

----- PRESSEMITTEILUNG -----

## **WORLD TELEVISION DAY FEIERT WELTWEIT DIE QUALITÄT DES FERNSEHENS** Programminvestitionen liegen global bei rund 140 Milliarden Dollar

**Brüssel, 20. November 2018.** TV-Profis auf der ganzen Welt feiern am morgigen Mittwoch, 21. November, den Weltfernsehtag. Die Fernsehbranche betont dabei, dass Fernsehen heute – im Sinne von Total Video – viel mehr ist als klassisches, lineares TV. Im Rahmen der jährlichen Initiative der Vereinten Nationen wird dafür weltweit ein 30-Sekunden-Spot von TV-Sendern on Air und Online gezeigt.

### **TV-Inhalte unterhalten, informieren und inspirieren – über alle Plattformen**

Das Thema der 22. Ausgabe des World TV Day (WTVD) ist die Qualität der Inhalte. Dieser hohe Qualitätsstandard der TV-Programme spiegelt sich auch darin wider, dass das Fernsehen seine Zuschauer mittlerweile auf allen Plattformen unterhält, inspiriert und informiert. Allein 2017 lag die Produktion von TV-Fiction in der EU bei rund 920 unterschiedlichen Programmtiteln. Das entspricht mehr als 16.400 Episoden und mehr als 11.000 Programmstunden, so der jüngste Bericht der Europäischen Audiovisuellen Informationsstelle.

### **Schätzung von The Global TV Group, egta, EBU und ACT: 140 Milliarden Dollar Programminvestitionen**

Ein deutlicher Indikator für die Robustheit, Investitionsbereitschaft und Innovationskraft des Fernsehens ist die Höhe der Programminvestitionen der TV-Sender – sowohl in lokale Eigen- und Auftragsproduktionen sowie in internationale Lizenzprogramme. Danach liegt diese Summe derzeit bei rund 140 Milliarden Dollar, die von TV-Sendern weltweit in ihre Programme investiert wird. Diese Summe basiert auf einer Schätzung von The Global TV Group, dem informellen Verbund von nationalen TV-Gattungsinitiativen wie Screenforce in Deutschland, und den Verbänden egta, EBU und ACT. Die globale Schätzung umfasst wiederum zwei Datenquellen: zum einen Daten, die IHS Markit (1) für 2017 in 27 Ländern erhoben hat, zum anderen eine aktuelle Umfrage von egta und The Global TV Group bei ihren Mitglieds- und Partnerunternehmen in 21 Ländern (2). Danach betragen die Programminvestitionen der TV-Sender alleine in Nordamerika 61 Milliarden Dollar – eine Summe, die höher ist als alle Investitionen von OTT-Plattformen auf der ganzen Welt. Die höchsten nationalen Investitionsvolumen in Europa: Großbritannien mit 8,6 Milliarden Euro, Deutschland mit 8 Milliarden Euro, Frankreich mit 5,5 Milliarden Euro und Italien mit 4,4 Milliarden Euro.

**Quellen:** (1) IHS Markit Channels & Programming Intelligence - TV-Programmausgaben 2017 nach Regionen (in Mrd. USD), Daten aus 27 Ländern (2) Umfrage in 21 Ländern von egta und The Global TV Group

Weitere Infos zum World TV Day: <http://worldtelevisionday.tv>

### **Pressekontakte:**

Alain Beerens,  
Marcom Manager, **egta**  
**Association of television and  
radio sales houses**  
T : +32 2 290 31 38  
[alain.beerens@egta.com](mailto:alain.beerens@egta.com)

Anne Brochot  
Senior Project Manager,  
Eurovision TV, **EBU**  
**European Broadcasting Union**  
T +41(0) 22 717 28 88  
[brochot@ebu.ch](mailto:brochot@ebu.ch)

Grégoire Polad  
Director General, **ACT**  
**Association of Commercial  
Television in Europe**  
T +32 2 738 76 12  
[gp@acte.be](mailto:gp@acte.be)

**ABOUT THE GLOBAL TV GROUP:** The Global TV Group is an informal grouping of broadcasters' and sales houses' trade bodies in Europe, the USA, Canada, Australia and Latin America, whose joint objective is to promote television and remind advertisers, journalists, tech gurus, agencies and industry peers about the effectiveness and popularity of TV. <http://www.theglobaltvgroup.com/>

**ABOUT ACT:** The Association of Commercial Television in Europe (ACT) represents the interests of leading commercial broadcasters in 37 European countries. The ACT member companies finance, produce, promote and distribute content and services benefiting millions of Europeans across all platforms. ACT engages with the EU institutions to achieve a balanced and appropriate regulatory framework which will encourage further investment and growth in our sector. <https://acte.be/>

**ABOUT THE EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU):** The European Broadcasting Union (EBU) is the world's leading alliance of public service media, with 73 members in 56 countries from Europe and beyond. The EBU operates Eurovision and Euroradio and is devoted to making public service media indispensable. The EBU supports and strengthens public service media, provides first-class media services and offers members agile platforms for learning and sharing. [www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)

**ABOUT egta:** egta is the association representing television and radio sales houses, either independent from the channel or in-house, that markets the advertising space of both private and public television and radio stations throughout Europe and beyond. egta fulfils different functions for its members in fields of activities as diversified as regulatory issues, audience measurement, sales methods, interactivity, cross-media, technical standards, new media, etc. During its more than 40 years' existence, egta has become the reference centre for television and radio advertising in Europe. egta counts more than 140 members operating across 40 countries. <http://www.egta.com/>

**ABOUT UNRIC:** The Brussels-based United Nations Regional Information Centre for Europe – UNRIC – provides information on UN activities to 22 countries and is active on social media and websites in 13 languages. It acts as the European communication office of the United Nations and its aim is to engage and inform European citizens about global issues. It also liaises with institutions of the European Union in the field of information. Its outreach activities, joint public information campaigns and events are organized with partners including the EU, governments, the media, NGOs, the creative community, and local authorities.