von 70 Prozent. Mit einem Nettoumsatz von 307 Millionen Franken im Jahr 2004 ist publisuisse die klare Marktleaderin im TV-Bereich.

### **Fernsehwerbung seit Einführung des RTVG im Hoch**

Die Einführung des ersten Radio- und Fernsehgesetzes (RTVG) am 1. April 1992 bedeutete für die Fernsehwerbung den Startschuss zum langfristigen und nachhaltigen Wachstum. Die Liberalisierung des TV-Marktes führte zu einer Stimulierung der jährlichen Investitionen in die Fernsehwerbung in der Schweiz. 1994 wurde bereits die Grenze von 300 Millionen Franken Nettowerbe-

umsatz überschritten, 1999 diejenige von 500 Millionen. Schätzungen gehen davon aus, dass bis 2006 der TV-Werbemarkt auf 600 Millionen Franken – rund 50-mal mehr als vor 40 Jahren – angewachsen wird. Von 1993 bis 2003 haben sich sowohl das Volumen wie auch der Marktanteil der Fernsehwerbung verdoppelt: Trotzdem liegt die Fernsehwerbung in der Schweiz im Vergleich mit den Nachbarländern noch immer zurück. 2003 betrug der Marktanteil in der Schweiz 16,2 Prozent, in Deutschland dagegen 26,9 Prozent der Nettowerbeausgaben. Experten sagen voraus, dass er in der Schweiz in nächster Zukunft bis auf rund 20 Prozent zunehmen wird.

### **Eigenentwicklungen von publisuisse setzen die Standards im Markt und tragen zum Erfolg bei**

Um das ständig steigende Werbevolumen optimal bewirtschaften zu können, hat publisuisse gezielt in die Entwicklung von Planungs- und Buchungstools, in Beratung, Planung, Abwicklung und Überwachung von Fernsehwerbung sowie in die Forschung investiert. So war sie an der Entwicklung von Telecontrol, der international erfolgreichsten Zuschauerermessmethode, massgeblich beteiligt. Dank «publiplan», des von publisuisse 1996 eingeführten Onlinebuchungssystems, können Mediaagenturen und Werbeauftraggeber ihre Kampagnen online buchen, überwachen und optimieren. 2000 nahm publisuisse mit «digispot» zur digitalen Übertragung der Spots in die Studios über Glasfaserkabel eine Weltneuheit in Betrieb. Ebenfalls einzigartig ist «publispot», die elektronische Spotdatenbank, die Werbeauftraggebern, Werbe- und Mediaagenturen sowie weiteren inte-

ressierten Kreisen aktuell über 60 000 Werbe-  
spots online zugänglich macht.

*Anzahl Zeichen (inkl. Leerschläge): 4 495*

**Fakten zu publisuisse**

Aktionäre:	SRG SSR idée suisse (99,8%) Schweizerischer Gewerbeverband (0,2%)
Anzahl Mitarbeitende:	96 (Vollzeitstellen)
Umsatz 2004:	318 Millionen Franken (Totalumsatz netto) 307 Millionen Franken (TV-Umsatz netto)
Standorte:	5 (Bern, Zürich, Lausanne, Genf, Lugano)

Medienschaffende finden unter [www.publisuisse.ch](http://www.publisuisse.ch) (anschliessend: Über uns → Pres-  
secorner → 40 Jahre) Factsheets mit Informationen zu folgenden Themen:

- Wirtschaftliche Bedeutung der Fernsehwerbung
- Geschichte von publisuisse
- Entwicklung der Technik im (Werbe-)Fernsehen
- Inhaltliche und gestalterische Spotentwicklung
- Bilder, Illustrationen und Tabellen zum Thema Fernsehwerbung
- 40 beste Schweizer TV-Spots

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Peter Kaufmann,  
Leiter Public Relations bei publisuisse

publisuisse  
Giacomettistrasse 15  
Postfach 610  
3000 Bern 31

Telefon: ++41 31 358 31 11  
Telefax: ++41 31 358 34 00  
Direktwahl: ++41 31 358 34 41  
E-Mail: [p.kaufmann@publisuisse.ch](mailto:p.kaufmann@publisuisse.ch)

Bern, 27. Januar 2005