

Medienmitteilung

Starke Medienmarken in neuen Märkten

Der Medienkonsum ist in der Schweiz weiterhin ein Wachstumsmarkt. Dies zeigen die Resultate der zum vierten Mal vom Verband Schweizer Presse durchgeführten Studie zu den Medienbudgets in der Schweiz. Die Ausgaben sind 2007 um 6,6 Prozent auf 11,3 Mia. Franken gestiegen. Privatpersonen investierten rund 10,9 Mia. Franken, das sind etwa 3276 Franken pro Haushalt. 2006 gab ein Haushalt nur durchschnittlich 3137 Franken aus. Am meisten profitiert haben von diesem Wachstum IT und Telecom sowie Consumer Electronics. Die Printmedien verzeichnen einen Umsatz im Nutzermarkt von rund 1,8 Mia. Franken.

Zürich, 2. Juli 2008. Insgesamt 11,3 Mia. Franken haben die Schweizerinnen und Schweizer 2007 für Medien ausgegeben, für Inhalte 6,2 Mia. Franken (+3,5%), für Geräte zur Mediennutzung 3,5 Mia. Franken (+13,5%) und für Zugang 1,6 Mia. Franken (+5,1%). Dies ergibt eine Studie des Verbandes Schweizer Presse, die bereits zum vierten Mal durchgeführt wurde. Das Ziel der Sekundärauswertung von Branchendaten ist, anhand der effektiv getätigten Ausgaben für Medien ein verlässliches Bild über die Medienausgaben der Schweizer Bevölkerung sowie von Unternehmen, Organisationen und Institutionen zu vermitteln. Der Fokus ist dabei auf publizistisch relevante Angebote gerichtet. Die Studie wird laufend den Entwicklungen der Medienbranche angepasst, indem sie die institutionellen Ausgaben und die Entwicklungen der Konvergenz einbezieht.

Mediennutzer investieren in bezahlte Inhalte

Die Presse ist weiterhin der grösste Inhaltsproduzent in der Schweiz. Die Ausgaben betragen mit 1,8 Mia. Franken rund einen Drittel des gesamten Content-Budgets von 6,2 Mia. Franken. Während die Ausgaben für Inhalte im Jahresvergleich um 3,5 Prozent anstiegen, sanken Ausgaben für Print um 3,1 Prozent. Trotz den stark wachsenden Angeboten von Gratisinhalten mit den Pendlerzeitungen und im Internet, investieren Mediennutzer also weiterhin in bezahlte Inhalte. Das Medienbudget wird künftig auch die Werbeausgaben berücksichtigen, damit die neuen Geschäftsmodelle abgebildet werden können. Die Presse erzielt heute 42 Prozent ihrer Einnahmen aus Verkaufserlösen über Abonnements und den Einzelverkauf. 58 Prozent der Erträge kommen aus der Werbung.

Mehr Geld ausgegeben wird vor allem für mobilen Content und für Downloads von Medienservices und – Inhalte. Diese sind um 24,1 Prozente auf 1,41 Mio. Franken angestiegen. Zugenommen haben auch die Ausgaben für Fernsehinhalte um 3,5 Prozent auf 823 Mio. Franken. Bei den Fernsehausgaben steigen die Investitionen in digitales Fernsehen massiv: Alle Anbieter melden Zuwachsraten im zweistelligen Bereich. Der Buchmarkt erzielt mit 812 Mio. Franken wiederum einen grossen Anteil beim Umsatz im Inhaltmarkt. Einbussen musste vor allem das Kino verzeichnen: Hier gingen die Ausgaben um 15,5 Prozent auf 208 Mio. Franken zurück.

Die Studie ist abrufbar unter www.schweizerpresse.ch

Für weitere Auskünfte: Ruedin Consulting Werbeagentur GmbH, Thérèse Ruedin, Telefon 079 223 82 33