

PANEL MEMBER INFO

Liebe Teilnehmende des Mediapulse Media Panels

Während die Wetterschmöcker aus dem Muotathal einen heissen Sommer mit vielen Gewittern vorher sagen, stehen wir in diesem Sommer vor einer Vielzahl aufregender Ereignisse. Einige sind im Fussballfieber und geniessen die Spannung des Sports, andere sehnen sich hingegen nach Erholung im In- und/oder Ausland. Egal, welche Abenteuer oder Entspannungsmomente Sie suchen, wir freuen uns, Sie mit unserem Sommer-Newsletter auf dem Laufenden zu halten.

Zu Jahresbeginn gab es zwei wichtige Ankündigungen: In Ihren Haushalten werden die alten PM5000-Messgeräte, welche wir für die Erhebung der TV-Einschaltquoten einsetzen, durch die fortschrittlichen PM7-Geräte ersetzt. Neben einem ansprechenden Design und weniger Verkabelung bieten die neuen Geräte eine verbesserte Anmeldefunktion sowie einen noch geringeren Stromverbrauch. Zusätzlich haben wir aus Umweltschutzgründen im Frühjahr digitale Gutscheine eingeführt. Statt physischer Gutscheinkarten, die alle drei Monate an über 2000 Panel-Haushalte versandt werden, erhalten Sie ab sofort digitale Gutscheine per E-Mail. Wir bedanken uns diesbezüglich herzlich für Ihre Rückmeldungen, die uns sehr gefreut haben. Bitte überprüfen Sie regelmässig Ihre E-Mails und teilen Sie uns mit, falls Sie den digitalen Gutschein dennoch per Post erhalten möchten.

Nach diesen Veränderungen präsentieren wir Ihnen in diesem Newsletter eine Konstante aus der Sportwelt: die gemessenen Nutzungszahlen des Mediapulse Media Panels während der letzten Europameisterschaftsübertragungen im Fernsehen. Wie haben sich die Zuschauerzahlen entwickelt? Welche Spiele wurden in der Schweiz am häufigsten verfolgt? Lesen Sie die Ergebnisse auf den nächsten zwei Seiten!

Damit wünschen wir Ihnen einen schönen Sommer voller Abenteuer und bedanken uns für Ihre Teilnahme am Mediapulse Media Panel.

Ihr Kantar Media-Team



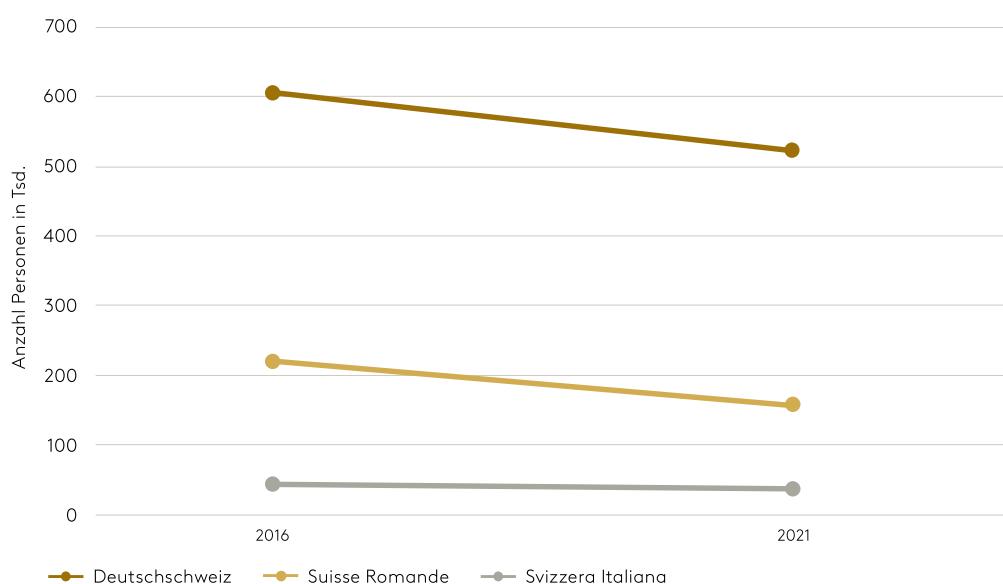
SPORTÜBERTRAGUNGEN IM FERNSEHER

In den 1920er und 1930er Jahren begann die Entwicklung der Live-Übertragungstechnik, zunächst im Radio und später im Fernsehen. Sportveranstaltungen, besonders Fussballspiele, waren der Hauptinhalt dieser Live-Übertragungen. Ein Jahrhundert später können Sportfans Live-Events auf einer Vielzahl von Geräten verfolgen, dennoch bleibt der Fernseher das Hauptmedium für grosse Sportereignisse. Passend zum kommenden Fussball-Sommer geben wir Ihnen gerne einen Überblick über die gemessenen Fernsehquoten der letzten Europameisterschaften im Männerfussball.

