

Vom Blick in die Kristallkugel

TV-INDEX Das Jahr 2009 wird die TV-Landschaft Schweiz wohl nicht auf den Kopf stellen, es wird das Jahr der Bewährung.

DANIELA BEMBERG, MEDIALOGICS

Der Blick auf den ersten Monat der Marktanteilsbewegungen ist wie ein Blick in die Kristallkugel. Vielversprechende Formate sehen wir am TV-Horizont von denen wir wissen, dass sie in der Vergangenheit grosses Interesse bei den Zuschauern auslösen konnten. Schaffen es die Top-Casting-Shows auch zu diesem Jahresbeginn die Zuschauer in ihren Bann zu ziehen? The next Uri Geller Show, DSDS, Musikstar, Germany's next Top Model, um nur einige zu nennen. Die Erwartungen werden immer höher und wie lange der Castingmarkt noch genügend Talente ausspuckt wissen auch nur die Götter. Blicken wir noch tiefer in die Kristallkugel, so sehen wir ein grosses dunkles Loch. Nicht das vom CERN, sondern die Blackbox des «nochimmer-mehrvomgleichen» Fernsehens. Es wird sich im Laufe des Jahres zeigen, welcher Sender die bestes Programmierung aufweist, lange haben wir an der Kristallkugel gerieben, doch nicht mal sie wollte uns den Weg weisen.

KÖNIGE DER ACCESS-PRIME

(17.00–19.00 Uhr)

Zum Jahresanfang bleibt es ziemlich ruhig. Die Marktanteile bewegen sich ganz wenig und so richtig deutlich im Plus liegt in der Deutschen Schweiz einzig VOX. Mit der Tierdoku «Menschen, Tiere und Doktoren» hat VOX in

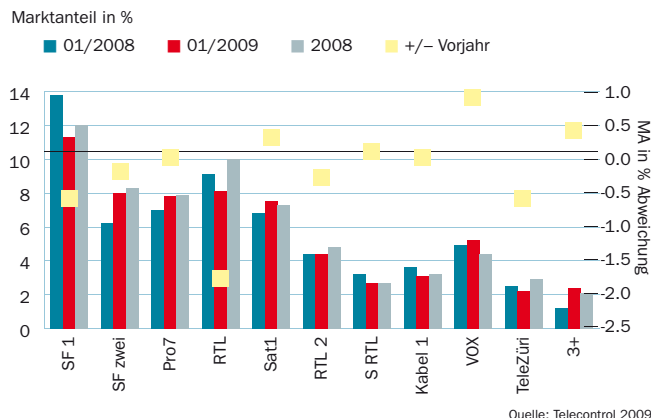
der Schweiz den Nerv des Publikums getroffen. 3plus hat in dieser Zeitschiene neu «Monk» im Programm und steigert sich gegen über Januar 09 markant. Erstaunlich und fast schon unheimlich ist der Einbruch bei TSI 1. Hätten wir nicht immer wieder den ebenso unglaublichen Zuwachs dieses Senders in Frage gestellt, so müssten wir uns jetzt hinterfragen. So klemmen wir uns also erneut hinter die Frage: «Was passiert im Tessin?» und halten Sie auf dem Laufenden.

KÖNIGE DER PRIME-TIME

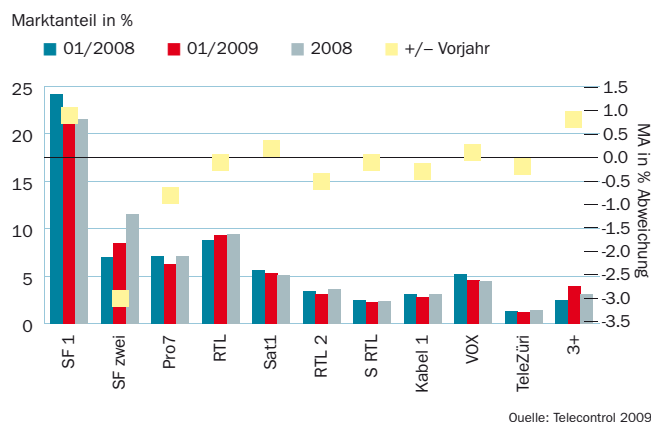
(19.00–22.30 Uhr)

