

Medienmitteilung

Stärkung des Schweizer TV-Werbemarktes: Branche einigt sich auf eine Weiterentwicklung des Modells für Replay-TV-Werbung

Bern, 14. August 2025. Ab November 2025 werden die TV-Anbieter – neu mit Beteiligung der SRG – gemeinsam mit den Verbreitern und den Vermarktern das weiterentwickelte Modell für Replay-TV-Werbung umsetzen. Was private Sendergruppen wie CH Media, Seven.One Entertainment Group und RTL Deutschland zusammen mit den Verbreitern bereits 2022 initiiert haben, wird zur flächendeckenden Branchenlösung.

Heute werden rund 30 bis 40 Prozent der TV-Inhalte in der Schweiz zeitversetzt konsumiert – Tendenz steigend. Replay-Ads bieten die Möglichkeit, den damit verbundenen Rückgang im klassischen TV-Werbemarkt mindestens teilweise zu kompensieren. Bei der Weiterentwicklung des nun in der Branche vereinbarten einheitlichen Modells wurde eine möglichst nutzerfreundliche Umsetzung angestrebt, die sich am veränderten Sehverhalten orientiert. So wird die Werbung gezielt beim Start, Pausieren oder Vorspulen von Inhalten eingeblendet – präzise einsetzbar, an die heutigen Nutzungsgewohnheiten angepasst und mit punktgenauem Wiedereinstieg in das Programm.

Private Sender als Wegbereiter

Bereits seit Oktober 2022 setzen private TV-Gruppen wie CH Media, Seven.One Entertainment Group und RTL Deutschland auf das Replay-Modell – mit Erfolg. Dank der Weiterentwicklung gemeinsam mit den Verbreitern und den Vermarktern wird das Produkt für Werbetreibende nochmals attraktiver gestaltet. Ab November 2025 wird Replay-Werbung erstmals auch von der SRG mitgetragen – ein bedeutender Schritt hin zu einer flächendeckenden Branchenlösung, welche den Medienplatz nachhaltig stärkt. «Was wir 2022 als wirtschaftlich notwendige Innovation begonnen haben, wurde nun von der Branche gemeinsam weiterentwickelt – ein klares Bekenntnis zur Stärkung des TV-Werbemarkts in der Schweiz», sagt Wolfgang Elsässer, Präsident des Verbands Schweizer Privatfernsehen VSPF. «Für die SRG ist es ein Anliegen, den Schweizer Medienplatz als Ganzes zu stärken – dazu gehört auch der Werbemarkt», ergänzt Walter Bachmann, Generalsekretär der SRG.

Einheitliche Umsetzung über alle Plattformen

Die technische Ausführung erfolgt wie bis anhin plattformübergreifend durch alle an der Branchenlösung teilnehmenden Verbreiter, darunter Swisscom, Sunrise, Quickline, Salt, Zattoo und Teleboy. Die Geschäftsführer der beiden Verbreiterverbände, Swisstream und Suissedigital, Patrick Dehmer und Simon Osterwalder, halten fest: «Die Replay-Branchenlösung zeigt, dass ein tragfähiger Interessensausgleich ohne Regulierung möglich ist und dabei kundenfreundliche und wirtschaftlich stabile Lösungen zwischen den Akteuren gefunden werden können.»

Medienkontakte

VSPF:

Ute von Moers

info@vspf.ch

SRG:

Gianna Blum

058 136 21 21

Medienstelle.srg@srgssr.ch

Swissstream:

Patrick Dehmer

044 289 80 00

dehmer@utolegal.ch

Suissedigital:

Matthias Lüscher

031 328 27 28

matthias.luescher@suissedigital.ch

Über den VSPF

Der VSPF / ATPS ist der Interessenverband für Privatfernsehsender ohne Konzession und Gebührenanteil, die sich an ein nationales Schweizer Publikum richten und sich durch Werbung finanzieren.

Über SRG SSR

Die SRG ist die Schweizerische Radio- und Fernsehgesellschaft. Sie umfasst fünf Unternehmenseinheiten (RSI, RTR, RTS, SRF, SWI swissinfo.ch), die Generaldirektion sowie die Tochtergesellschaft SWISS TXT.

Über Swissstream

Swissstream ist der als Verein organisierte Verband der Schweizer Streaming Anbieter. Zu seinen Mitgliedern zählen massgebliche Telekommunikationsunternehmen, welche über ihre Kommunikationsnetze Radio- und Fernsehprogramme weiterverbreiten.

Über Suissedigital

Suissedigital ist der Wirtschaftsverband der Schweizer Kommunikationsnetze. Ihm sind rund 160 privatwirtschaftlich wie auch öffentlich-rechtlich organisierte Unternehmen angeschlossen, die über drei Millionen Haushalte mit Radio, TV, Internet, Telefonie und weiteren Angeboten versorgen.