

Geehrte Geschäftspartner.

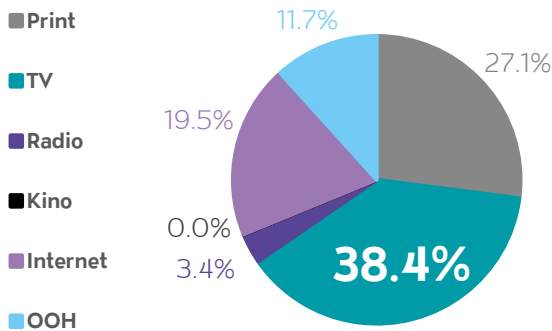
Nach den kühlen Monaten April und Mai freuen wir uns alle über das gute Wetter und die Lockerungsmassnahmen. Wir blicken gespannt nach vorne und erwarten voller Ungeduld die vermehrten Freizeit-, und Reiseaktivitäten – und sind überzeugt, TV ist und bleibt das Medium des Moments. Für Ihr Vertrauen in uns und unsere Sender danken wir Ihnen herzlich.

Freundliche Grüsse
Frank Zelger
CEO Admeira



TV schafft Mehrwerte

Media Mix Markt CH Jan. - Mai 2021



Quelle: Mediafocus

TV legt zu.

Der Werbemarkt setzt im Zeitraum Januar bis Mai dieses Jahres verstärkt auf TV. Mit 38.4% Anteil im Mediamix ist TV das **Leitmedium der Schweiz**.

TV legte im **Media Mix** somit satte **+23.1%** gegenüber dem Vorjahreszeitraum zu. (01-05/2020: 31.2%).

Doch nicht nur anteilig, auch insgesamt konnte TV in CHF brutto deutlich zulegen. In den ersten fünf Monaten verbuchte TV einen **Bruttozuwachs von 20.9%**. Ein klares Bekenntnis zur Effektivität der TV Werbung.

Hohe Reichweiten...

Wenngleich die Lockerungen Einfluss auf die Mediennutzung haben, bleibt die **TV Nutzung auf konstant hohem Niveau**.

Auch die Sender von Admeira überzeugen mit einer sehr guten Performance. Die ersten Programme der SRG liegen bei Marktanteil und Nettoreichweite noch immer deutlich über dem «Vor-Corona-Jahr» 2019.

Die privaten Sender der TF1-Gruppe und der TRC bieten ebenso attraktive Reichweiten und Umfelder. Zudem hervorheben möchten wir die sehr gute Entwicklung von Swiss1. Im Zeitraum Januar – Mai dieses Jahres konnte in der Primetime die Marke von über 1% Marktanteil übersprungen werden.

Mit vermehrtem Live-Sport-Angebot legen zudem die zweiten Sender der SRG wieder zu. Und auch die nun stattfindende Fussball EM 2020 verspricht hohe Aufmerksamkeit im TV.

Die **hohe Reichweite bleibt** – und somit auch die Effizienz Ihrer TV-Kampagnen. Denn Admeira bleibt auch beim Pricing ein verlässlicher Partner. Hochwertige Umfelder, höchste Reichweiten, bestmögliche Preis-Effizienz. **Fair & verlässlich**.

Quelle: Mediapulse TV Data (MediaWizard), DS, SR, SI, Planwerte exklusive Gäste, Effektivwerte inkl. Gäste, Jan-Mai, Klassische Werbeblöcke inkl. Live Sport, %-Abweichungen auf Basis CPP(30s), (Berechnung Admeira)

...Ihr monetärer Mehrwert

| JAN – MAI 2021, Zielgruppe 15-59 Jahre, 19-23 Uhr | | | |
|---|-----------|---------------|-----------|
| Sender | CPPØ Plan | CPPØ Effektiv | Differenz |
| SRF 1 | 2'874 | 2'575 | -10% |
| SRF zwei | 2'892 | 3'308 | 14% |
| SRF info | 2'608 | 2'446 | -6% |
| TRC | 2'599 | 2'225 | -14% |
| SWISS 1 | 2'816 | 2'237 | -21% |
| RTS 1 | 1'129 | 1'112 | -2% |
| RTS 2 | 1'008 | 1'009 | 0% |
| TF1 | 1'191 | 1'250 | 5% |
| TMC | 858 | 567 | -34% |
| TFX | 918 | 838 | -9% |
| RSI LA 1 | 169 | 169 | 0% |
| RSI LA 2 | 131 | 163 | 24% |

Sport-Tipp: Olympische Spiele 2021 in Tokio – jetzt noch freie Werbeblöcke sichern!