Bewegung ist in die Marktanteile Januar geraten. Musste SF 1 mit einem Minus das Jahr beenden, legt der Sender im Januar deutlich zu. Auch 3+ steigert seinen Marktanteil, die zweite Staffel «Bauer, ledig sucht» hinterlässt Spuren und wir wünschen dem Sender, dass dieser Elan anhält. Pro7 bleibt nach wie vor zurück und kann mit der diesjährigen «The next Uri Geller Show» nicht an den Erfolg vom letzten Jahr anknüpfen. TeleZüri muss ebenfalls mit einem Minus ins neue Jahr starten, daran konnte auch die grossangelegte Suche nach dem Moderationstalent für die Kuppelshow «Swissdate» nichts ändern. Spannend wäre, wenn wir Tele Ostschweiz ins TV Index Rennen schicken könnten, um zu beobachten wie sich die Sendegebietserweiterung auswirkt. Doch dies ist nicht oder noch nicht möglich, denn Tele Top weißt noch keine Zuschauerdaten aus. In der West Schweiz sowie im Tessin starten alle Sender mit einem Minus ins neue Jahr. Noch ist alles et-

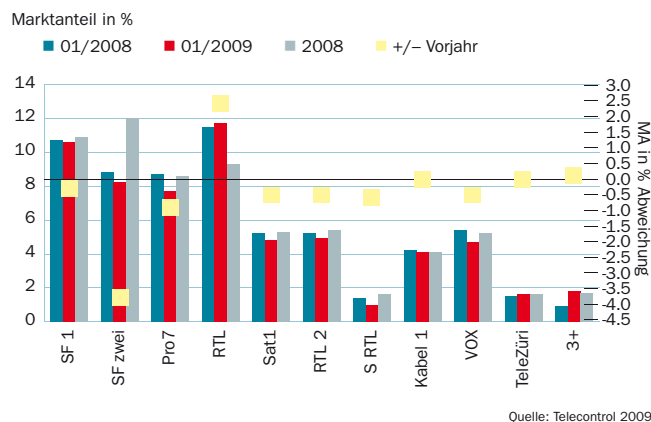
Deutschschweiz: Access-Prime (17.00–19.00 h) ZG: 15–49 Jahre



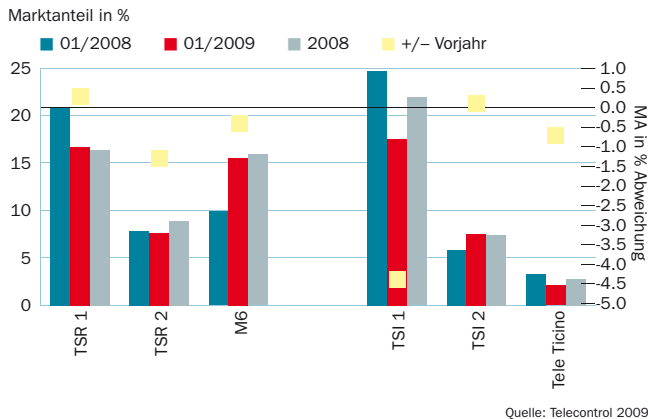
Deutschschweiz: Prime-Time (19.00–22.30 h) ZG: 15–49 Jahre



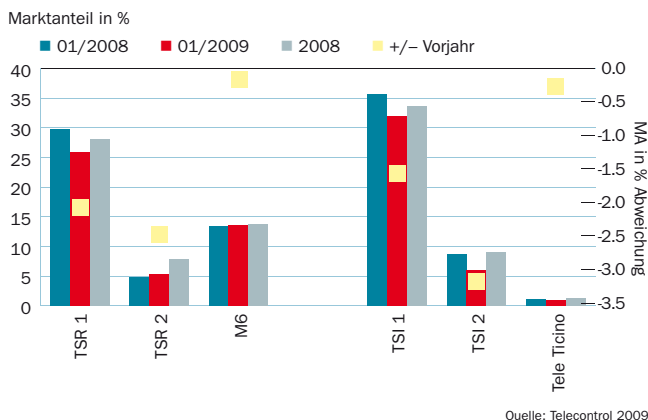
Deutschschweiz: Late Night (22.30–00.30 h) ZG: 15–49 Jahre