Schweizer Zuschauerstatistik zur Fussball-EM

Die Fussball-Meisterschaften vereinen ganze Nationen und scheinen während eines Monats alle Industriestaaten zur gleichen Zeit vor den Bildschirm zu ziehen. In Abwechslung mit der Fussball-Weltmeisterschaft feiert Europa ihren eigenen Meistertitel. Seit der Kantar Media-Messung konnten zwei Europameisterschaften aufgezeichnet werden: Jene von 2016 in Frankreich und jene von 2020, die wegen der COVID-19-Pandemie um ein Jahr verschoben wurde und in verschiedenen Ländern stattgefunden hat.

Die folgende Grafik zeigt die durchschnittliche Zuschauerzahl über alle in der Schweiz ausgestrahlten Spiele auf allen Sendern während den Europameisterschaften 2016 und 2021, basierend auf den Messungen der Panel-Haushalte des Mediapulse Media Panels. In der Deutschschweiz und in der Suisse Romande ist ein tendenzieller Rückgang der Zuschauerzahlen zu beobachten. Nur in der Svizzera Italiana blieb die Anzahl Zuschauer in beiden Jahren fast gleich.



Quelle: Mediapulse TV Data, 10.06.–10.07.2016/11.06.–11.07.2021, Total Personen 3+, Average RT-Total, Mo–So, All TV-Platforms, Overnight+7, Programmfilter: Fussball-Europameisterschaft Männer/UEFA EURO 2016 und 2020.

Die beliebtesten Spiele der letzten EM

Die Grafik auf der gegenüberliegenden Seite zeigt Durchschnittswerte über alle Spiele und allen S endern, die deutlich tiefer liegen als die Zuschaueranzahl beliebter Spiele. Die am meisten gesehenen Fussballspiele wurden von etwa drei bis vier Mal so vielen Personen am Fernseher verfolgt. Die Spiele «Schweiz – Frankreich» waren in der Schweiz so-

wohl im Jahr 2016, als auch 2021 die beliebtesten und zogen jeweils um die 2.5 Millionen Zuschauende vor die Bildschirme.

Nachfolgend finden Sie eine Liste der fünf landesweit am meisten gesehenen Fussballspiele während den Europameisterschaften von 2016 und 2021:

2016			2021	
1	Schweiz – Frankreich	2.51 Mio. Zuschauer	Frankreich – Schweiz Achtelfinal	2.37 Mio. Zuschauer
2	Portugal – Frankreich Final	2.08 Mio. Zuschauer	Schweiz – Spanien Viertelfinal	2.23 Mio. Zuschauer
3	Rumänien – Schweiz	1.79 Mio. Zuschauer	Schweiz – Türkei	2.04 Mio. Zuschauer
4	Schweiz – Polen Achtelfinal	1.77 Mio. Zuschauer	Italien – England Final	2.02 Mio. Zuschauer
5	Deutschland – Frankreich Halbfinal	1.76 Mio. Zuschauer	Italien – Schweiz	1.60 Mio. Zuschauer

In den drei Sprachregionen Deutschschweiz, Suisse Romande und Svizzera Italia variiert interessanterweise die Top-5-Liste in Bezug auf die Reihenfolge und teilweise auch auf die Fussballspiele. Grundsätzlich ist zu beobachten, dass vor allem die bedeutendsten Fussballspiele der Schweizer Nationalmannschaft sowie die Finalspiele der Meisterschaften grosse Beliebtheit geniessen.

Jetzt sind wir gespannt darauf, wie sich die Zuschauerzahlen in diesem Jahr entwickeln. Vielleicht holen wir nach dem Sieg beim Eurovision Songcontest auch den Europameister-Titel in die Schweiz...? Auf jeden Fall wünschen wir Ihnen einen schönen Sommer und feuern kräftig an mit «Hopp Schwiiz»!

BITTE DENKEN SIE DARAN!

- › Bitte denken Sie immer daran, auch wenn Sie nur kurz fernsehen, **alle** Personen, die im Raum sind und fernsehen, über die Fernbedienung anzumelden.
- › Falls Sie in die Ferien fahren, drücken Sie bitte die **Ferien-Taste** auf der Fernbedienung und bestätigen Sie dies per Knopfdruck. Nehmen Sie Ihre Messgeräte für TV- und Online-Erfassung während den Ferien aber **nicht** vom Strom.
- › Denken Sie daran, uns **Änderungen in Ihrem Haushalt** in Bezug auf Personen oder Geräte (TV, Smartphones, Laptop, Tablets etc.) **mitzuteilen**. Wichtig ist es auch, dass Sie uns mitteilen, wenn Sie ein Online-Gerät an ein anderes Haushaltsmitglied weitergeben.
- › Vergewissern Sie sich, dass Sie zuhause mit Ihrem Smartphone/Laptop/Tablet in Ihrem WiFi- bzw. WLAN-Netz eingeloggt sind. Nur so kann Ihre Online-Nutzung korrekt erfasst werden.

