

TV-Hochpreisinsel Schweiz

WERBEMARKT Dass die Schweiz eine Hochpreisinsel ist, ist bekannt. Dies betrifft aber nicht nur Produkte des täglichen Bedarfs, auch die TV-Kosten sind in der Schweiz deutlich höher als im benachbarten Ausland. Ein aktueller Vergleich zeigt, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis für TV-Werbung in der Deutschschweiz je nach Zielgruppe fast doppelt so hoch ist wie in Österreich.

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

■ Weshalb dient Österreich als Vergleichsbasis und nicht Deutschland? Beim Erstellen eines Preis-Leistungs-Vergleichs zwischen einem Schweizer und einem ausländischen Angebot stösst man auf verschiedene Schwierigkeiten: Märkte sind unterschiedlich gross und generieren damit unterschiedliche Skaleneffekte, Markt- und Konkurrenzsituationen können verschieden sein und wirken sich damit unterschiedlich auf die Preisgestaltung aus etc. Um diesen Schwierigkeiten aus dem Weg zu gehen, haben wir die (Deutsch-) Schweizer TV-Preise nicht mit Deutschland verglichen, sondern mit Österreich:

■ Der österreichische Zuschauermarkt ist zwar immer noch grösser als der Deutschschweizer Markt, lässt sich aber eher mit der Schweiz vergleichen als Deutschland.

■ Die öffentlich-rechtlichen Sender unterliegen in beiden Ländern ähnlichen Beschränkungen bezüglich Ausstrahlung von Werbung.

■ Wie in der (Deutsch-)Schweiz umfasst der TV-Werbemarkt auch

in Österreich nebst den zwei öffentlich-rechtlichen und einigen lokalen privaten Sendern Werbefenster von deutschen Privatsendern.

In die Auswahl miteinbezogen wurden die wichtigsten werberelevanten Sender. Die Wichtigkeit bemisst sich anhand der Marktanteile, welche die Sender im Jahr 2018 über 24 Stunden (03.00 bis 03.00 Uhr) erzielt haben. Dabei wurde darauf geachtet, eine vergleichbare Abdeckung des Zuschauermarktes sicherzustellen. Für Österreich beruht die Auswahl dabei auf der Grundgesamtheit der Personen 10 Jahre und älter, für die Schweiz auf der Grundgesamtheit Personen 3 Jahre und älter.

Für diese Sender wurde der Tausend-Kontakt-Preis (TKP, 30" brutto) auf Basis der effektiv ausgestrahlten Werbeblöcke 2018 in der jeweiligen Landeswährung für die Zielgruppen Personen 14 Jahre und älter, haushaltführende Personen 14–54 Jahre und haushaltführende Personen 14–59 Jahre berechnet. Die anhand dieser Grundlagen ermittelten Euro-

ÖSTERREICH		SCHWEIZ	
Zeitsegment	03–03 Uhr	Zeitsegment	03–03 Uhr
Zielgruppe	Personen 10+	Zielgruppe	Personen 3+
Sender	Marktanteil in %	Sender	Marktanteil in %
ORF2	19.09	SRF 1	18.75
ORF1	11.07	SRF zwei	10.88
PRO7 Austria	3.70	RTL CH	5.41
ATV	3.45	SAT1 CH	3.76
SAT.1 Österreich	3.38	VOX CH	3.14
RTL Österreich	3.21	PRO7 CH	2.80
PULS 4	3.13	3plus	2.26
VOX Österreich	2.89	RTL2 CH	2.08
Servus TV	2.43	SRF info	1.88
ORF III	2.18	KABEL1 CH	1.61
KAB.1 Austria	2.05	S RTL CH	1.46
RTL2 Österreich	1.38	4plus	0.85
ATV2	1.11	SAT1 GOLD CH	0.77
Sat.1 Gold Austria	1.05	Puls 8	0.71
Gesamt	60.12	NITRO CH	0.68
		TV24	0.53
		Gesamt	57.56

Quelle: AGF/GfK

TKPs für Österreich wurden mit einem durchschnittlichen Jahresmittelkurs von 1,15 in Schweizer Franken umgerechnet.

