

Verband SCHWEIZER MEDIEN "Trendbefragung 2016"

Total eingeladen: 317

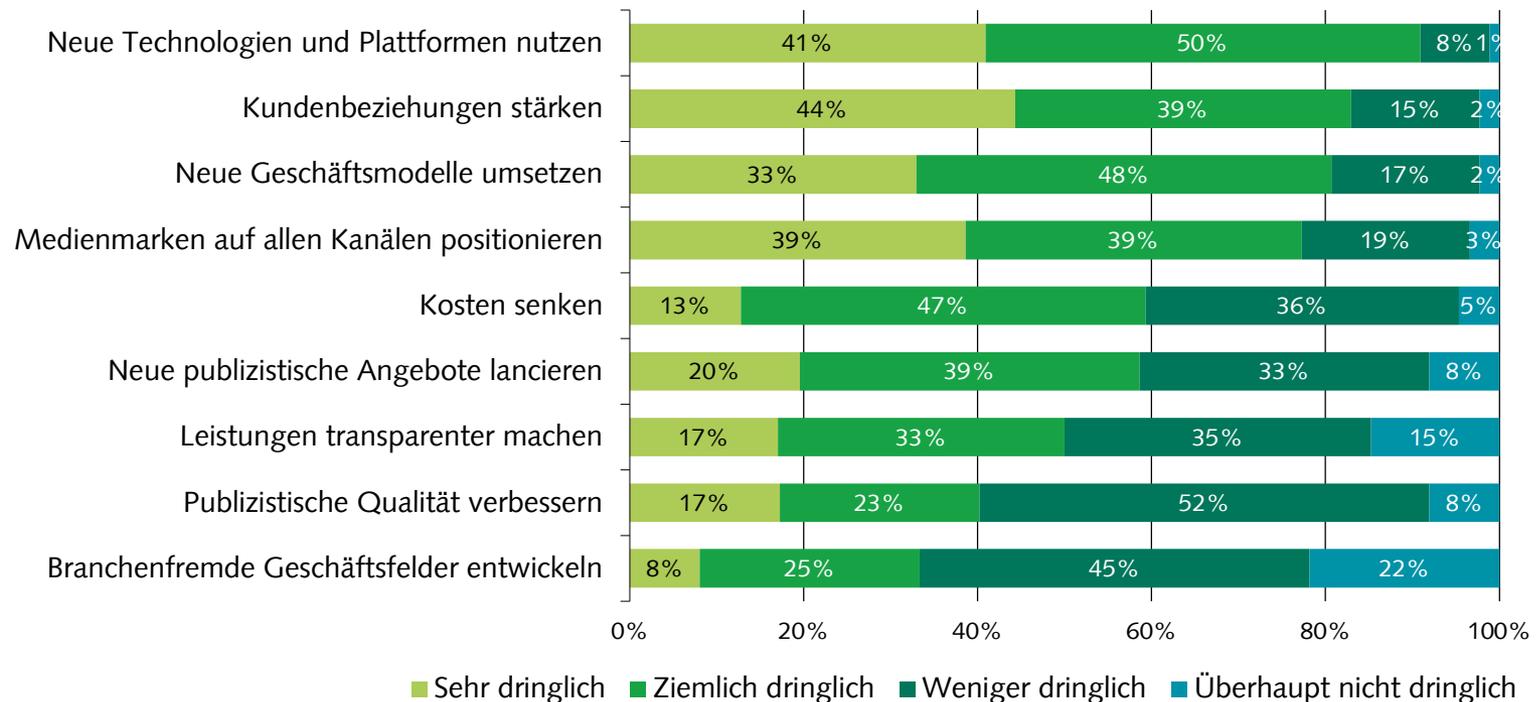
Vollständig ausgefüllte Fragebögen: n= 88

Rücklauf: 28%

Ø Dauer: 9:43 Min.

F1. Herausforderungen der Branche

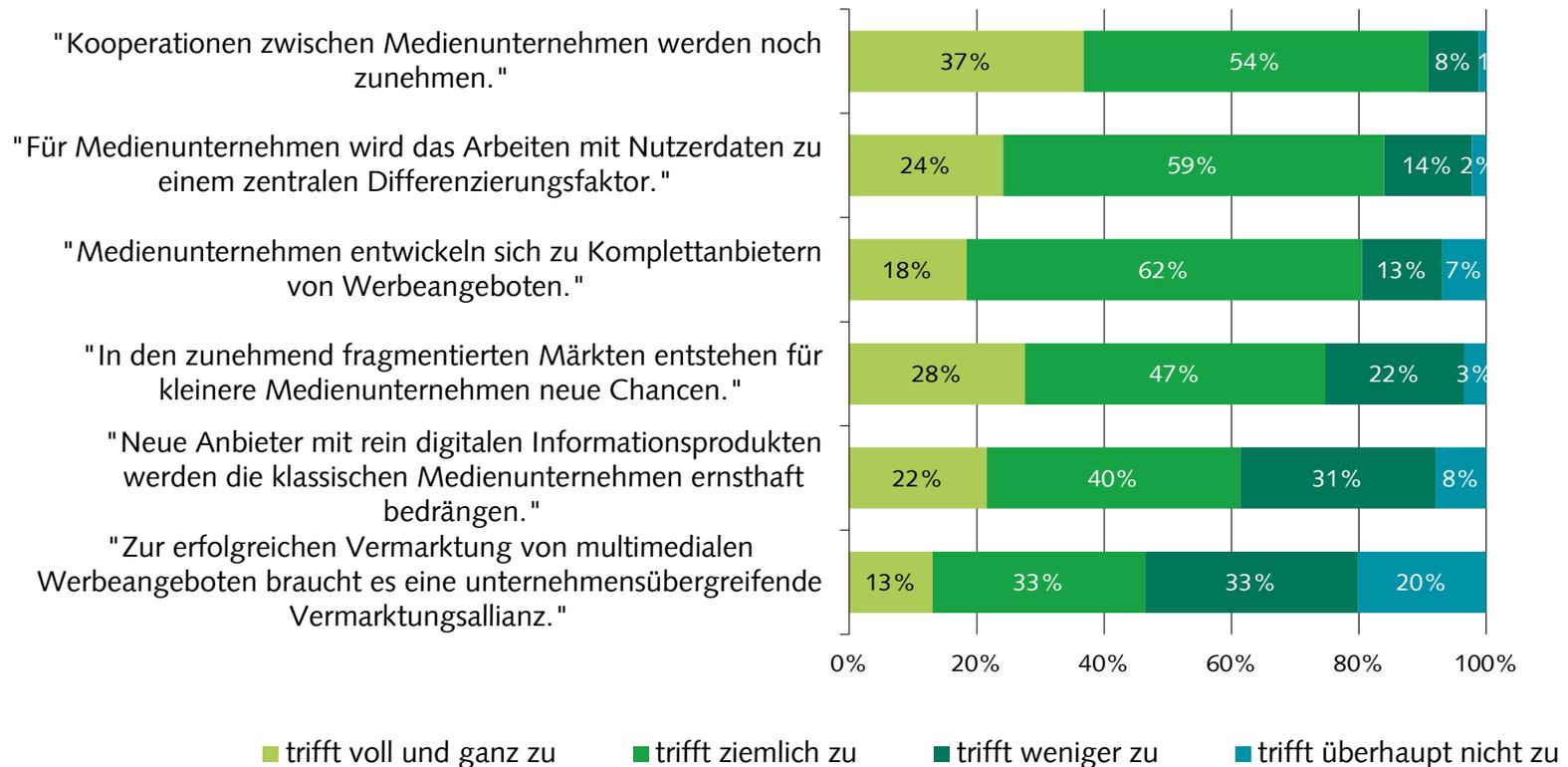
Die Medienbranche steht im kommenden Jahr vor grossen Herausforderungen. Im Folgenden sind einige aufgelistet. Für wie dringlich erachten Sie diese in Ihrem eigenen Unternehmen/Arbeitsbereich?