Bei Fragen oder anderen Anliegen stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung. Sie erreichen uns telefonisch unter 0800 55 11 22 oder per E-Mail an panel@kantar.ch.

Die glücklichen Gewinner unserer Sommer-Verlosung:

Wir führen zweimal jährlich eine grosse Verlosung durch. Im Rahmen dieser Verlosungen gewinnen jeweils drei Glückspilze je CHF 500.– in Form von Coop- oder Migros-Gutscheinen.

Ganz herzliche Gratulation an die Gewinner:innen der Sommer-Verlosung 2024:

Sandro M., Pieric R., Maria M.

WIR STELLEN UNS VOR:



Studium der Betriebswirtschaftslehre an der Universität Mannheim mit Abschluss Diplom-Kauffrau. Ab 1996 Kundenbetreuung und Leitungsfunktionen in verschiedenen Mediaagenturen in Deutschland und der Schweiz. 2014 Wechsel zu Goldbach (Schweizer Vermarktungshaus für Werbung im Privatfernsehen, Radio, Online und Print), verantwortlich für Digitalisierungsthemen, Datamanagement und Business Development. Seit Februar 2024 Direktorin der Kantar Media.

Annette Dielmann, Managing Director

Seit Februar 2024 sind Sie als Managing Director bei Kantar Switzerland AG tätig. Wie haben Sie den Start erlebt?

Mit dem Start hatte ich eine steile Lernkurve: neue Kollegen und Prozesse, Einführung des neuen Messsystems (People Meter 7) und Wechsel auf ein digitales Gutscheinsystem. Bei Systemumstellungen sind unerwartete Herausforderungen üblich. Hier ist der enge Austausch und die gegenseitige Unterstützung im Team sowie die lösungsorientierte Zusammenarbeit mit unserem Kunden Media-pulse entscheidend. Dabei habe ich von der Erfahrung und der Leidenschaft des Teams profitiert, wie auch viel Hilfestellung erlebt, so dass ich mich schnell in die Rolle einfinden konnte.

Welche Aufgaben in dieser neuen Rolle machen Ihnen besonders Freude?

Als Leiterin von Kantar Media Schweiz habe ich eine sehr vielfältige Rolle. Ich habe ein motiviertes und hochqualifiziertes Team, mit dem es Spass macht, sich auszutauschen, Kundenanforderungen anzugehen und uns als Kantar Media weiterzuentwickeln. Auch die Einbindung in ein globales Netzwerk und der Austausch mit den Kollegen weltweit ist für mich sehr spannend. Als Kantar Media befinden wir uns in einem Umfeld, das immer wieder Änderungen unterliegt, d.h. wir müssen unsere Kenntnisse, aber auch Produkte weiterentwickeln und nicht stillstehen. So lerne ich immer wieder neu dazu und das finde ich spannend.

Vor Ihrer Tätigkeit bei Kantar Media waren Sie auf der Marktseite aktiv. Welche Vorteile sehen Sie darin, Ihr bisheriges Know-how nun auf die Forschungsseite zu übertragen?

In meinen Tätigkeiten, sowohl auf Agentur- wie auch auf Vermarkterseite waren verlässliche Zahlen zur Medianutzung zentral, um zieltgerecht Kommunikationsstrategien zu entwickeln. Werden Produkte und Angebote bei den richtigen Zielgruppen platziert? Welche Umfelder im TV und Online werden genutzt? Wie verändert sich die Bewegtbildnutzung mit der Zunahme der digitalen Möglichkeiten? So kann ich Anforderungen und Fragen aus Anwendersicht in interne Diskussionen einbringen und Forschungsergebnisse besser für den Markt erklären.

Ein Ausblick in die Zukunft: Wie schätzen Sie die Entwicklung der Mediennutzungsforschung in den kommenden Jahren ein?

Über die letzten Jahre hat sich die Mediennutzung verändert und Medien werden auch weiter Veränderungen unterliegen. Verlässliche Daten zu haben, die Aussagen zur Nutzung durch echte Menschen (und nicht Maschinen) erlauben, wird wichtiger, aber auch schwieriger. Die grösste Herausforderung für die Mediennutzungsforschung ist hierbei, die Nutzung über verschiedene Geräte und Plattformen hinweg abzubilden – sowohl in der Live- wie auch in der zeitversetzten oder Streaming-Nutzung. Auch die Messung von Online-Angeboten ist entscheidend. An dieser Stelle von meiner Seite vielen Dank für Ihre Unterstützung und Ihre Bereitschaft, Ihre Geräte zu erfassen, um Ihre Mediennutzung korrekt messen zu können.