

Mainz, 12. Januar 2010

## **ZDF Werbefernsehen schließt trotz des negativen Trends 2009 mit leichtem Plus ab**

Im Krisenjahr 2009 reagierte der Werbemarkt deutschlandweit sehr empfindlich auf die konjunkturellen Schwankungen. Die ZDF Werbefernsehen GmbH kann allerdings auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2009 zurücksehen.

Hans-Joachim Strauch, der Geschäftsführer der ZDF Werbefernsehen GmbH, sieht im qualitativ hochwertigen Werberahmenprogramm des ZDF und in der konservativen Preis- und Rabattpolitik die Grundlagen für den Erfolg.

„Auch wenn laut Nielsen in den klassischen Medien „nur“ ein Rückgang von weniger als 1,0 Prozent zu verzeichnen ist, sieht die Realität, betrachtet man die Nettoentwicklung, ganz anders aus“ konstatiert Strauch. „Bei den kommerziellen Anbietern wird die brutto-netto Schere immer weiter auseinander getrieben. Diese nahezu selbstzerstörerische Entwicklung der irrwitzigen Rabatte und Share-Deals hat das ZDF noch nie mitgemacht und wird sich auch in Zukunft nicht daran beteiligen!“

TV behauptet sich nach wie vor als umsatzstärkstes Medium auf dem deutschen Medienmarkt. IP Deutschland muss laut Thomson Media Control einen Verlust von über 5 Prozent hinnehmen. Bereinigt man die Umsätze des ZDF um die Einnahmen aus den sechs Übertragungen (3 Spiele/3 Vorberichterstattungen) der Fußball-Europameisterschaft 2008, wurde sogar ein leichtes Plus gegenüber dem Vorjahr in diesem schwierigen Krisenjahr erzielt.

Für das ZDF Werbefernsehen war 2009 ein Jahr voller Veränderungen und Neuanfängen. Seit dem 1.1.2009 ist das ZDF Werbefernsehen eine rechtlich eigenständige Firma und schon seit Dezember 2008 ist die gemeinsame ARD & ZDF Fernsehwerbung GmbH auf dem Markt unterwegs. Bei über 3000 Kunden- und Agenturkontakten konnte die ARD & ZDF Fernsehwerbung GmbH die erfolgreiche Qualitätsstrategie von ARD und ZDF vermitteln. „Es ist einmal mehr deutlich geworden, dass das Qualitätsprogramm auch die Qualität der Zuschauer sichert. Und heute ernten wir die Früchte unserer oft verlachten konservativen Vermarktungspolitik!“ stellt Hans-Joachim Strauch fest.

Für das kommende Jahr steht für das ZDF die Vermarktung der großen Sportevents (Januar, Handball Europameisterschaft/ Februar, Olympische Winterspiele/ Juni, Fußball Weltmeisterschaft) im Focus der Vermarktung und lässt laut Strauch mit Optimismus in das neue Jahr blicken.

Bilder Hans-Joachim Strauch:

[http://www.zdf-werbefernsehen.de/fileadmin/user\\_upload/zdfwerb/bilder/portraits/hjs/strauch.hj\\_04.jpg](http://www.zdf-werbefernsehen.de/fileadmin/user_upload/zdfwerb/bilder/portraits/hjs/strauch.hj_04.jpg)

[http://www.zdf-werbefernsehen.de/fileadmin/user\\_upload/zdfwerb/bilder/portraits/hjs/strauch.hj\\_08.jpg](http://www.zdf-werbefernsehen.de/fileadmin/user_upload/zdfwerb/bilder/portraits/hjs/strauch.hj_08.jpg)

Susanne Brock

ZDF Werbefernsehen GmbH  
Pressereferentin  
Telefon: +49(0)6131 70 5457

Fax: +49(0)6131 70 4395  
E-Mail: [brock.s@zdf.de](mailto:brock.s@zdf.de)  
Web: [www.zdf-werbung.de](http://www.zdf-werbung.de)  
Geschäftsführung: Hans-Joachim Strauch  
Amtsgericht Mainz HRB 6186