

Mehrheitlich positives Bild bei den TV-Prognosen 2017

WERBEMARKT Nach der kritischen Beurteilung der TV-Preise und Leistungsprognosen 2017 in der November-Ausgabe war es Zeit, die Prognosen der ersten Monate unter die Lupe zu nehmen. Die Mehrheit der Sender hat ihre Prognosen im ersten Quartal knapp erreicht. Einige Sender hatten aber grosse Mühe, ihre versprochenen Leistungen an die Werbeauftraggeber zur geplanten Zeit auszuliefern.

VON MONICA JÄGGI (KONNEX AG) UND ROLAND EHRLER (SWA)

Index Soll- versus Ist-Werte: Goldbach Media

Zielgruppe: 15–49 Jahre											
Sender – Goldbach Media											
	RTL CH	RTL2 CH	Vox CH	Pro7 CH	Sat1 CH	Kabel 1 CH	3plus	4plus	M6 CH	C8 CH	W9 CH
Januar	103	74	88	84	69	88	102	107	66	92	100
Februar	87	80	98	99	83	70	100	85	72	105	100
März	98	75	109	112	89	81	91	96	78	77	94
Durchschnitt	97	76	98	98	80	80	98	96	72	91	98

Datenquelle: Berechnung von MediaCom Switzerland, basierend auf Mediapuls Fernsehpanel (InfoSys+) und Media Wizard, Personen 15–49 Jahre inkl. Gäste, Januar bis März 2017, Mo-So 19.00 bis 23.00 Uhr

Die abgebildeten Tabellen zeigen die indexierte Leistungsentwicklung von ausgewählten Sendern auf. Basis bilden die durchschnittlichen Werbeblockleistungen (GRP), die von Januar bis März 2017 in der Prime Time (19.00 bis 23.00 Uhr) erzielt worden sind.

Den Auswertungen zugrunde liegt die jeweilige Pricing-Zielgruppe der betrachteten Sender. Für die von Goldbach Media vermarkteten Sender basieren die Auswertungen demnach auf der Zielgruppe Personen 15–49 Jahre, für die übrigen Sender auf der Zielgruppe 15–59 Jahre.

Der Index zeigt auf, wie stark die Effektiv- von den Prognosewerten abweichen. Ein Index von 100 oder mehr bedeutet, dass die Prognosewerte erreicht worden sind, ein Index von unter 100 heisst hingegen, dass die Effektivwerte unter der Prognose lagen.

SRF1 verfehlt Prognose

In der Deutschschweiz verfehlt SRF1 die Prognose deutlich. Zudem zeigt der Trend in die falsche Richtung, der Index verschlechterte sich in jedem Monat. Durchschnittlich hat SRF1 im 1. Quartal nur 84 % der prognostizierten Leistung erreicht. In anderen, nicht preisbildenden Zielgruppen sind die Abweichungen noch grösser.

Index Soll- versus Ist-Werte: Admeira

Zielgruppe: 15–59 Jahre								
	Sender – Admeira/publisuisse				Sender – Admeira/Ringier			
	SRF 1	SRF zwei	RTS Un	RTS Deux	TF1 CH	nt1 CH	TMC CH	
Januar	90	96	107	117	72	98	108	
Februar	83	98	98	95	80	76	132	
März	80	95	93	90	102	113	111	
Durchschnitt	84	96	100	97	86	99	116	

Datenquelle: Berechnung von MediaCom Switzerland, basierend auf Mediapuls Fernsehpanel (InfoSys+) und Media Wizard, Personen 15–59 Jahre inkl. Gäste, Januar bis März 2017, Mo-So 19.00 bis 23.00 Uhr

Da die SRG-Sender jedoch 100 % Leistungsgarantie auf die preisbildende Zielgruppe gewähren – auch auf Freespace – hat dies wenigstens hinsichtlich der Kosten keine negativen Konsequenzen. Unschön für den Werbeauftraggeber ist damit «nur» der Umstand, dass die geplante Leistung oft erst mit Verzögerung erreicht werden konnte.

SRFzwei schlägt sich gut, private Sender mässig

Deutlich besser schneidet SRF zwei ab. Der zweite SRG-Sender erreicht die prognostizierten Werte fast vollständig.

Die privaten Sender weisen dagegen in der deutschen Schweiz sehr unterschiedliche Entwicklungen auf: RTL hatte die Prognosewerte aufgrund der Entwicklungen im letzten Jahr berechtigterweise erhöht. Im Januar hat RTL

die Prognose nun übertroffen und im März fast vollständig erreicht. Nur im Februar musste der Sender einen Taucher hinnehmen.

Vox und Pro7 sind suboptimal ins neue Jahr gestartet, zeigen aber eine sehr positive Entwicklung und haben im März die Prognose übertroffen.

RTL2, Kabel1 und Sat1 unbefriedigend

Die Leistungen von RTL2, Kabel1 und Sat1 waren hingegen unbefriedigend. RTL2 und Sat1 haben zwar die Prognosewerte im Vergleich zum Vorjahr reduziert, konnten aber auch dieses Level nicht erreichen. Gleichzeitig haben beide Sender bereits die Plan-CPP (geplante Kosten pro GRP) deutlich erhöht.

Aufgrund der nicht erreichten Prognose verteuern sich TV-Kampagnen auf diesen privaten Sen-

dern gleich noch einmal. Denn im Gegensatz zu den SRG-Sendern gewähren die von Goldbach Media vermarkteten Sender auf den meisten Zielgruppen nur eine 80-prozentige Leistungsgarantie, und das auch nur auf das bezahlte Volumen.