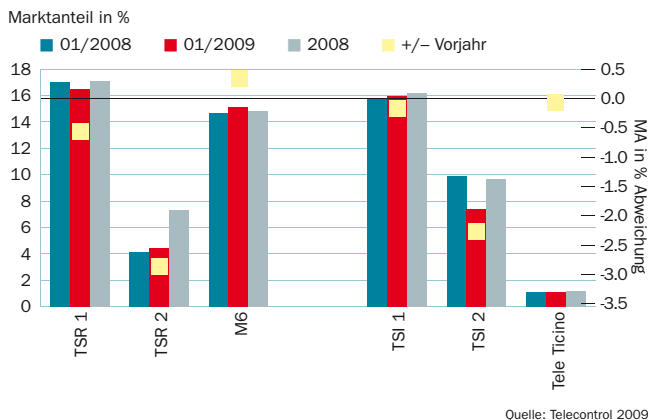
Westschweiz & Tessin: Access-Prime (17.00–19.00 h) ZG: 15–49 Jahre



Westschweiz & Tessin: Prime-Time (19.00–22.30 h) ZG: 15–49 Jahre



Westschweiz & Tessin: Late Night (22.30–00.30 h) ZG: 15–49 Jahre



was verhalten und wir werden wohl ein harziges Jahr erleben, denn aufgrund der Sparmassnahmen, welche sich auch auf die Programminvestitionen auswirken, werden wir nicht allzu viele Programmkracher erwarten können.

KÖNIGE DER LATE-NIGHT (22.30–0.30 Uhr)

Die zweiten Senderketten der SRG SSR idée Suisse werden wohl das Dauerthema sein im diesjährigen TV-Index, da 2009 nicht mit den gleichen Sporthighlights daherkommt wie 2008. Am besten vergleichen wir jeweils nicht mit dem Benchmark Marktanteil 2008, sondern schielen jeweils auf den Wert der Vorjahresperiode. So wäre *SF zwei* leicht im Minus, *TSR zwei* steigert sich minimal und *TSI 2* muss saftig Federn lassen. Mit den bevorstehenden Eishockey-Playoff und den sich anbahnenden Paarungen wird dies sicher ganz spannend werden. Da viele Spiele von Teleclub übertragen, liegt der Focus sicher bei den Zusammenfassungen von Sport aktuell. *RTL* setzt sich weiter ab und steigert sich erneut in dieser Zeitschiene. Gegen Ende Januar ging *DSDS* wieder los und dies ist ein absolutes Sender-highlight. Wie sich die Schweizer Version davon in Szene setzen wird bleibt noch dahingestellt. Die Auswirkung würde sich auch nicht in dieser Zeitschiene abspielen, doch der Vergleich lohnt sich auf jeden Fall.

MediaLogics

MediaLogics ist das gemeinsame Strategie- und Kompetenz-Center der Media-Agenturen Bemberg, Gedenk, Media, Optimedia AG und Zenithmedia AG.

MediaLogics managt das Markt- und Mediawissen, insbesondere Media- und Kommunikationswissen, Informationsfluss/Markt- und Mediatrends, Weiterbildung. www.medialogics.ch.

Chart-Erläuterungen

Drei Sprachregionen

Deutsche, französische, italienische Schweiz

Eine Zielgruppe

15–49 Jahre

Drei Zeitzonen

Acces-Prime 17.00–19.00
Prime-Time 19.00–22.30
Late-Night 22.30–00.30

Sender

Werberelevant im Zielgebiet, mind. 1% MA

Rollender Marktanteil 2008

Dient der Orientierung, wo der Sender zum gleichen Zeitpunkt in der Vorjahresperiode stand.

Rollender Marktanteil 2009

Die Entwicklung des Marktanteils der laufenden Periode

Basis Marktanteil

Durchschnittlicher Marktanteil aus 2007, bleibt das ganze Jahr 2008 als Richtwert (Benchmark) stehen.

+/-

Zeigt auf einen Blick, ob ein Sender auf Vorjahreskurs ist, zulegt oder verliert. Vergleich aktueller Marktanteile vs. Marktanteil Gesamt-vorjahr.