

Media Relations

Tel direkt +41 44 305 50 87
e-mail mediarelations@sf.tv
Internet www.medienportal.sf.tv

1. Februar 1965: Beginn der Werbesendungen

Beginn der Werbesendungen im Fernsehen DRS mit vorerst zwölf Minuten in drei Blöcken an allen Wochentagen. Der Minutenpreis beträgt 6'000 Franken. Im ersten Werbespot um 19.25 Uhr werden an diesem Montag beworben: Ovomaltine, Via / Radion, Lindt-Schokolade, Opel Kadett, Maggi-Suppen, der Schweizerische Bankverein, Pepsi Cola und Coop-Kaffee (Eigenmarke). Am bisher sendefreien Dienstag wird das «Dienstagstudio» eingeführt, für das die neue Abteilung «Kultur und Wissenschaft» (Leitung Eduard Stäubli) verantwortlich ist. Sendebeginn ist neu um 19.00 Uhr (bisher 20.00 Uhr) und die «Tagesschau» sendet in Zukunft siebenmal wöchentlich täglich drei Nachrichtenbulletins.

Bereits im ersten Geschäftsjahr fliessen 9.7 Millionen Franken Werbegelder in die Kasse der SRG. Ein Jahr später sind es gar 25 Millionen. Damit können die Schulden an den Bund zurückbezahlt werden. Das erweiterte Programmangebot hat wiederum zur Folge, dass die Zahl der Konzessionäre massiv zunimmt. Alleine vom Januar bis Oktober 1966 steigt sie von 610'000 auf 730'000.

«Die Einführung einer Reklame im Fernsehen, die den Fernsehteilnehmer nicht stören und die mehrere Millionen eintragen wird, ist ein Erfolg.»

Marcel Bezençon, SRG-Generaldirektor