In einem weiteren Schritt wurde eine Kaufkraftbereinigung

Quelle: Kantar Media/Instar Analytics

der österreichischen Werte vorgenommen, um der unterschiedlichen Verhältnisse in Österreich und der Schweiz gerecht zu werden. Als

TV-TKP ÖSTERREICH IN CHF, KAUFKRAFTBEREINIGT			
Zeitsegment	03–03 Uhr		
Zielgruppe	Personen: 14+	HHS 14–54	HHS 14–59
ORF2	23.61	150.57	106.97
ORF1	64.71	181.04	149.79
PRO7 Austria	59.41	127.81	116.16
ATV	25.66	67.54	56.45
SAT.1 Österreich	35.95	111.27	86.41
RTL Österreich	39.40	116.86	92.51
PULS 4	35.40	95.90	80.79
VOX Österreich	33.25	94.91	67.37
Servus TV	18.15	86.56	62.80
ORF III	14.66	86.25	61.80
KAB.1 Austria	38.52	106.06	83.60
RTL2 Österreich	35.19	116.06	83.46
ATV2	14.53	47.53	36.41
Sat.1 Gold Austria	12.47	45.77	28.62
Gesamt	34.12	114.33	90.06

Quelle: AGF/GfK

TV-TKP SCHWEIZ IN CHF			
Zeitsegment	03–03 Uhr		
Zielgruppe	Personen: 14+	HHF 14–54	HHF 14–59
SRF 1	28.45	234.65	153.01
SRF zwei	48.02	234.99	189.87
RTL CH	85.93	216.96	186.12
SAT1 CH	60.91	181.17	152.35
VOX CH	75.05	198.56	160.66
PRO7 CH	120.05	289.30	271.28
3plus	74.75	224.17	191.68
RTL2 CH	77.42	182.50	160.11
SRF info	47.14	206.91	170.06
KABEL1 CH	59.87	157.81	138.25
S RTL CH	205.30	530.21	474.14
4plus	77.01	187.86	163.26
SAT1 GOLD CH	31.87	107.69	80.99
Puls 8	57.85	131.49	111.32
NITRO CH	60.64	167.38	144.45
TV24	89.84	215.49	190.05
Gesamt	52.11	220.38	175.43

Quelle: MediaWizard

Basis wurde dabei der Preisniveauindex des tatsächlichen Individualverbrauchs verwendet. Für 2018 betrug dieser für die Schweiz 159 im Vergleich zum EU-28-Durchschnitt (Quelle: Statista). Damit ergeben sich für die beiden Länder folgende TKPs (Januar bis Dezember 2018, 24h, 30" brutto):

Der erste Blick auf die Tabelle zeigt bereits, dass die TV-TKPs in der Schweiz deutlich höher sind als in Österreich. Zum besseren Vergleich haben wir die Werte indiziert, wobei der österreichische Wert als 100 gilt. Dabei haben wir uns auf die öffentlich-rechtlichen Sender sowie die Werbefenster konzentriert. Die Werte in nebenstehender Tabelle zeigen klar und deutlich: In den für den Schweizer Werbemarkt zentralen haushaltsführenden Zielgruppen sind die TKPs trotz Kaufkraftbereinigung immer noch fast doppelt so hoch wie in Österreich! Unterschiede dieser Grössenordnungen bedürfen

TV-TKP SCHWEIZ VERSUS ÖSTERREICH INDEXIERT				
Zeitsegment		03-03 Uhr		
Zielgruppe		Personen 14+	HHF 14-54	HHF 14-59
Sender Schweiz	Vergleichssender in Österreich			
SRF 1	ORF1	120	156	143
SRF zwei	ORF 2	74	130	127
RTL CH	RTL Österreich	218	186	201
SAT1 CH	SAT1 Österreich	169	163	176
VOX CH	VOX Österreich	226	209	238
PRO7 CH	PRO7 Austria	202	226	234
RTL2 CH	RTL2 Österreich	220	157	192
KABEL1 CH	Kabel1 Austria	155	149	165
SAT1 GOLD CH	SAT1 Gold Austria	256	235	283
Gesamt		153	193	195

Quelle: SWA

ten einer Erklärung. Und vor allem ist seitens Vermarkter bzw. Sender sicherzustellen, dass die Unterschiede in Zukunft nicht noch grösser werden. Dass im Schweizer Markt Leistungsgarantien abgege-

ben werden und die effektiven TKPs daher etwas tiefer liegen dürften, reicht als Erklärung nicht aus. Das zeigt eigentlich nur, dass die Prognosequalität nicht immer optimal ist.

Der SWA engagiert sich für faire Preise und Leistungen in allen Medien. Dazu ist der Verband im Gespräch mit allen Vermarktern. Mehr zur Arbeit und den Forderungen des SWA unter www.swa-asa.ch.