Publicom 2016

F2. Anbieter im Medienmarkt

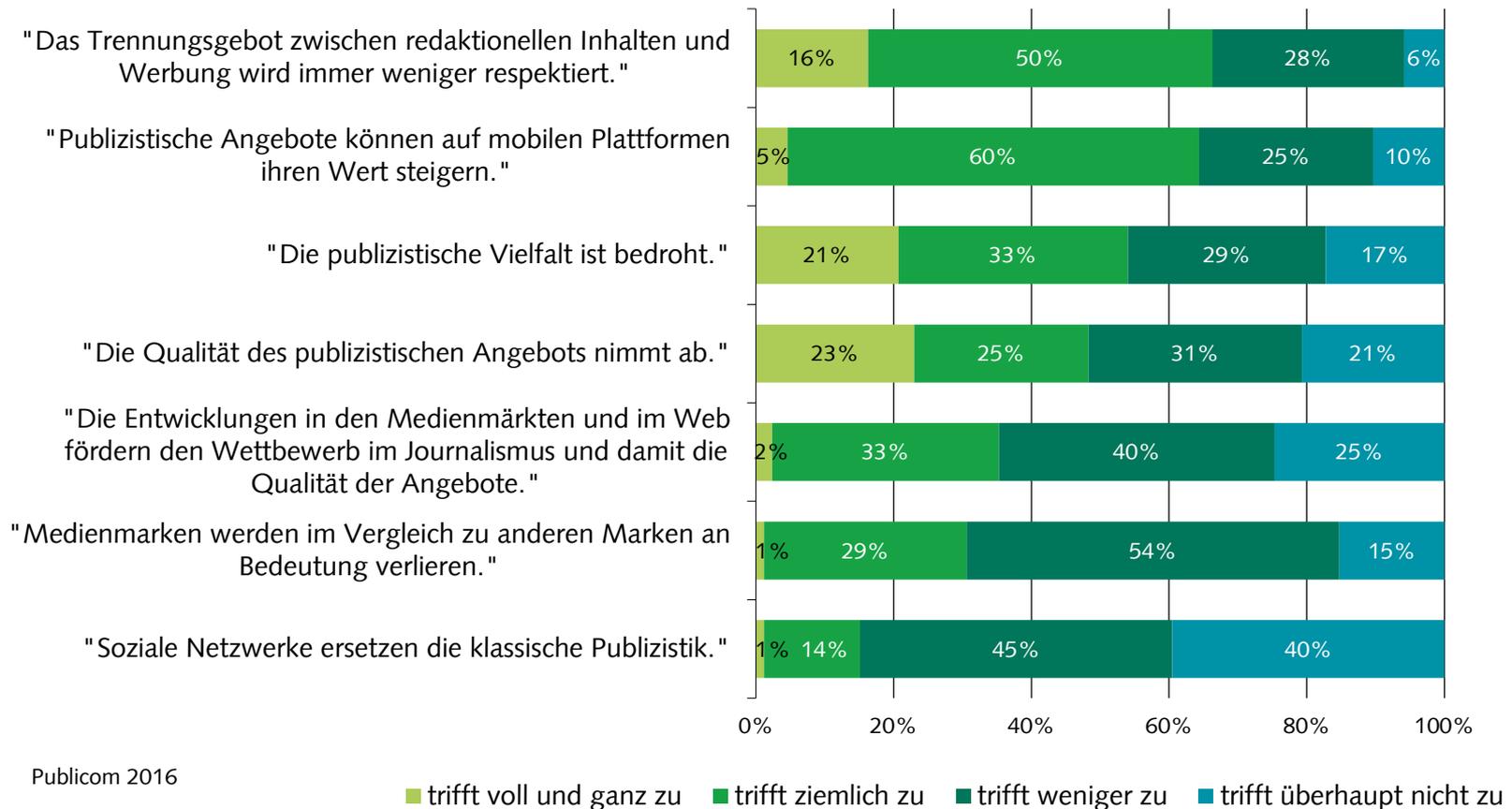
Zuerst einige Einschätzungen zur Zukunft der Anbieter im Medienmarkt. Bitte geben Sie für jede einzelne Aussage an, inwieweit diese Ihrer Ansicht nach zutrifft bzw. nicht zutrifft.



