



MEDIENMITTEILUNG

Medienbudget 2015: Leicht rückläufiges Gesamtvolumen

Zürich, 27. Juni 2016 – Die Schweizer Bevölkerung gab 2015 10,3 Milliarden Franken für Medien aus. Dazu gehören Zeitungen und Zeitschriften sowie deren digitale Angebote, Ausgaben für Bücher, Kino, Radio, Fernsehen, Unterhaltungselektronik und IT&Telecom. Gegenüber dem Vorjahr sank das Medienbudget um 2 Prozent. Die Medienausgaben des Publikums werden umso wichtiger, da die Werbeinvestitionen der Unternehmen leicht abnehmen.

Im Jahr 2015 betragen die Gesamteinnahmen aus den Märkten Presse, Bücher, Kino, Radio, TV, Consumer Electronics und IT&Telecom in der Schweiz rund 13,2 Milliarden Franken oder 2,2 Prozent weniger als im Vorjahr. Wiederum tragen die Nutzerinnen und Nutzer gut drei Viertel aller Einnahmen bei, die Werbung knapp ein Viertel. Das Medienbudget aller Privatpersonen und des Gewerbes betrug 2015 rund 10,3 Milliarden Franken, pro Haushalt waren es rund 2'773 Franken. Nach der umsatzmässigen Boom-Phase seit der Einführung von Smartphones und Tablets fehlen im Medienmarkt die Innovationen, die grosse Wachstumsschübe auslösen könnten. Etablierte Medien behalten ihre Bedeutung, gleichzeitig steigt die Anzahl der Medienangebote und der mobile Konsum, Einkäufe verlagern sich weiter ins Internet.

Die Ausgaben für redaktionelle Inhalte sind nach wie vor am bedeutendsten. Dieser Bereich wird allerdings von den leicht rückläufigen Presseausgaben dominiert, doch die Ausgaben für Radio- und TV-Empfangsgebühren nähern sich an. Qualitätsjournalismus zahlt sich aus: Erstmals überstiegen die Einnahmen der Printmedien von Leserinnen und Lesern die Werbeerträge der Unternehmen. Im Durchschnitt nutzt jeder Schweizer Haushalt 1,6 Print-Abonnemente und findet Werbung dort auch am glaubwürdigsten. Die Ausgaben für Presseerzeugnisse an Kiosken waren wiederum rückläufig. Die intensive mobile Nutzung medialer Inhalte spiegelt sich in den stark wachsenden Ausgaben für Downloads, Streaming und Apps von digitalen Print-Abonnementen, TV-Angeboten, Büchern, Musik, Videofilmen, Games sowie Cloud-Diensten. Rund ein Viertel des Medienbudgets wurde für Access ausgegeben – also Zugangswege zu Medien, vor allem für monatliche Abonnementsgebühren digitaler Bündelangebote. Die Gerätepreise für den Medienkonsum sanken.

Der Schweizer Medienmarkt ist geprägt von einer intensiven Mediennutzung, der Parallelkonsum von Medien bestimmt den Tagesablauf. Vernetzung, Individualisierung und zunehmender Funktionsumfang hochwertiger Geräte bringen der Branche immer kürzere Innovationszyklen. Die Schweiz besitzt eine im internationalen Ver-

gleich hohe Medienausstattung, besonders bei mobilen Geräten, sowie eine hohe Verfügbarkeit von leistungsfähigen Breitband- und mobilen Netzen.

Link

Studie Medienbudget 2015:
www.medienbudget.ch

Weitere Auskünfte

Andreas Häuptli, Geschäftsführer VSM, 044 318 64 64
Thérèse Ruedin, Autorin der Studie, 044 915 03 20

Wieviel gibt die Schweiz für Medien aus?

Diese Frage beantwortet die Erhebung Medienbudget.ch seit 2002 jährlich. Die Branchenstatistik dokumentiert die Ausgaben der Bevölkerung und Firmen für Medien in der Schweiz. Zudem wurde die Werbestatistik integriert. Die vorliegenden Daten sind eine Fortschreibung der früheren Ergebnisse. Aktuelle Entwicklungen werden laufend aufgenommen. Initiant dieser Erhebung ist der Verband SCHWEIZER MEDIEN.

Verband SCHWEIZER MEDIEN

Der Verband SCHWEIZER MEDIEN ist die Branchenorganisation der privaten schweizerischen Medienunternehmen mit Schwerpunkt Print und Online. Er vereinigt über 100 Unternehmen und branchennahe assoziierte Mitglieder, die zusammen rund 300 Zeitungen und Zeitschriften herausgeben sowie verschiedene Newsplattformen und elektronische Medien anbieten. Zusammen mit den beiden sprachregionalen Organisationen, MÉDIAS SUISSES und STAMPA SVIZZERA, setzt sich der Verband SCHWEIZER MEDIEN für die Wahrung der Interessen der privaten Medienunternehmen in der Schweiz ein. Gegründet wurde der Verband 1899. Sein Sitz ist in Zürich.