3plus und 4plus können sich verbessern

Kritisch beurteilt hatten wir in unserem Beitrag im letzten Jahr die Prognoseerhöhungen bei 3plus und 4plus. Erfreulicherweise kommen beide TV-Sender im Quartalschnitt sehr nahe an ihre Prognosen heran und verzeichnen nur je in einem Monat einen Ausreisser nach unten. Die Investitionen in das Programm – mehr Eigenproduktionen beim Sender 3plus, stärkere Spielfilme bei 4plus – scheinen sich somit auszahlen.

SRG-Sender punkten in der Westschweiz

In der Westschweiz schneiden die SRG-Sender deutlich erfreulicher ab als in der Deutschschweiz. Im Quartalschnitt wurden die Prognosen bei RTS Un vollständig und RTS Deux fast vollständig erreicht. Trotzdem zeigt sich bei den beiden SRG-Sendern in den ersten drei Monaten eine rückläufige Entwicklung.

TF1 hat hingegen im Januar und Februar die Prognose mit Abweichungen von bis zu 28 % mehr als deutlich verfehlt. Erst im März zeigt sich wieder ein positives Bild. Abzuwarten bleibt, ob diese Entwicklung anhält.

M6 schneidet schlecht ab, bessert sich aber

Noch schlechter abgeschnitten hat M6. Im Quartalschnitt betrug die Abweichung 28 %, im Januar belief sie sich sogar auf 34 %. M6 hatte die Prognosewerte im Vergleich zur Vorjahresperiode zwar deutlich reduziert, hat nun aber dennoch eines der schlechtesten Quartale überhaupt zu verzeichnen. Dabei gewährt M6 lediglich eine Leistungsgarantie von 80 % auf das bezahlte Volumen. Der Sender hat jedoch sehr viele Füller eingesetzt. Damit dürften die auf diesem Sender ausgestrahlten Kampagnen nicht so schlecht abgeschnitten haben, wie auf den ersten Blick anzunehmen wäre.

Inzwischen wurden aufgrund der grossen Differenzen die Prognosen per März angepasst. Der Index-Wert für den März war denn auch leicht höher, es besteht jedoch weiter Optimierungspotenzial.

Kleinere Sender schneiden gut ab

C8 weist nach wie vor starke Schwankungen auf. Die Abweichungen zu den Prognosewerten haben sich im Vergleich zum Vorjahr aber dennoch deutlich verkleinert. Ebenfalls gut schneiden die kleineren Sender W9, nt1 und TMC ab. Aufgrund der tiefen Fallzahlen im TV-Panel weisen sie jedoch grundsätzlich grössere Schwankungen auf. Insbesondere die Entwicklung bei W9 ist erfreulich, erreichte doch der Sender im letzten Jahr zum Teil lediglich 70 bis 80 % der prognostizierten Leistungswerte.

Es zeigt sich ein mehrheitlich positives Bild

Zusammengefasst zeigt sich bei den analysierten Sendern im ersten Quartal ein mehrheitlich positives Bild. Zwölf Sender haben ihre Prognosen mit einem durchschnittlichen Index von über 90 % nahezu erreicht oder übertroffen, sechs Sender liegen zum Teil deutlich darunter. Es sind dies RTL2 (76), Sat1 (80), Kabel 1 (80), SRF1 (84), TF 1 (86) und M6 (72). Es wird interessant sein, die Entwicklung der TV-Prognosen in den nächsten Monaten an dieser Stelle weiterzuverfolgen.

SWA engagiert sich für hohe Prognosequalität

Der SWA engagiert sich für eine hohe Prognosequalität und ist dazu im Gespräch mit allen Vermarktern und der AGFS. Mehr zur Arbeit und zu den Forderungen des SWA unter der Website www.swa-asa.ch. ■

Anzeige



Disclaimer AGFS

Für die wichtigsten Zielgruppen erhalten Kunden eine Garantie der prognostizierten Leistung zwischen 80 und 100 %. Abfallende Leistungswerte innerhalb einer Kampagne versuchen die Sender aktiv auszugleichen. Wird die garantierte Leistung nicht erbracht, besteht ein Guthaben, gemäss AGB der Vermarkter. Überschüsse aufgrund zu tiefer Prognosen werden dagegen nicht verrechnet! Die Prognosen werden mit einem sehr langen Vorlauf für die entsprechende Buchungsperiode erstellt (z.B. Sommer für das 1. Halbjahr des Folgejahres). Dabei werden einerseits die aktuelle Performance der Sender, Leistungswerte in der Vergangenheit und andererseits, soweit bekannt, die Programmabsichten für die Zukunft berücksichtigt. Abweichungen zur Prognose sind umso höher, je enger der betrachtete Zeitraum ist. Diese Schwankungen sind oft auf Wittereinflüsse, ausserordentliche Ereignisse, aber auch auf Programmveränderungen (eigene wie auch solche der Konkurrenz) zurückzuführen. Die Prognosequalität ist in der längerfristigen Betrachtung bei einer Schwankungsbreite von +/-10% als sehr gut und bis zu +/-15% als gut zu bezeichnen.

www.agfs.ch

Für friedfertige Worte.
Richtig geschrieben.
In über 30 Sprachen

diction