

# TV-Leistungswerte im 1. Halbjahr 2014: noch immer suboptimal!

**TV-PROGNOSEN** Erneut nimmt der SWA in Zusammenarbeit mit der Mediaagentur Konnex das Thema der TV-Prognosequalität unter die Lupe. Im 1. Quartal 2014 waren massive Abweichungen der effektiven Werbeblockwerte gegenüber der Prognose zu verzeichnen. Hat sich die Zuverlässigkeit der Prognosewerte im 2. Quartal verbessert? Leider nur zum Teil.

VON MONICA JÄGGI, KONNEX, UND ROLAND EHRLER, SWA

■ Die nachstehende Tabelle zeigt die Entwicklung ausgewählter TV-Sender auf. Basis bilden die Prognosen der Vermarkter und die erzielten durchschnittlichen Werbeblockratings (GRPs) in der Zielgruppe der 15- bis 49-jährigen Personen in der Prime Time im ersten Halbjahr 2014.

## Taucher bei SRF1 und 2

Auffallend bei der Betrachtung über die letzten sechs Monate ist der «Taucher» bei SRF1. Im Juni hat der Sender in der Prime Time lediglich 57% der prognostizierten Leistung erreicht! Auch in der eigentlichen Pricing-Zielgruppe der SRG-Sender der 15- bis 59-jährigen Personen schneidet der Juni gleich schlecht ab (Index 0.57). Lediglich in den Monaten Januar bis April liegt der Index in der älteren Pricing-Zielgruppe um vier bis fünf Prozentpunkte höher. Offensichtlich hat die publisuisse den Einfluss der Fussball-WM auf die Leistungswerte von SRF1 unterschätzt (die Übertragung der

WM-Spiele erfolgte ausschliesslich auf SRF2). Gemäss Auskunft der publisuisse hat sich zudem das heisse Wetter nach Pfingsten negativ auf die Leistungswerte ausgewirkt. Auch SRF2 hatte im Mai einen grösseren Leistungsabfall zu verzeichnen (Index 0.59).

## Unterschiedliche Entwicklung bei Goldbach

Bei den Goldbach-Sendern verläuft die Entwicklung unterschiedlich. Goldbach hatte ja aufgrund der schlechten Resultate der ersten drei Monate Anpassungen bei den Prognosewerten vorgenommen. Bei RTL2, Vox, Pro7, Kabel1 und 3plus zeigen sich positive Auswirkungen. Je nach Sender und Monat sind aber nach wie vor deutliche Leistungsabfälle zu verzeichnen. Einzig im Mai wurden die Prognosewerte von einigen Sendern erreicht bzw. sogar übertroffen.

Bei RTL ist der Einfluss der Prognose-Anpassung nicht eindeutig. Der Mai hat zwar besser abgeschnitten als die ersten Mo-

nate des Jahres, der Juni hingegen verzeichnet den tiefsten Indexwert der gesamten Betrachtungsperiode. Auch bei Sat1 ist keine Verbesserung der Prognosequalität zu sehen, die Indexwerte entwickeln sich im Gegenteil nach unten.

Die Westschweiz hat sich auch im 2. Quartal wiederum besser entwickelt als die Deutschschweiz, allerdings sind auch hier einige deutliche Abweichungen zur Prognose zu verzeichnen.

## Kompensation nicht immer sinnvoll

Nach wie vor bleibt das Problem bestehen, dass die von den Werbeauftraggebern eingesetzten TV-Kampagnen v.a. in der Deutschschweiz den geplanten Werbebudget nicht im vorgegebenen Kampagnenzeitraum erreichen. Die meisten Vermarkter gewähren zwar eine Leistungsgarantie von 80% auf die betrachtete Zielgruppe. Der Einsatz allfälliger Kompensationsguthaben erfolgt

jedoch mit einer zeitlichen Verzögerung, werden z.B. zeitlich beschränkte Promotionen beworben, ist eine Kompensation allenfalls gar nicht mehr sinnvoll (in diesem Fall erhält der Werbeauftraggeber ein Guthaben, das bei einer nächsten Kampagne eingesetzt werden kann). Will man diesem Leistungsverlust und dessen negativen Einfluss auf die Kampagnenwirkung entgegenwirken, muss von Anfang an eine Reserverleistung eingekauft werden. Das freut zwar die Vermarkter, für den Werbeauftraggeber aber verteuern sich die Kampagnenkosten.