Publicom 2016

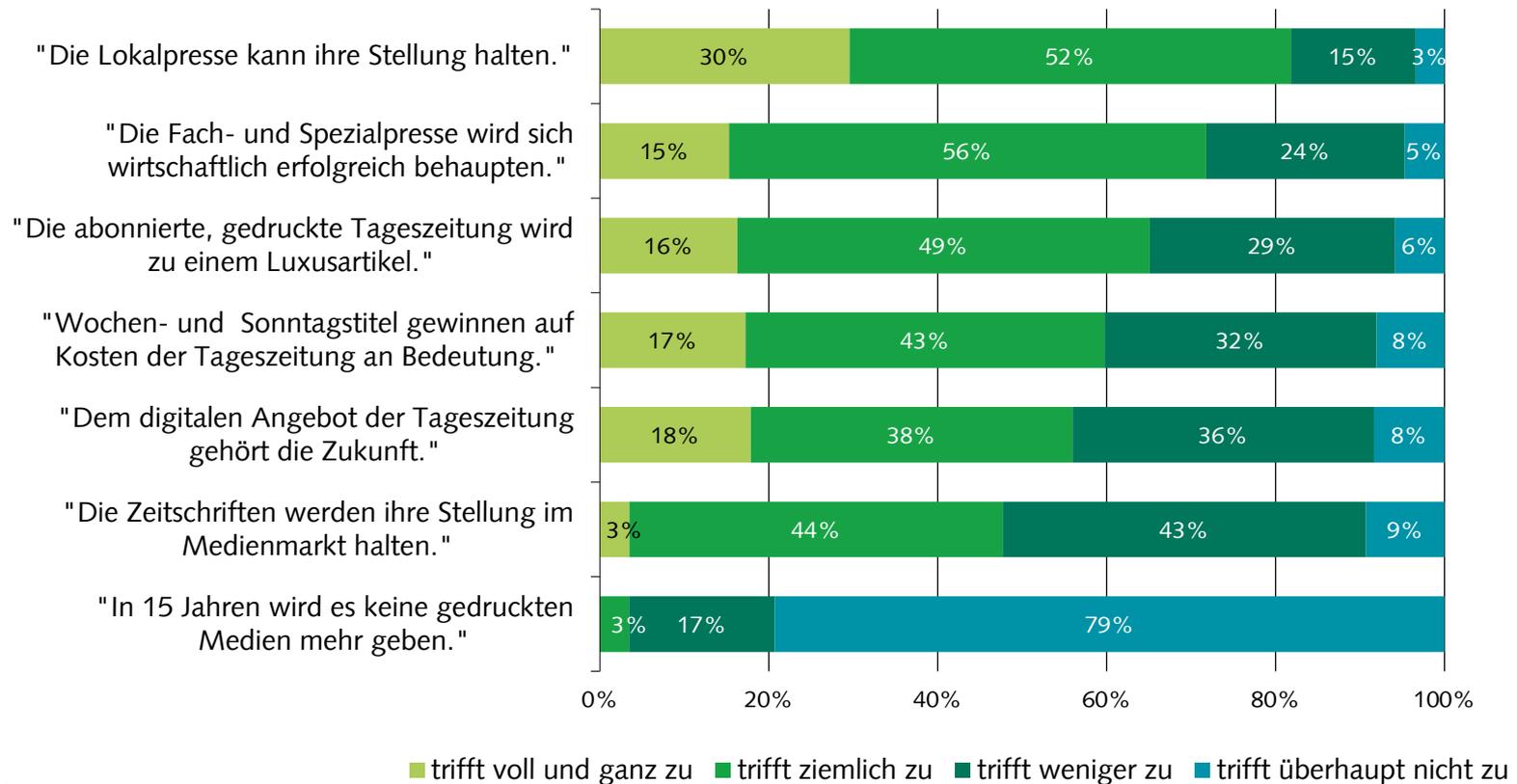
F4. Publizistisches Angebot

Dies einige Einschätzungen zur Entwicklung des publizistischen Angebots. Bitte geben Sie für jede einzelne Aussage an, inwieweit diese ihrer Ansicht nach zutrifft bzw. nicht zutrifft.



F6. Entwicklungen der Presse

Nun einige Einschätzungen zur Entwicklung der Presse. Bitte geben Sie für jede einzelne Aussage an, inwieweit diese Ihrer Ansicht nach zutrifft bzw. nicht zutrifft.

