Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

13.09. 2022

Replay Ads starten am 4. Oktober 2022

Von PPS

Drei neue Werbeformen gehen im Replay-TV live

(Zürich)(PPS) **Nach erfolgreicher Testphase gehen ab dem 4. Oktober 2022 mit den Replay Ads drei neue Werbeformen im Replay-TV live. Die TV-Sender, -Verbreiter und -Vermarkter haben die neuen Werbeformen gemeinsam entwickelt und nun werden sie auf den ersten TV-Sendern implementiert. Mit der Einführung der Replay Ads wird gleichzeitig das Zuschauererlebnis verbessert, die Finanzierung der zeitversetzten Nutzung langfristig für die TV-Sender möglich gemacht und somit die Vielfalt des Schweizer Fernsehprogramms aufrechterhalten.**

Nach erfolgreicher Testphase gehen ab dem 4. Oktober 2022 mit den Replay Ads drei neue Werbeformen im Replay-TV live. Die TV-Sender, -Verbreiter und -Vermarkter haben die neuen Werbeformen gemeinsam entwickelt und nun werden sie auf den ersten TV-Sendern implementiert. Mit der Einführung der Replay Ads wird gleichzeitig das Zuschauererlebnis verbessert, die Finanzierung der zeitversetzten Nutzung langfristig für die TV-Sender möglich gemacht und somit die Vielfalt des Schweizer Fernsehprogramms aufrechterhalten.

Die zeitversetzte TV-Nutzung, das sogenannte Replay-TV, geniesst schweizweit dank der ständigen Verfügbarkeit von über 50’000 Programmstunden grosse Beliebtheit und nimmt seit der Einführung vor zehn Jahren stetig zu. Da in den Replay-Sessions die Werbeblöcke grösstenteils überspult werden, stellt die zeitversetzte Fernsehnutzung die TV-Sender vor substanzielle Herausforderungen, obwohl der TV-

Konsum seit Jahren insgesamt sehr stabil ist. Mit der allseits beliebten Spulfunktion im Replay-TV wird die Haupteinnahmequelle der TV-Sender, der Verkauf von TV-Spots, direkt kompromittiert.

Um die Finanzierung des vielfältigen Fernsehangebots und insbesondere auch das weltweit einmalige Replay-Angebot in der Schweiz nachhaltig zu sichern, wurden von den TV-Sendern gemeinsam mit den Verbreitern und Vermarktern die neuen Replay Ads kreiert. Replay Ads sind drei Werbeformen in der zeitversetzten TV-Nutzung, die am 4. Oktober 2022 in der Schweiz eingeführt werden.

Freemium-Modelle wie bei YouTube: Replay Ads oder gegen Aufpreis ein komplett werbefreies Replay-TV

Vergleichbar mit bekannten «Freemium»-Modellen wie z. B. bei Spotify oder YouTube können die Konsument*innen zwischen vielfältigen Angeboten auswählen, die je nach Anbieter unterschiedlich ausgestaltet werden: Replay-TV mit klassischer Werbung, Replay-TV mit Replay Ads und neu sogar Replay-TV mit der Möglichkeit, die Werbeblöcke ohne jegliche Werbung zu überspringen.

Für letztere beide gilt: Neu ist kein lästiges Vor- & Zurückspulen beim Wiedereinstieg ins Programm mehr nötig. Auf Knopfdruck ist ein sehr nutzerfreundlicher, punktgenauer Wiedereinstieg ins Programm möglich. Das machen die TV-Sender möglich, indem vor und nach jedem Werbeblock entsprechende Marker im Programm gesetzt werden, die die Verbreiter auslesen können.

Konsument*innen, die künftig ein Replay-TV Abo gewählt haben, das Replay Ads inkludiert, werden drei kurze nutzerfreundliche Werbeformen sehen:

- Start-Ad: Ganz kurzer Werbespot (fünf bis sieben Sekunden) zu Beginn des Replay-Programms, wie man es bereits von Video-Plattformen kennt.
- Pause-Ad: Statisches Display-Werbemittel nach und während des Drückens der Pausentaste im Live- oder im Replay-Modus.
- Fast-Forward-Ad: Ein Mini-Werbeblock von zwei bis drei Spots (maximal 130 Sekunden), der eingespielt wird, wenn die Zuschauer*innen während ihrer Replay-Nutzung den viel längeren Werbeblock überspulen möchten.

Die Preisgestaltung und die Kommunikation der neuen Abo-Angebote liegen in der Hoheit und Verantwortung der Verbreiter.

Implementierung auf immer mehr teilnehmenden TV-Sendern

Replay Ads werden bei allen Sendern angezeigt, die einer entsprechenden Branchenvereinbarung beigetreten sind. Das sind aktuell mit wenigen Ausnahmen beinahe alle deutschsprachigen Fernsehsender, die in der Schweiz Werbung anbieten.

Per 4. Oktober starten fast alle Sender von RTL Deutschland (RTL, VOX, NITRO, RTLZWEI), der Seven.One Entertainment Group (ProSieben, SAT.1, Kabel Eins, ProSieben MAXX, SAT.1 Gold, sixx, Puls 8) und von CH Media (TV24, TV25, S1, 3+, 4+, 5+, 6+, 7+/Nick Schweiz).

Weitere TV-Sender wie TeleZüri, TeleBärn, Tele1, Tele M1, TVO und SWISS1, SUPER RTL und ntv werden voraussichtlich in der ersten Jahreshälfte 2023 mit Replay Ads starten. Weitere Sender werden folgen.

Replay Ads werden bei fast allen Schweizer Verbreitern angeboten, darunter Swisscom, Sunrise, Quickline und Salt.

Über die Organisation:

Über GT12 (Gemeinsamer Tarif 12) und die Branchenvereinbarung:
Gemäss geltendem Urheberrecht müssen alle TV-Anbieter die Sender für die zeitversetzte Verbreitung ihrer Inhalte entgelten. Der Tarif dafür wird zwischen den Branchenverbänden (Suissedigital und Swissstream) und den Verwertungsgesellschaften (ProLitteris, SSA Société Suisse des Auteurs, SUISA, SUISSIMAGE und SWISSPERFORM) ausgehandelt. Die Verwertungsgesellschaften und die Verbreiterverbände haben sich im Juni 2020 auf einen höheren Tarif (Gemeinsamen Tarif 12) geeinigt, der das zeitversetzte Fernsehen in der Schweiz gestützt auf das Urheberrechtsgesetz regelt.
Die Branchenvereinbarung ist ein Abkommen zwischen Verbreitern und Sendern, um zeitversetztes Fernsehen in der Schweiz auch in Zukunft in der bisherigen Form anbieten zu können. Der Nationalrat hat die Verbreiter und Sender Ende 2018 zum Finden einer einvernehmlichen Lösung aufgefordert. Durch die neuen Werbeformen

sollen die monetären Ausfälle der Sender – bedingt durch das Überspulen der Werbung bei Replay-TV – kompensiert werden.

Pressekontakt:

elliott
Langstrasse 94
8004 Zürich

Claudia Wintsch, +41 44 202 94 94, claudia.wintsch @ elliott.ch
Denise Hildbrand, +41 44 448 25 15, denise.hildbrand @ chmedia.ch

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/replay-ads-starten-am-4-oktober-2022*