Zudem gewähren die von Goldbach Media vermarkteten Sender keine Leistungsgarantie auf Freespace. Das bedeutet z.B. im Fall von Sat1, dass der Freespace-Franken im betrachteten Zeitraum noch einen Wert von durchschnittlich 64 Rappen hat.

## Rückläufige TV-Nutzung kommt unerwartet

Fairerweise muss man bei den festgestellten Abweichungen der Soll- versus der Ist-Werte festhalten, dass ein Teil dieser Abweichungen auf die rückläufige TV-Nutzung zurückzuführen ist. Im Vergleich zur Vorjahresperiode ist diese in der deutschen Schweiz um insgesamt 13% zurückgegangen, in der Westschweiz um 10% (Personen 15–49, 24h). Dieser Nutzungsrückgang ist ausserordentlich hoch und wurde vom Markt so nicht erwartet.

Auf Senderebene sind zum Teil noch grössere Verluste zu verzeichnen. Allerdings ist nur ein Teil der Abweichungen gegenüber den Prognosewerten darauf zurückzuführen, sind doch die Verluste bei der Nutzung insgesamt nicht so hoch wie die Differenzen zwischen Prognose- und effektiven Werten.

Betrachtet man die Prognosewerte der Vermarkter für das 2. Halbjahr 2014, so scheinen nicht alle Vermarkter bzw. Sender die aktuellen Entwicklungen gleichermassen zu berücksichtigen. Einzelne Sender gehen gegenüber Vorjahr nach wie vor von zum Teil stark steigenden Leistungswerten aus.

**Der SWA fordert von den Vermarktern möglichst genaue TV-Prognosen, damit die TV-Werbung im gewünschten Kampagnenzeitraum ihre Ziele erreichen kann. ■**

Datenquelle: MediaCom Switzerland

## ■ Index Soll- versus Ist-Werte

Sender	Jan.	Feb.	März	April	Mai	Juni	Durchschnitt 1. HJ
SRF1	0.86	0.77	0.81	0.74	0.81	0.57	0.77
SRF2	0.96	0.83	0.86	0.82	0.59	1.01	0.84
RTL	0.73	0.76	0.74	0.79	0.81	0.65	0.77
RTL2	0.64	0.70	0.66	0.90	1.15	0.90	0.81
Vox	0.57	0.61	0.53	0.73	1.02	0.82	0.69
Pro7	0.61	0.73	0.80	0.94	1.17	0.89	0.82
Sat1	0.65	0.62	0.70	0.72	0.60	0.54	0.64
Kabel1	0.43	0.53	0.69	0.80	1.24	1.02	0.70
3plus	0.70	0.52	0.43	0.61	0.67	0.71	0.59
RTS un	0.98	0.95	0.99	0.91	1.00	0.73	0.93
RTS deux	0.95	1.12	1.53	0.99	0.76	1.37	1.15
M6	0.85	0.82	0.69	0.69	0.81	0.78	0.77
TF1	0.99	0.83	0.91	0.98	0.81	1.24	0.93

**Datenquelle:** Mediapulse Fernsehpanel (InfoSys+), Personen 15–49 Jahre inkl. Gäste, 1. Semester 2014, Mo-So, 19.00–22.30 Uhr (der besseren Vergleichbarkeit halber wurden alle Sender auf der Zielgruppe Personen 15–49 Jahre ausgewertet, obwohl die SRG-Sender und TF1 ihr Pricing auf der Zielgruppe Personen 15–59 Jahre basieren). Datenaufbereitung durch MediaCom Switzerland.

**Lesebeispiel:** Bei einem Index von 1.0 entspricht die Prognose dem effektiven Wert, bei einem Index von 0.59 beträgt die Abweichung nach unten 41% (3plus), bei einem Index von 1.15 wurde gegenüber der Prognose eine Mehrleistung von 15% (RTS deux) erzielt.