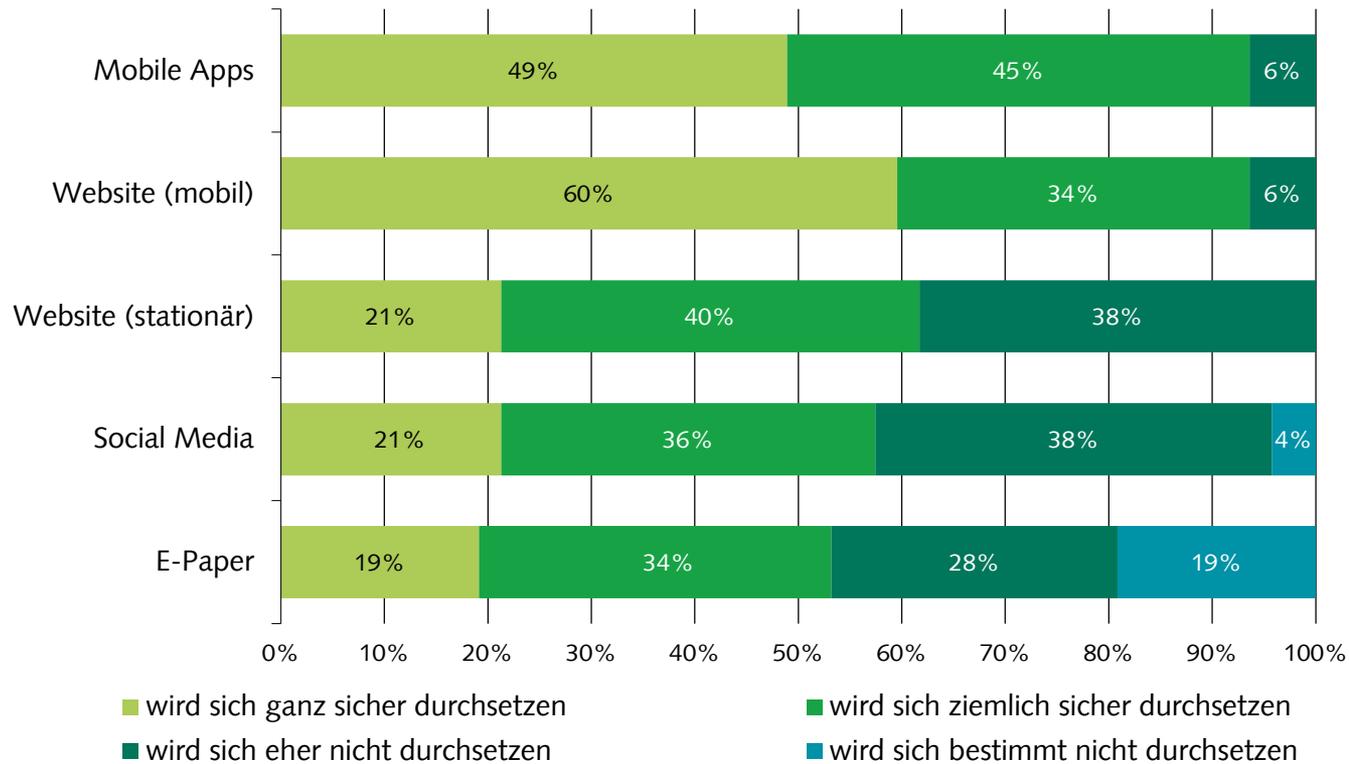


Publicom 2016



F7. Digitale Tageszeitungen – Vertriebsformen

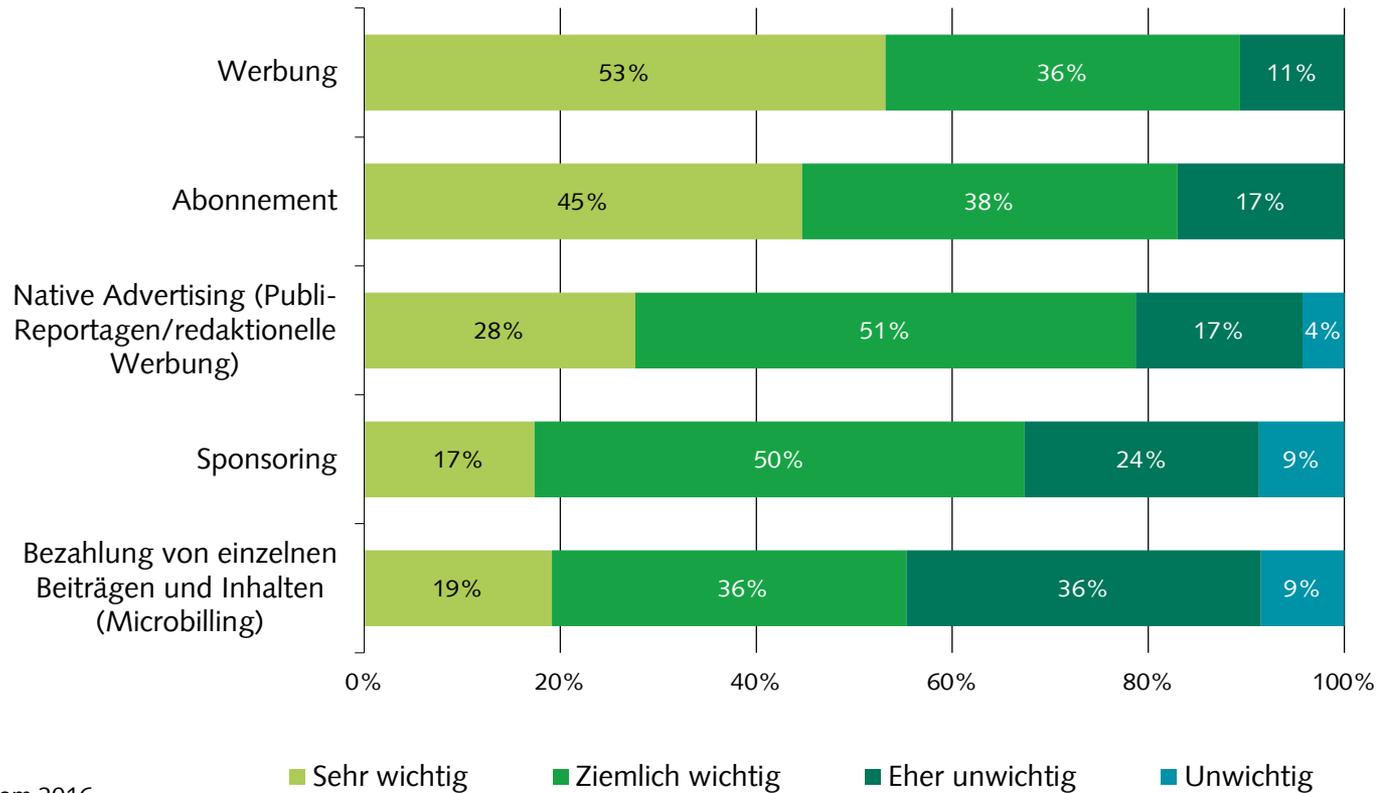
Welche digitalen Vertriebsformen der Tageszeitung und deren Inhalte werden sich ganz sicher oder bestimmt nicht durchsetzen?



Publicom 2016

F8. Digitale Tageszeitung – Finanzierungsformen

Und wie wichtig werden die folgenden Bezahl- und Finanzierungsformen der digitalen Tageszeitungen sein – gemessen an den Gesamteinnahmen?

