

Winning Edge



Der Wettbewerbsvorteil von Sport bei TV

Ein ikonischer Schweizer Sportmoment



213



Frauen-Fussball-EM 2025: Case Study

- Frauen Fussball-EM 2025:
Starkes Marken-Umfeld
- Marken feierten selbstbewusst
neue Heldinnen
- Authentische Verbindung mit
kaufkräftiger Zielgruppe
- Neuer Market Entry, erweitert
Fussball-Community



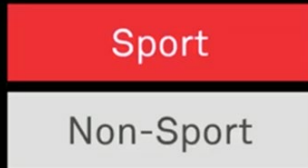
Neue Medienrealität: TV & Digital

Live Sport schafft intensives
«Lean Forward» Engagement.

Live Sport fesselt Zuschauer
besonders stark.

Andere Inhalte führen oft zu
passivem «Lean Back» Konsum.

Top 100 US Broadcasts



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100

Das letzte Lagerfeuer?

- Nationale Aufmerksamkeit in einer Welt von Bubbles
- Grosse Sportmomente müssen live erlebt werden
- Gute Mediaplanung muss solche Mega-Events auch auf kleinerer Skala finden



Emotionaler Halo-Effekt

- Spannung und Leidenschaft übertragen sich auf Markenbotschaften.
- Hohe Reichweite und qualitativ hochwertige Kontakte sind für Werbewirkung entscheidend.



Das

Super-Sportjahr 2026

bei SRF



Sport-Highlights 2026

SRF RTS RSI



Sport vereint die Schweiz

- Sport vereint über 75% der Schweizer Bevölkerung medial.
- Grossevents erreichen Spitzenmarktanteile von über 76%.
- Lineares Fernsehen zeigt weiterhin hohe integrative Kraft.



Impact pro



**TV-Sportwerbung
hat einen stärkeren
Impact pro Franken.**



**Hohe Aufmerksamkeit
und Emotionen sind
entscheidend
für den Erfolg.**



**Eintrittsticket
sind jedoch hohe
TV Mediabudgets.**



Planungs-Tipps für das Supersportjahr

- **Prime Time für Brands:** Höchste TV Aufmerksamkeit bei Live-Sportevents nutzen.
- **Zweitbildschirm-Synergie:** TV-Kampagnen digital verlängern.
- **Kreativität im Kontext:** Botschaften wenn möglich an Sportumfeld anpassen.
- **Effekte messen, nicht Media-KPIs:** Impact statt TKP.





Danke