

# Schweizer Fernsehen: Immer mehr Werbung

*Die Gebühren für Radio und Fernsehen betragen zurzeit 451 Franken pro Jahr. Dennoch mutet SRF 1 den Zuschauern fast so viel TV-Werbung zu wie der deutsche Privatsender RTL.*

**S**tichprobenmässig hat *saldo* mit einer Stoppuhr gemessen, wie viel Werbung auf SRF 1 und RTL läuft. Diese beiden Sender haben in der Deutschschweiz die meisten Zuschauer. Erhoben wurde die Werbezeit für Donnerstag, 29. Oktober, von 17 bis 23 Uhr. Zur Werbung zählen im *saldo*-Vergleich alle TV-Spots, die Einblendung von Sponsoren und Werbeblockhinweise. Eigenwerbung und Programmhinweise wurden nicht berücksichtigt.

## Längster Werbeblock bei SRF dauerte fast 7 Minuten

Resultat: Während der sechs Stunden strahlte SRF 1 fast eine Stunde Werbung aus: insgesamt 57 Minuten 3 Sekunden. Das ist ein Anteil von 15,8 Prozent an der Sendezeit. Zwischen 17 und 19 Uhr beträgt der Werbeanteil 14,1 Prozent, zwischen 19 und 23 Uhr steigt er auf 16,7 Prozent. Der längste Werbeblock – ausgestrahlt um 20 Uhr zwischen «Meteo» und der Dokumentation «Netz

Natur» – dauerte 6 Minuten 37 Sekunden.

Bei RTL betrug die Werbezeit 66 Minuten 19 Sekunden (18,4 Prozent der Sendezeit). Zwischen 17 und 19 Uhr waren es 17,1 Prozent, danach 19,1. Während der

Hauptsendezeit strahlte RTL also lediglich 2,4 Prozentpunkte mehr Werbung aus als SRF 1.

Erstaunlich: Der längste erhobene Werbeblock auf RTL dauerte 6 Minuten 8 Sekunden – 29 Sekunden kürzer als bei SRF 1.

Auch die unabhängige Forschungsstiftung Mediapulse wertet die Werbeanteile aus. Demnach kommt SRF 1 im ersten Halbjahr 2015 während der Hauptsendezeit (19 bis 23 Uhr) auf einen durchschnittlichen Werbeanteil von

12,5 Prozent. Bei RTL sind es 17 Prozent. Diese Durchschnittswerte sind tiefer als jene der *saldo*-Stichprobe. Und die Differenz von

4,5 Prozentpunkten zwischen den Werbeanteilen von SRF 1 und RTL ist deutlich grösser. Grund: Der Oktober ist ein relativ werbeintensiver Monat, der vom Durchschnitt abweicht. Zudem misst Mediapulse nur die effektiven Werbeblöcke, nicht aber Sponsornennungen und andere Sonderwerbformen.

## Preise für TV-Spots gesenkt, dafür das Werbevolumen erhöht

Die Zahlen zeigen: SRF 1 und RTL unterscheiden sich hinsichtlich der Werbequoten nicht mehr gross. Das ist aus der Sicht des Zuschauers stossend. Denn im Gegensatz zu RTL, der sich allein durch Werbung finanziert, erhält SRF 1 reichlich Geld aus dem Gebührentopf: letztes Jahr nahm die SRG 1,21 Milliarden Franken ein.

Gemäss dem Bundesamt für Statistik nahm die Zahl der Werbestunden der SRG-Fernsehsender zwischen 2000 und 2014 um 66,5 Pro-



TV-Spots: Letztes Jahr lief im Schweizer Fernsehen während

## TV-WERBUNG SEIT 1965

Der Startschuss für das Werbefernsehen fiel in der Schweiz am 1. Februar 1965: DRS, TSR und TSI durften damals maximal 12 Minuten Werbung pro Tag ausstrahlen. Sonn- und Feiertage waren werbefrei. In der Folge erhöhte der Bundesrat die zulässige Werbezeit mehrmals.