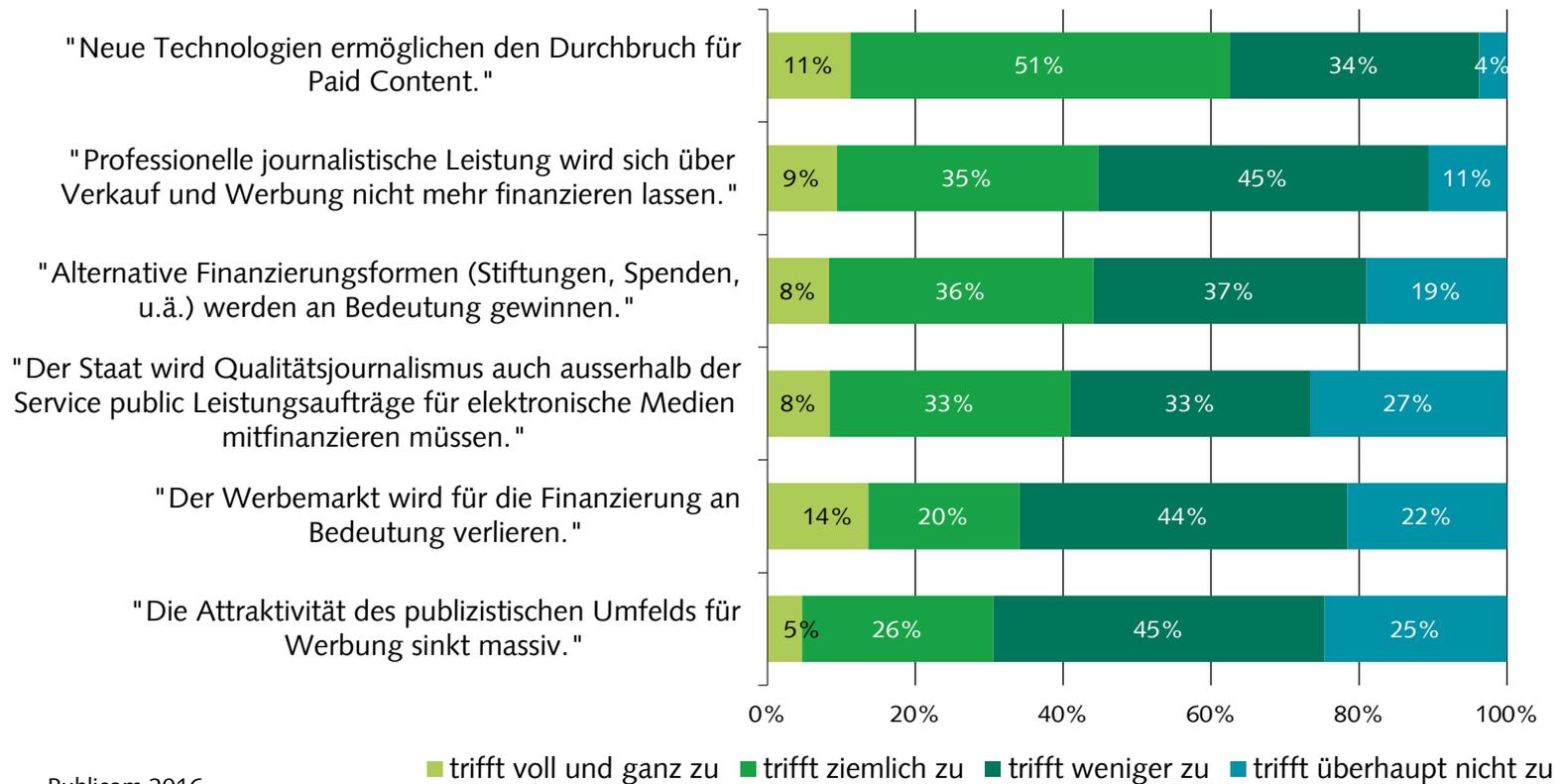


Publicom 2016



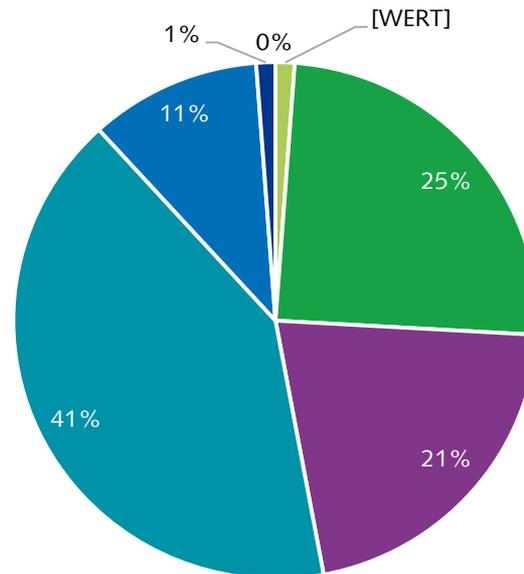
F10. Finanzierung von publizistischen Angeboten

Nun noch einige Einschätzungen zur künftigen Finanzierung von publizistischen Angeboten im Allgemeinen. Bitte geben Sie für jede einzelne Aussage an, inwieweit diese ihrer Ansicht nach zutrifft bzw. nicht zutrifft.



F13. Entwicklung Werbemarkt

Wie wird sich Ihrer Ansicht nach der gesamte Werbemarkt (inkl. Online, Aussen- und Direktwerbung) im kommenden Jahr entwickeln?



