



MEDIENMITTEILUNG SPERRFRIST: DONNERSTAG, 28.06.12, 12.00 UHR

14,3 Mia. Franken wurden 2011 in Medien investiert

Der Medienmarkt konnte 2011 wachsen: Die Einnahmen aus dem Nutzer- und dem Werbemarkt betragen insgesamt 14,3 Mia. Franken, 0,3 Prozent mehr als 2010. Privatpersonen investieren rund 11,1 Mia. Franken, davon 5,2 Mia. Franken für Inhalte. Die Einnahmen im Werbemarkt sind um 3,2 Prozent auf 3,1 Mia. Franken gestiegen. 75 % der Medienverantwortlichen setzen auf bezahlte Inhalte auf digitalen Plattformen. Diese Daten publiziert der Verband SCHWEIZER MEDIEN in seinen Studien Medienbudget und Medientrends.

Zürich, 28. Juni 2012. Der Verband SCHWEIZER MEDIEN präsentierte zum achten Mal seine Studie Medienbudget. Darin werden zum einen die Ausgaben der Nutzer für Content, Access und Hardware für den Medienkonsum erhoben und zum anderen die Ergebnisse der Werbestatistik Schweiz addiert. Die Studie präsentiert damit die Gesamteinnahmen der schweizerischen Medienindustrie in all ihren Formen.

Ein Privathaushalt gab 2011 durchschnittlich 3150 Franken für den Medienkonsum aus. Diese Daten berücksichtigen erstmals die Ausgaben für Smartphones und Tablets. Die Studie dokumentiert die stabile Stellung der klassischen Medien sowie die Veränderungen im elektronischen Bereich, die durch Digitalisierung und mobilen Konsum ausgelöst werden. Für die gedruckte Presse gab die Schweizer Bevölkerung praktisch gleich viel aus wie im letzten Jahr: 1,7 Mia. Franken. Die Erlöse aus Presseabonnements stagnieren bei 1,2 Mia. Franken, der Einzelverkauf ging hingegen um 8 Prozent auf 527 Mio. Franken zurück. Die Ausgaben für medienrelevante Downloads stiegen um 11,2 Prozent auf 546 Mio. Franken. Insgesamt gaben die Schweizerinnen und Schweizer 2011 wiederum 5,2 Mia. Franken für redaktionelle Inhalte aus. Daraus lässt sich schliessen: Die Schweizerinnen und Schweizer bleiben ihren Print-Marken treu, auch in der digitalen Medienwelt. Die Bedeutung der Abonnements ist weiterhin hoch, während zunehmend Medieninhalte auf mobilen Geräten genutzt werden.

Die Medienverantwortlichen, die sich in einer Umfrage des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN zu den Medientrends geäußert haben, sind von den Finanzkrisen und dem Strukturwandel der Kommunikationswelt herausgefordert. Viele äussern das Dilemma, die Kosten unter Kontrolle zu halten und gleichzeitig in innovative Angebote zu investieren. Die Haltung, dass für Eigenleistungen auf digitalen Plattformen die Leserinnen und Leser künftig zur Kasse gebeten werden, setzt sich in breiten Kreisen durch. Die Einführung von Bezahlssystemen ist eine anspruchsvolle Marketing- und IT-Aufgabe. Parallel wird der kommerzielle digitale Markt weiterentwickelt mit Werbe-, Service- und Absatzplattformen. Der in der Studie Medienbudget definierte Trend zu mobilen Kommunikationsplattformen verändert das Informationsverhalten. Die Entwicklung von tragfähigen und nachhaltigen Geschäftsmodellen ist die Herausforderung für sämtliche Akteure im Medienmarkt.

Weitere Informationen www.schweizermedien.ch und Telefon 044 318 64 64