

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/42713/1125681/werbung-bei-ard-und-zdf-ist-fuer-werbetreibende-wirtschaft-verzichtbar-unternehmen-erreichen> abgerufen werden.



Werbung bei ARD und ZDF ist für werbetreibende Wirtschaft verzichtbar
Unternehmen erreichen gehobene Zielgruppen und Selektivseher zwischen 17 Uhr
und 20 Uhr bei Privat-TV deutlich besser

28.01.2008 - 13:37 Uhr, SevenOne Media GmbH

München (ots) -

Debatte um werbefreie öffentlich-rechtliche Sender Frankreich macht es vor: Staatspräsident Nicolas Sarkozy plant die Abschaffung der Werbung beim öffentlich-rechtlichen Senderverbund France Télévision. Was bei unseren Nachbarn - wenn auch unter anderen Rahmenbedingungen - schon bald Realität sein könnte, entfacht hierzulande seit vielen Jahren immer wieder hitzige Debatten. Das Standardargument, das von ARD und ZDF, aber auch von Vertretern der werbungstreibenden Unternehmen gegen ein Werbeverbot vorgetragen wird: Die Werbung bei ARD und ZDF sei unverzichtbar, weil die Werbewirtschaft die gehobenen Zielgruppen und Selektivseher dort während des Werberahmenprogramms zwischen 17 Uhr und 20 Uhr besser erreiche als bei den Privatsendern.

Tatsächlich ist das Gegenteil der Fall: Nach einer Untersuchung von SevenOne Media, der Forschungs- und Werbetochter der ProSiebenSat.1 Group, auf Basis der GfK-Fernsehforschung erzielen die Privatsender auch zwischen 17 Uhr und 20 Uhr fast doppelt so hohe Marktanteile bei den gehobenen Zielgruppen als ARD und ZDF (siehe Graphik im Anhang). Als gehobene Zielgruppen gelten Zuschauer mit höherer Bildung, einem überdurchschnittlich hohen Einkommen und einer guten beruflichen Stellung.

Ergänzt wurde die Untersuchung durch die sogenannten Selektivseher. Diese Zielgruppe gilt ebenfalls als besonders attraktiv, weil sie um ein Drittel weniger fern sieht als der durchschnittliche Zuschauer und deshalb mit TV-Werbung nur schwer zu erreichen ist. Auch diese Wenigseher bevorzugen zwischen 17 und 20 Uhr eindeutig die Privatsender.

Gehobene Zielgruppen und Selektivseher: Ergebnisse im Einzelnen Bei den Zuschauern mit höherer Bildung (weiterführende Schule, Abitur, Hochschule, Studium) erzielen die Privatsender zwischen 17 Uhr und 20 Uhr mit 52,1 Prozent einen fast doppelt so hohen Marktanteil als ARD und ZDF mit 26,3 Prozent. Auch bei den beruflich etablierten Zuschauern, also leitenden Angestellten, Beamten und Selbstständigen, liegen die Privaten mit 50,1 Prozent deutlich vor den öffentlich-rechtlichen Sendern mit 26,7 Prozent. Ein ähnliches Bild zeigt sich bei den Top-Verdienern, also Zuschauern mit einem monatlichen Haushalts-Nettoeinkommen von mehr als 2.500 Euro: Hier erreichen die Privatsender einen Marktanteil von 48,6 Prozent, ARD und ZDF kommen auf 29,4 Prozent. Auch bei den Selektivsehern fällt der Vorsprung der Privaten eindeutig aus. Zwischen 17 und 20 Uhr erreicht das Privat-TV diese Zielgruppe mehr als doppelt so häufig als ARD und ZDF: So kommen die Privatsender wöchentlich im Durchschnitt auf eine kumulierte Netto-Werbeblockreichweite (Person mindestens einmal mit Werbung erreicht) von 35,1 Prozent, während ARD und ZDF am Vorabend nur 16,3 Prozent dieser wertvollen Zielgruppe erreichen.

Zum Hintergrund Deutschland leistet sich mit insgesamt 7,28 Mrd. Euro Rundfunkgebühren das teuerste öffentlich-rechtliche Rundfunksystem der Welt. Davon erhält die ARD 5,22 Mrd. Euro, das ZDF 1,74 Mrd. Euro. Dazu kommen die jährlichen TV-Netto-Werbeeinnahmen (ohne Sponsoringeinnahmen), die zuletzt (Basis: 2006) bei der ARD 177 Mio. Euro betragen, beim ZDF 125 Mio. Euro. Bei der ARD liegt der Werbeanteil an den Rundfunkgebühren also bei 3,4 Prozent, beim ZDF bei 7,2 Prozent. Dieser bereits geringe Anteil wird sich durch die derzeit geplante Gebührenerhöhung ab 2009 (von 17,03 Euro auf 17,98 Euro monatlich) weiter reduzieren, da die Gebühren dann insgesamt von heute 7,28 Mrd. auf rund 7,5 bis 7,7 Mrd. Euro steigen werden. Zum Vergleich: Alle privaten TV-Sender zusammen erwirtschafteten 2006 Netto-Werbeeinnahmen in Höhe von 3,81 Mrd. Euro.

Peter Christmann, Vorstand Sales & Marketing ProSiebenSat.1-Group: "Dass vor allem ARD und ZDF am Vorabend die gehobenen Zielgruppen und Wenigseher erreichen, entpuppt sich einmal mehr als Legende. Wie die Zahlen zeigen, werden diese Zuschauergruppen schon heute hervorragend, nämlich doppelt so gut, von dem vielfältigen Programmangebot der Privaten versorgt. Für die Unterscheidbarkeit von privatem und öffentlich-rechtlichem Fernsehen - und damit für eine langfristige und nachhaltige Legitimation der Rundfunkgebühren - ist eine klare Trennung bei der Finanzierung des dualen Rundfunksystems die beste Lösung."

Pressekontakt:

SevenOne Media

Ein Unternehmen der
ProSiebenSat.1 Group

Andreas Kühner
Director Communications
SevenOne Media
SevenOne Interactive
Tel. +49 [89] 95 07- 4132
Fax +49 [89] 95 07- 4135

Andreas.Kuehner@sevenonemedia.de

Kerstin Ebser
Manager Communications
SevenOne Media
SevenOne Interactive
Tel. +49 [89] 95 07 - 4134
Fax +49 [89] 95 07 - 94134

Kerstin.Ebser@sevenonemedia.de

Beta-Straße 10 i
D-85774 Unterföhring
Postfach 1165
D-85767 Unterföhring

Pressemitteilung online:
www.sevenonemedia.de

Originaltext:

SevenOne Media GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/42713/sevenone-media-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_42713.rss2