1998 fiel das Werbeverbot für Sonn- und Feiertage. Mit dem neuen Radio- und TV-Gesetz wurden die Werbegrenzen im Jahr 2007 nochmals gelockert. Seither dürfen die SRG-Sender bis zu 15 Prozent der täglichen Sendezeit – also maximal 216 Minuten – Werbung ausstrah-

len. Damit die Werbung während der Hauptsendezeit nicht überhandnimmt, liegt die Obergrenze pro Stunde bei 20 Prozent (12 Minuten).

Zum Vergleich: In Deutschland schreibt der Rundfunkstaatsvertrag vor, dass bei Privatsendern wie RTL oder Pro7 die Sendezeit für TV-Spots 20 Prozent nicht überschreiten darf.

Die Schweiz hingegen legt den eigenen Privatsendern keine Zügel an. Sender wie 3+, S1 oder Tele Züri, die keinen Leistungsauftrag erfüllen müssen, dürfen so viel Fernsehwerbung ausstrahlen, wie sie wollen.

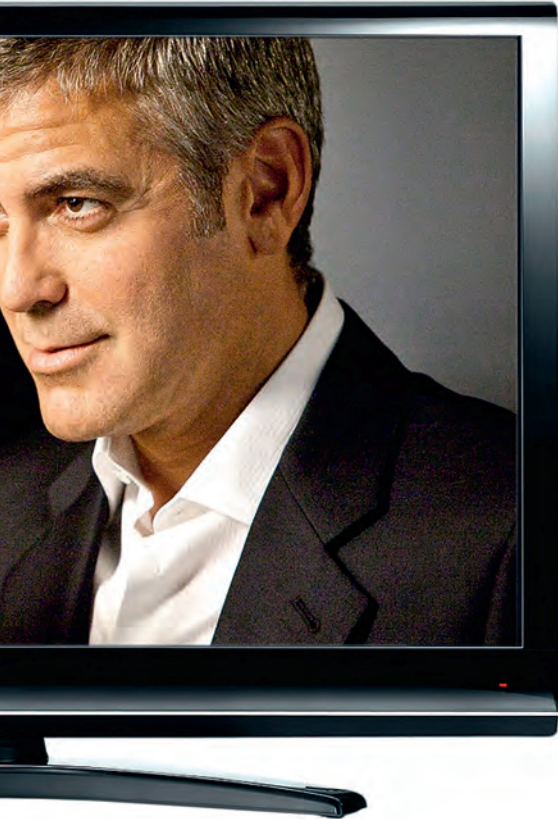
## Werbestunden und kommerzielle Erträge

Jahr	Werbestunden	Ertrag <sup>1</sup>
1999	1496	338,4
2000	1711	370,8
2001	1547	332,4
2002	1688	326,7
2003	1791	321,8
2004	1889	345,1
2005	1730	348,9
2006	1904	356,1
2007	1988	363,4
2008	2008	361,1
2009	1866	344,6
2010	2399	376,8
2011	2771	388,2
2012	2537	360,2
2013	2687	348,5
2014	2848	370,6

Alle TV-Programme der SRG SSR (Erstausstrahlungen).

<sup>1</sup> In Mio. Fr.

QUELLE: BUNDESAMT FÜR STATISTIK



NESPRESSO (MONTAGE)

# Subventionen: Reiche Bauern noch reicher

*Reiche Grossbauern sind die Gewinner der neuen Agrarpolitik des Bundes. 48 Betriebe erhalten Subventionen von über 300 000 Franken pro Jahr.*

Die Steuerzahler geben viel Geld aus für die Landwirtschaft. Die Subventionen betragen jährlich 3,4 Milliarden Franken. Davon gehen 2,8 Milliarden als Direktzahlungen an rund 50 000 Betriebe.

Neue Zahlen aus dem noch unveröffentlichten Agrarbericht zeigen: Die flächenmässig grossen Betriebe haben im letzten Jahr stark von der neuen Agrarpolitik profitiert. 2013 erhielten noch 4618 Grossbetriebe Direktzahlungen von über 100 000 Franken. Letztes Jahr zählten bereits 5469 Betriebe zu den grossen Subventionsempfängern. Das ist eine Zunahme von 18 Prozent. Besonders üppig fiel der Geldsegen im letzten Jahr bei 48 Begünstigten aus. Der Bund finanzierte sie mit über 300 000 Franken.