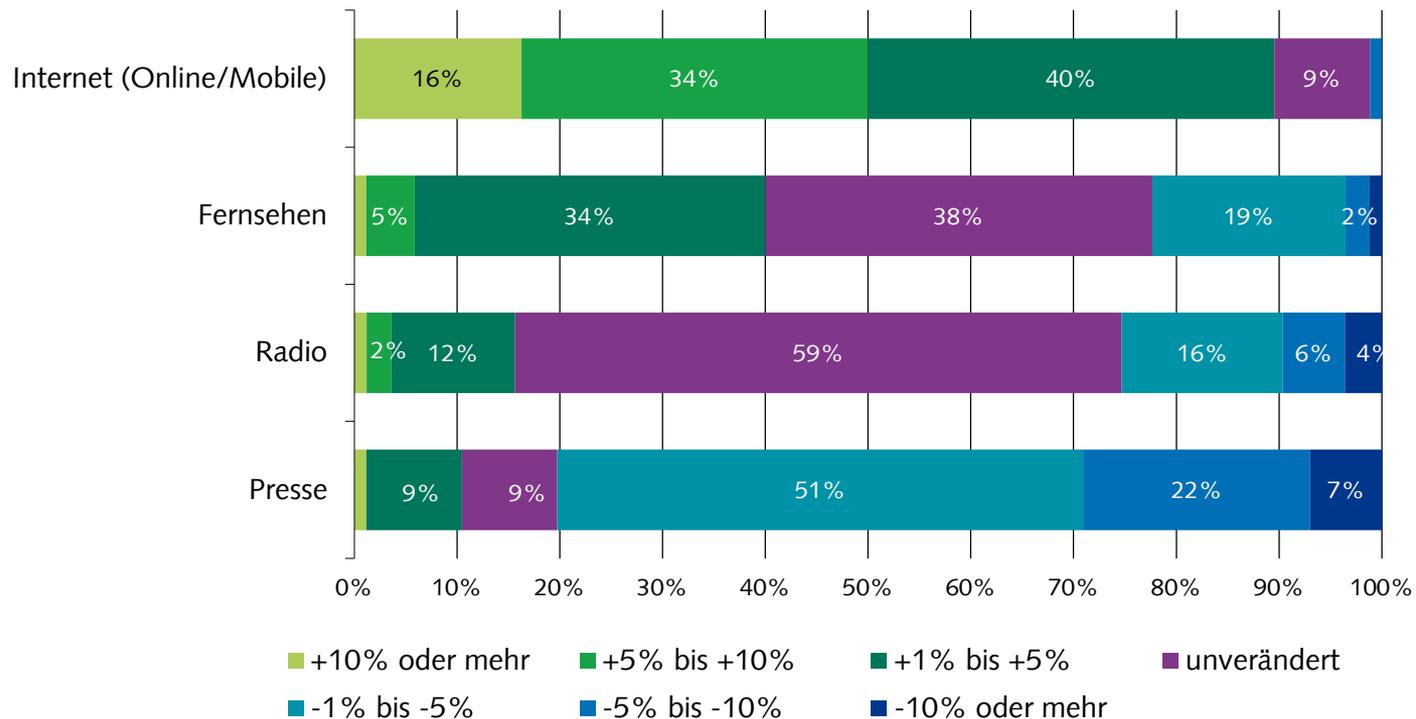
Entwicklung des Werbemarktes 2016 ...

- +10% und mehr
- +5 bis +10%
- +1 bis +5%
- unverändert
- -1% bis -5%
- -5% bis -10%
- -10% und mehr

Publicom 2016

F14. Entwicklung Werbemarkt – Einzelne Werbeträger

Und wie werden sich die folgenden Werbeträger entwickeln?

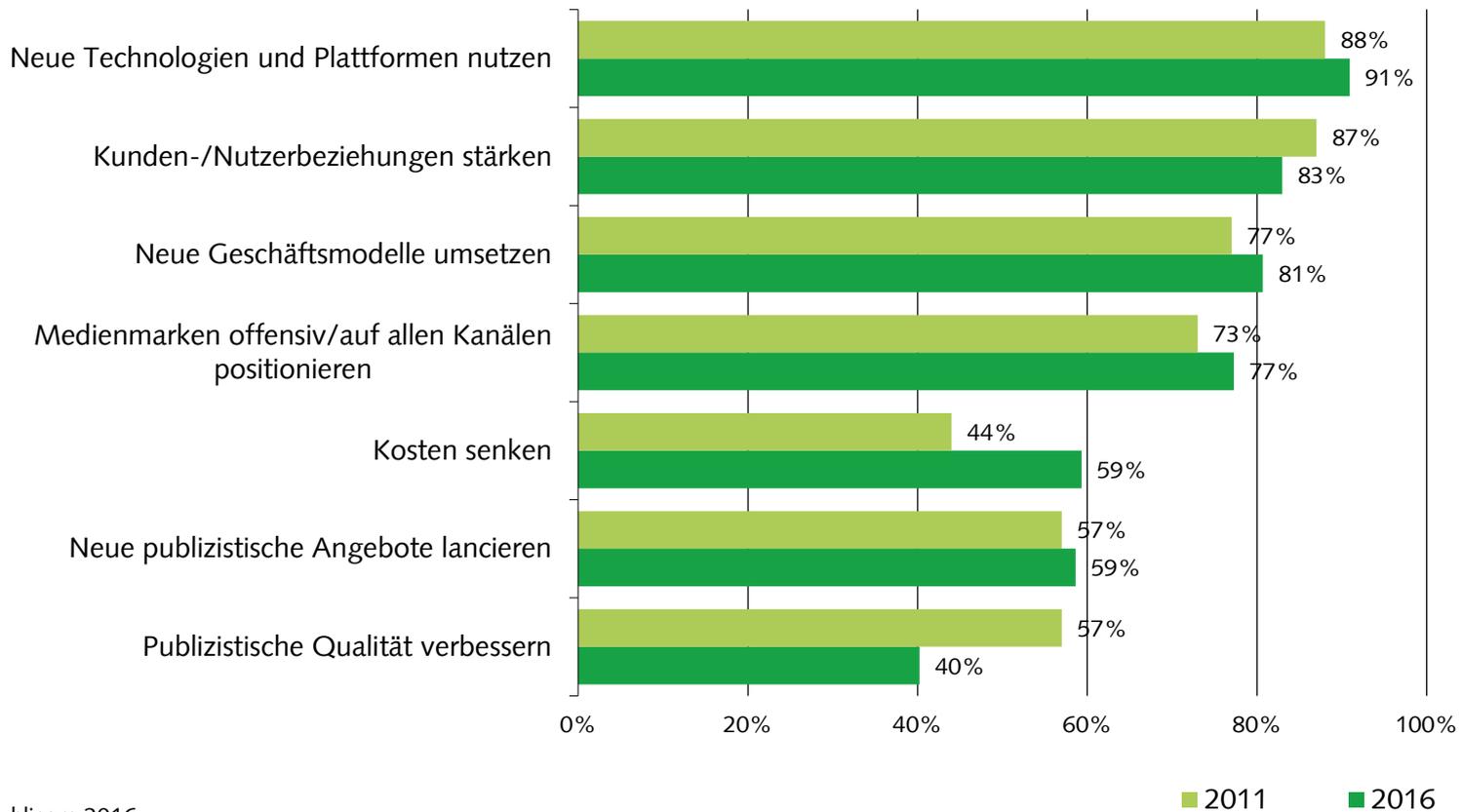


Publicom 2016



F1. Herausforderungen der Branche – Vergleich 2011/2016

Sehr/ziemlich dringlich:

