

Pressemitteilung vom 27. August 2009

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

Elektronische Medien in der Schweiz: Die Evolution gewinnt an Fahrt.

Eine 2005 erstmals durchgeführte und jetzt wiederholte Studie von publisuisse zum Thema «Medien der Zukunft» zeigt, dass sich die Schweiz zügig auf ein Szenario digitaler Vielfalt zubewegt. Das Fernsehen wird dabei seine Rolle als Leitmedium behaupten können, ergänzt durch das Internet, das weiter an Wichtigkeit gewinnen wird. Die Mediennutzung durch die Konsumenten dürfte selektiver und gezielter werden. Die Qualität der Inhalte – für die Mediennutzer – und der Werbekontakte – für die Werbeauftraggeber – werden zu massgebenden Faktoren. Davon dürften vor allem die medialen «Leuchtturmmarken» wie zum Beispiel die Programme der SRG SSR idée suisse profitieren.

Welches sind die aktuellen und für die Zukunft absehbaren Entwicklungen in der Landschaft der elektronischen Medien allgemein?

Welche Entwicklungen sind mittelfristig für den Schweizer Markt zu erwarten?

Wie entwickeln sich TV, Radio und Internet?

Wie spielen die verschiedenen Medien heute und in Zukunft zusammen?

Was bedeuten diese Entwicklungen für die Schweizer Werbewirtschaft?

Einig waren sich die Befragten aller Gruppen, dass die Medienlandschaft der Zukunft angebotsseitig durch Dynamik und

technologischen Wandel geprägt sein wird. TV und Internet sind dabei die Leitmedien mit hoher Konvergenz. Deutlich verändern wird sich die Art und Weise des Medienkonsums. Dieser wird individueller sowie zeitlich und örtlich autonomer werden. 81 Prozent der befragten Konsumenten stimmen der Aussage zu «Die Zukunft liegt im individualisierten Medienkonsum. Ich selbst entscheide, was ich konsumiere». 78 Prozent sagen «Ich werde Medien dann nutzen, wann ich es will». Und 46 Prozent wollen die Medien immer gerade dort nutzen, wo sie sich jeweils befinden.

Unbestritten ist, dass das Internet an Bedeutung gewinnen wird. Beinahe jeder zweite Konsument geht davon aus, dass sein Internetkonsum in den nächsten Jahren zunehmen wird. Die Studie belegt aber auch, dass die steigende Internetnutzung nicht zu Lasten von Radio und TV gehen wird: Über 80 Prozent der Befragten denken, dass sie im Jahr 2015 noch genauso viel oder mehr TV sehen und Radio hören werden wie heute. Unabhängig vom genutzten Medium wünschen sich drei Viertel aller Schweizerinnen und Schweizer von den Medien anspruchsvollere und intelligenterere Inhalte.

Dass die erwartete Entwicklung in der Medienlandschaft Schweiz zu einer weiter zunehmenden Fragmentierung führen wird, davon sind mehr als 70 Prozent der Vertreter der Werbewirtschaft überzeugt. 84 Prozent meinen, dass vor diesem Hintergrund die Bedeutung crossmedialer Kampagnen steigen wird. Elementar ist dabei die Qualität der Werbekontakte. Sie wird im Jahr 2015 das entscheidende Differenzierungsmerkmal sein,

wenn es darum geht, zum Konsumenten durchzudringen. Welche Anbieter dabei die Gunst der Werbeauftraggeber gewinnen werden, hängt stark von der Glaubwürdigkeit der vermittelten Inhalte, der Angebotsvielfalt und einer konstant hohen Qualität ab. Da werden die grossen und bekannten Sendermarken, wie zum Beispiel die SRG-SSR-Programme, aufgrund ihrer starken Verankerung beim Publikum, profitieren und sich als mediale «Leuchtturmmarken» weiter profilieren können.

Studiendesign und Methodik

- Zweistufige Delphibefragung mit 97 Medienexperten (national / international)
- Internetrepräsentative Onlinebefragung von 2150 Konsumenten (15-59 Jahre) in der Deutsch- und Westschweiz
- Onlinebefragung von 130 Entscheidern bei Werbeauftraggebern sowie Media- und Kreativagenturen in der Deutsch- und Westschweiz

Detaillierte Informationen zu den Resultaten der Studie und die Broschüre «Medien der Zukunft» finden sich unter

<http://www.publisuisse.ch/de/research/medienentwicklung/index.cfm>.

Fakten zu publisuisse

Aktionäre	SRG SSR idée suisse (99,8%) Schweizerischer Gewerbeverband (0,2%)
Anzahl Mitarbeitende	112
Umsatz 2008	327 Millionen Franken (Totalumsatz netto) 293 Millionen Franken (TV-Umsatz netto)
Standorte	5 (Bern, Zürich, Lausanne, Genf, Lugano)
Tätigkeit	<p>publisuisse SA ist die führende Vermarkterin elektronischer Medien in der Schweiz. Sie ist kommerzielle Partnerin der SRG SSR idée suisse und vermarktet exklusiv deren publizistische Angebote. Gleichzeitig ist sie für Medienanbieter ausserhalb der SRG-SSR-Gruppe tätig und hat in ihrem Portfolio die Angebote des tele news combi, des Tele Romandie Combi, des Swiss Radio Pool sowie der Screens «Espace TSR» und von SwissTXT. Damit bietet publisuisse der Schweizer Werbewirtschaft umfassende Möglichkeiten in den Bereichen klassische Fernseh- und Radiowerbung, Fernseh- und Radiosponsoring, Screen- und Teletext-Werbung sowie Cross Communication.</p> <p>Als Marktleaderin im Bereich der elektronischen Medien setzt publisuisse die Standards punkto Beratungs- und Planungskompetenz, Abwicklung und Forschung. Mit «publiplan» verfügt publisuisse über ein in der Schweiz einzigartiges Online-Buchungssystem, das sowohl von publisuisse als auch von Dritten (Publicitas Cinecom, ORF, Swiss Radio Pool) genutzt wird.</p> <p>publisuisse beschäftigt rund 110 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Direktion des Unternehmens befindet sich in Bern, der Verkaufshauptsitz in Zürich. Zudem ist publisuisse mit regionalen Verkaufsstandorten in Genf, Lausanne und Lugano präsent.</p>

Für weitere Auskünfte wenden Sie sich bitte an Roland Kopf, Leiter Research publisuisse.

publisuisse SA
Giacomettistrasse 15
Postfach 610
3000 Bern 31

Telefon +41 31 358 31 11
Telefax +41 31 358 31 00
Direktwahl +41 31 358 34 81
Mobile +41 79 397 87 62
E-Mail r.kopf@publisuisse.ch

Bern, 27. August 2009