## Neue Berechnung nützt den Grossen

Die 5469 grossen Subventionsempfänger teilen sich zusammen 608 Millionen Franken. Sie erhalten im Durchschnitt rund 111 000 Franken pro Jahr. Den restlichen rund 42 000 Betrie-

ben bleiben durchschnittlich 52 000 Franken.

Grund für den Anstieg der hohen Subventionen ist die neue Berechnungsmethode der Direktzahlungen. «Flächenbeiträge werden neu erst ab 60 statt ab 40 Hektaren gekürzt. Das schenkt ein», sagt Regina Fuhrer, Präsidentin der Kleinbauern-Vereinigung.

Zum Vergleich: Die durchschnittliche Nutzfläche der rund 55 000 Landwirtschaftsbetriebe umfasst

dig sind. 2013 wurden Direktzahlungen bei 1888 Betrieben aufgrund zu hohen Einkommens oder Vermögens anteilmässig reduziert. Der Bund sparte so rund 14 Millionen Franken.

Die damalige Limite lag beim steuerbaren Jahreseinkommen bei 120 000 Franken, beim Vermögen bei 800 000 Franken. Zum Vergleich: Nach Angaben der eidgenössischen Steuerverwaltung liegt das durchschnittliche steuerbare Jah-

zent auf 2848 Stunden zu. Nicht Schritt halten konnten die Werbeerträge. Diese lagen 2014 bei 370,6 Millionen Franken – 0,2 Millionen tiefer als im Jahr 2000 (siehe Tabelle).

Wegen des zunehmenden Konkurrenzdrucks von deutschen, französischen und Schweizer Privatkanälen musste die SRG ab dem Jahr 2000 die Preise für TV-Spots senken und das Werbevolumen anheben, um die Erträge stabil zu halten, so Sprecher Daniel Steiner.

Diese Entwicklung belegen auch Zahlen der SRG-Werbevermarkterin Publisuisse für den Sender SRF 1: 2002 lag der Werbeanteil über einen ganzen Tag gerechnet bei 4,4 Prozent, 2014 bei 7,8 Prozent. In dieser Zeitspanne sank der durchschnittliche Preis für 30 Sekunden Werbung von 3812 auf 2978 Franken. Pikant: 1965 kostete die Ausstrahlung eines 30-Sekunden-Spots im Schweizer Fernsehen 3600 Franken.

Im Ausland haben öffentlich-rechtliche Sender zum Teil andere Wege gewählt: ARD und ZDF strahlen nach 20 Uhr sowie an Sonn- und Feiertagen keine Werbung aus. Der Anteil der Werbung an den gesamten Erträgen ist wegen der privaten Konkurrenz klar unter 10 Prozent gesunken.

## Schweden: Halb so viel Gebühren und keine TV-Werbung

Auch in Frankreich ist France 2 nach 20 Uhr werbefrei. Es gibt sogar Länder, in denen das öffentlich-rechtliche Fernsehen völlig auf Werbung verzichtet und sich allein durch die Rundfunkgebühren finanziert. Beispiele dafür sind England mit BBC 1 und 2 sowie Schweden mit SVT 1 und 2. In Schweden sind die Gebühren nur halb so hoch wie in der Schweiz. Das Land hat 1,5 Millionen mehr Einwohner – und ein werbefreies Fernsehen.

Thomas Lattmann



KEYSTONE

Grossbauern: Erhielten letztes Jahr 608 Millionen Franken

laut Bundesamt für Statistik 19,5 Hektaren.

Grossbauern haben nicht nur dank der neuen Berechnungsmethode vom Agrarpaket 2014–2017 stark profitiert. Das Parlament hat auch die Einkommens- und Vermögensgrenzen beim Bezug von Direktzahlungen abgeschafft.

Dabei zeigt der letzte Agrarbericht, dass solche Grenzen sehr wohl notwen-

dig sind. 2013 wurden Direktzahlungen bei 1888 Betrieben aufgrund zu hohen Einkommens oder Vermögens anteilmässig reduziert. Der Bund sparte so rund 14 Millionen Franken.

Die Bauernlobby bleibt auch nach den Wahlen im Parlament praktisch gleich stark. Je nach Quelle sind es 24 bis 30 National- und Ständeräte.

Carmen Gloria Godoy