DAS SAGEN DIE WERBEVERMARKTER

Der SWA legt Wert auf einen fairen und offenen Dialog mit den Stakeholdern aus der Branche. Deswegen wurden die Vertreter der Werbevermarkter Goldbach und Admeira gebeten, ihre Meinung zu den TV-Kosten in der Schweiz abzugeben.



Alexander Duphorn,
CEO Goldbach Media AG

«Zunächst möchten wir darauf hinweisen, dass in der Schweiz die TV-Sender und nicht die Werbevermarkter für die Preisgestaltung verantwortlich sind. Der dargestellte Preisvergleich über die Länder hinweg funktioniert aus verschiedenen Gründen nicht, auch wenn in den hier dargestellten Preisen eine Kaufkraftbereinigung berücksichtigt ist. Für einen aussagekräftigen Vergleich müssten noch weitere wirtschaftliche Faktoren berücksichtigt werden. Allen voran die Tatsache, dass sich die Preise in der

Schweiz allgemein auf einem anderen Niveau bewegen als in Österreich.

In der Analyse werden Brutto- und nicht Nettopreise verglichen. Ein Vergleich der Mediakosten ohne Berücksichtigung der Kundenrabatte ergibt wenig Sinn. Die Sender bieten den Kunden in der Schweiz unter dem Strich nämlich attraktive Netto-TKPs an. Ein Vergleich mit Märkten ähnlicher Grösse und Komplexität zeigt, dass die TKPs für TV-Werbung in der Schweiz kompetitiv sind. Der Cost-per-GRP ist im Vergleich zu anderen europäischen Märkten sogar noch tiefer.

Leistungsgarantien reichen vielleicht als Erklärung nicht aus, sind aber ein wichtiger Punkt, den man nicht vernachlässigen darf. Denn letztendlich erhält der Kunde bei Ausgleichen zusätzliche, nicht berechnete Bruttomedienwerte, die beim klassischen Bruttopreisvergleich nicht berücksichtigt sind. Zudem sollte man TV in einen grösseren Kontext bringen, wenn es um einen Preisvergleich geht. Wo bewegen sich die Nettowerbepreise für TV im Vergleich zu anderen Medien im Ländervergleich? Denn immerhin sprechen wir bei TV vom wirksamsten Medium, das zeigen diverse Stu-

dien. Dies alles wird in einer sehr harten Währung ausgewiesen, die allein schon einen Preisvorteil durch Planungssicherheit und ausschliesslicher Ausweisung der sicher erreichten Reichweite darstellt.»



Bertrand Jungo,
CEO Admeira AG

«Der Schweizer Markt zeichnet sich durch kaufkräftige Zielgruppen aus, die es lohnt, mit attraktiven und relevanten Werbelösungen zu gewinnen. TV ist im Medienmix das werbewirksamste Medium, um in kurzer Zeit eine sehr hohe Reichweite sowie Bekanntheit einer Marke zu erzielen. Die Werbewirkung ist unbestritten und wird in einer sehr harten Währung unseren Werbekunden, Agenturen und Inventargebern ausgewiesen. Ein länderübergreifender Preisvergleich mit der Schweiz ist vor-

allem aus diesen Gründen nicht möglich:

- Der Vergleich der Bruttopreise berücksichtigt nicht die länderspezifischen Eigenheiten der Werbemärkte. Allen voran wird ein Werbemarkt durch die Vielfalt der Gattungen und Marktteilnehmer, ökonomische und rechtliche Rahmenbedingungen beeinflusst und ist einzigartig.
- Auch unter den Marktteilnehmern selbst gibt es signifikante Unterschiede. Zum Beispiel vermarktet ORF neben den TV-Sendern auch deren digitale Kanäle, was zu Preisverzerrungen führt.
- Eine Besonderheit ist die Mehrsprachigkeit in unserem Land. Für eine nationale Kampagne wird von den Werbetreibenden der jeweilige TV-Spot in den verschiedenen Landessprachen produziert, was Komplexität und Kosten erhöht.
- Die Brutto-Netto-Schere hat sich seit 2005 kontinuierlich vergrössert. Die realen Preise bewegen sich also auf einem ungleich tieferen Niveau. Zudem gewinnt der Kunde dank der Leistungsgarantie in der Schweiz zusätzliche Werbeleistungen, die in einem durchschnittlichen Bruttopreisvergleich nicht ersichtlich sind.»