



Neue Zürcher Zeitung  
8021 Zürich  
044/ 258 11 11  
www.nzz.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 119'537  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 666.6  
Abo-Nr.: 1075006  
Seite: 11  
Fläche: 25'522 mm<sup>2</sup>

## Unmut ob erneuter TV-Blockade

*Der Verband der Werbekunden hält das neue Messsystem für brauchbar*

Dass der Fernsehmarkt nach einem richterlichen Verbot weiterhin ohne Einschaltquoten operieren muss, verärgert den Verband der Werbekunden. Er hält das umstrittene neue Messsystem für brauchbar.

ras. · Das erneute richterliche Verbot, die Einschaltquoten der Fernsehsender zu publizieren, verärgert die Werbekunden. «Niemand sagt, das neue Messsystem sei perfekt, aber dessen Daten sind mehr als brauchbar», sagte auf Anfrage Roland Ehrler, Direktor des Schweizer Werbeauftraggeberverbands (SWA). Er wiederholte die bereits Anfang Juni erhobene Forderung, die Zuschauerzahlen möglichst schnell dem Markt zugänglich zu machen.

### Eine Glaubensfrage

Nach Ansicht von Ehrler handelt es sich beim Streit um die Frage, ob die Quoten, die seit Anfang Jahr auf der Grundlage eines neuen Verfahrens erhoben werden, richtig sind, mehrheitlich um eine Glaubensfrage. Alle Betroffenen seien inzwischen zu Wort gekommen, und das Messverfahren sei von verschiedenen Experten geprüft und für korrekt befunden worden. «Es ist nicht haltbar, dass ein kleiner Sender eine ganze Branche lahmlegt», sagte Ehrler weiter.

Damit bezieht er sich auf den Privatsender 3+, der am Mittwoch beim Bun-

desverwaltungsgericht in St. Gallen die superprovisorische Verfügung erwirkt hat, welche die Veröffentlichung der Zahlen untersagt. Der Sender begründet die Intervention unter anderem mit der Behauptung, die Zahlen seien «falsch». Das sei keine schöne Aussage, sagte Ehrler. Es gehe in der Sache nicht einfach um richtig oder falsch, schliesslich gehe es um Marktforschung. Dabei müsse man eine gewisse Unschärfe immer in Kauf nehmen. Dass mehrere Privatfernsehsender aufgrund des neuen Messverfahrens schlechter abschneiden als früher, verwundert Ehrler nicht. Dies hänge wohl auch mit den überlangen Werbeblöcken zusammen. Er schaue sich diese auch nicht an.

Können nun andere Werbeträger von der Blockade auf dem Fernsehmarkt und der damit einhergehenden Unsicherheit profitieren? Etwa die Presse? Das sei möglich, meinte Ehrler. Eine Umlenkung der Werbegelder zum Beispiel in die Plakatwerbung sei schon zu beobachten.

### Mediapulse reagierte bereits

Die Firma für Medienforschung Mediapulse, gegen welche sich die superprovisorische Verfügung richtet, hat am Donnerstagnachmittag beim Bundesverwaltungsgericht bereits ihre Stellungnahme eingereicht. Dies bestätigte deren Sprecher, Nico Gurtner, auf Anfrage. «Wir arbeiten selbstverständlich darauf hin, diese Verfügung so schnell wie möglich aufzuheben oder einzuschränken.»

Offenbar sähe Mediapulse bereits ein wichtiges Ziel erreicht, wenn das Publikationsverbot bloss die Daten des Beschwerdeführers, also 3+, betreffen würde. In diesem Fall könnten zumindest jene Sender, welche das neue Messsystem unterstützen, ihre Resultate vermarkten. Damit begäbe allerdings die Macht des Faktischen zu wirken, und das wäre wohl nicht im Interesse von 3+.

Das Verbot richtet sich nur gegen Mediapulse. Könnten also die Fernsehsender dennoch ihre eigenen Daten veröffentlichen? Einige hätten bestimmt Lust, das zu tun. Etwa SRF und Tele Züri, die am Mittwoch im Rahmen des kurzen verbotsfreien Zeitfensters ihre Zahlen herausgaben. Doch das wäre nun gefährlich. Das Bundesverwaltungsgericht hält zwar fest, dass Mediapulse die aktuellen Messdaten weiterhin den Fernsehveranstaltern und ihren Vermarktungsfirmen schicken darf; allerdings unter der Bedingung, dass Mediapulse die Einhaltung der Geheimhaltungspflicht durchsetzen kann. Wenn ein Sender das Verbot ignorieren würde, hätte womöglich die ganze Branche keinen Zugriff mehr auf die Quoten. Dann müsste sie total blind fliegen.

Dominik Kaiser, Chef von 3+, sagte auf Anfrage: «Wir sind nach wie vor offen dafür, schnell eine Lösung zu finden, und haben das gestern Mittwoch Mediapulse schriftlich auch so kommuniziert.» Er gehe davon aus, «dass wir nicht die Einzigen sind», die nicht nachvollziehen könnten, dass Mediapulse die Daten freigeben habe.