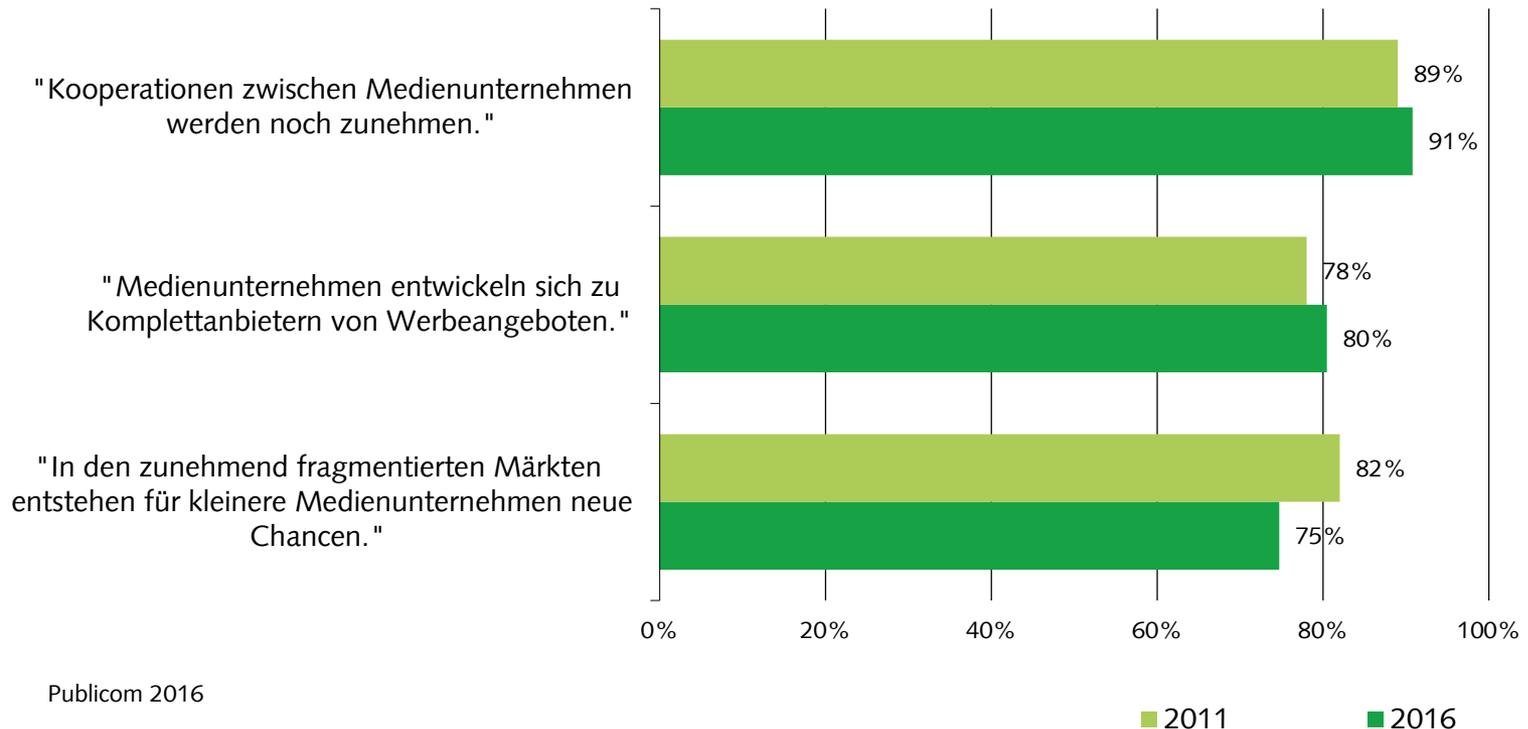


Publicom 2016



F2. Anbieter im Medienmarkt – Vergleich 2011/2016

Trifft (voll und ganz/ziemlich) zu:

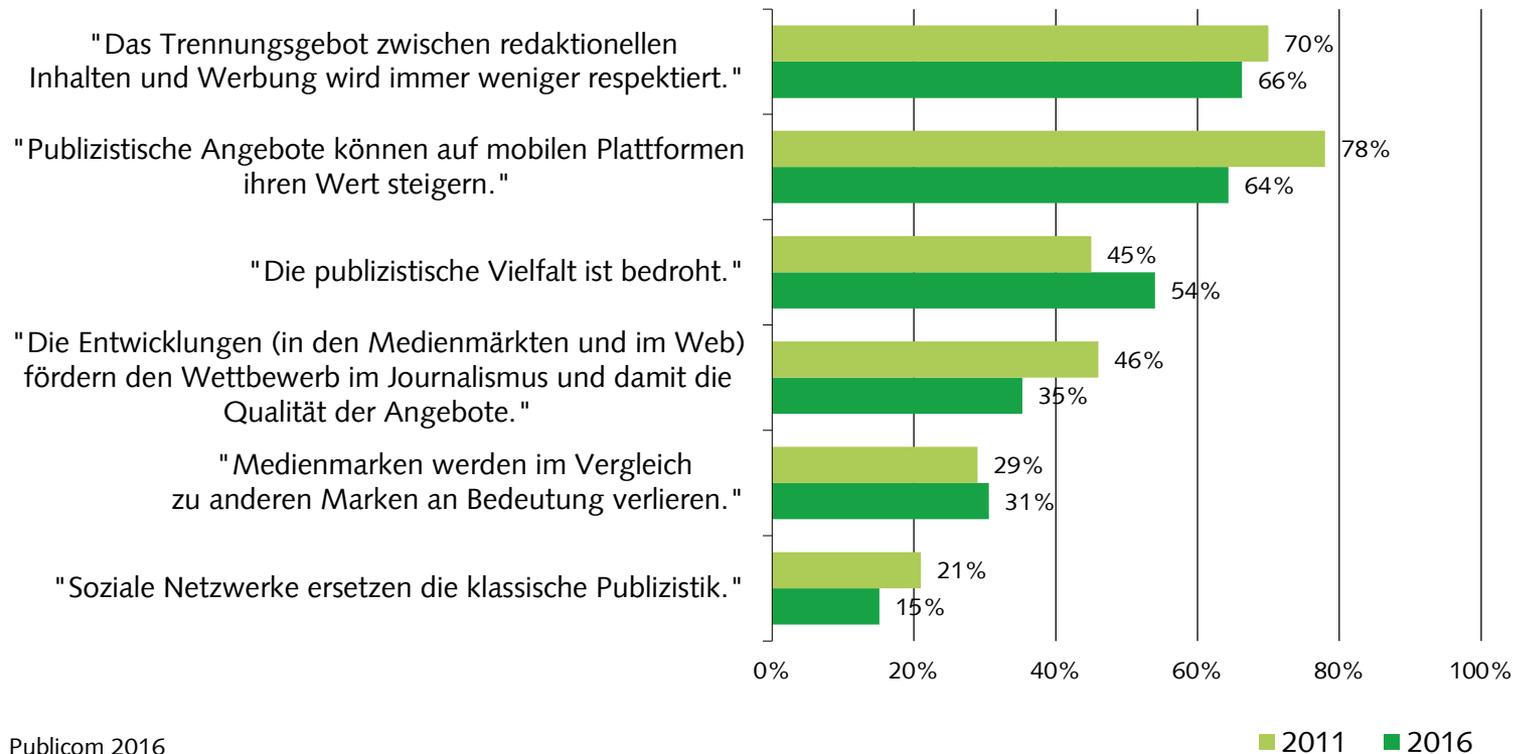


Publicom 2016



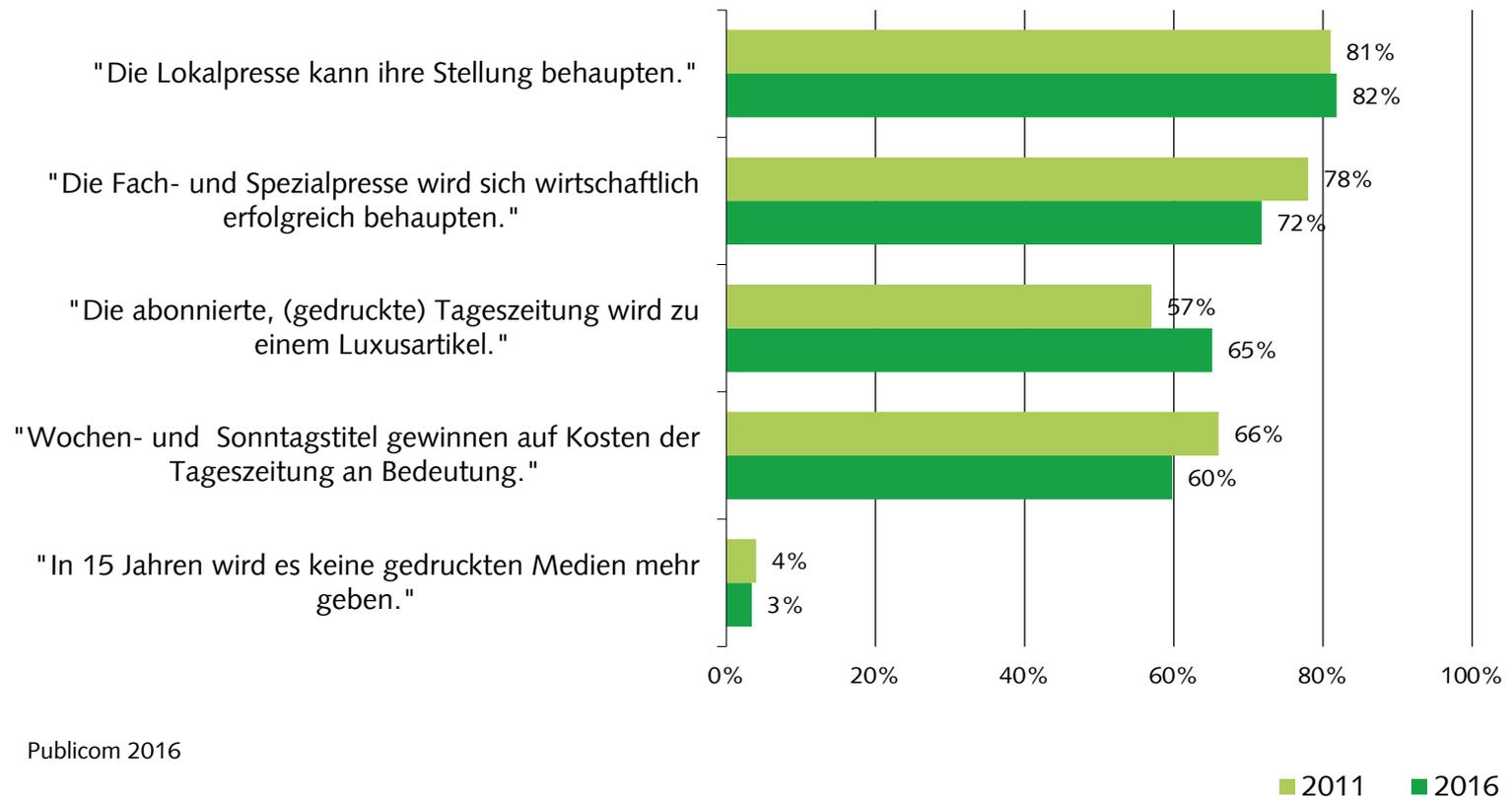
F4. Publizistisches Angebot – Vergleich 2011/2016

Trifft (voll und ganz/ziemlich) zu:



F6. Entwicklungen der Presse – Vergleich 2011/2016

Trifft (voll und ganz/ziemlich) zu:



F8. Finanzierung von publizistischen Angeboten – Vergleich 2011/2016

Trifft (voll und ganz/ziemlich) zu:

