

Factsheet

Thema: Medienlandschaft Schweiz

Kommerzialisierung und Digitalisierung

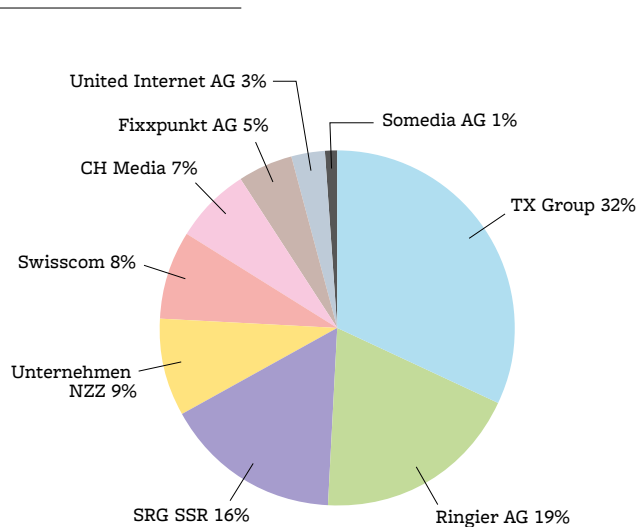
Seit den 1960er Jahren lässt sich in der Schweiz und in anderen mittel- und westeuropäischen Ländern eine immer stärker werdende Abkopplung der Pressemedien von ihren bisherigen Trägern beobachten. Presstitel mit Bindungen an Parteien, Gewerkschaften, Konfessionen usw. verlieren an Bedeutung, während Titel von rein ökonomisch orientierten Medienunternehmen, die häufig auch börsennotiert sind, die Medienlandschaft dominieren. Diesen Prozess bezeichnet man als Kommerzialisierung der Medien. In der Schweiz begann dieser Prozess vergleichsweise spät, hat sich dann aber sehr rasch durchgesetzt (Jens Lucht / Linards Udris: Kommerzialisierung und Konzentration der Medien im internationalen Vergleich. Vertiefungsstudie Jahrbuch Qualität der Medien Schweiz 2013, S.15).

Diese Entwicklung erfasste in den 1980er Jahren auch die Rundfunkmedien. Es kam in diesem Jahrzehnt zur Dualisierung des Rundfunks: Neben dem bisher allein existierenden öffentlich-rechtlichen Rundfunk traten nun rein kommerzielle private Medienunternehmen, die erfolgreich auf dem Rundfunkmarkt agierten.

Die genannten Entwicklungen hatten im weiteren Verlauf einen massiven ökonomischen Verdrängungsprozess von privaten Medienunternehmen zur Folge, der in den letzten Jahrzehnten an Geschwindigkeit zugenommen hat. So wird z. B. der Pressebereich der Schweiz heute von nur noch drei Unternehmen dominiert. In der französischsprachigen Schweiz ist die Medienkonzentration besonders ausgeprägt.

Seit Ende der 1990er Jahre veränderte sich der Medienmarkt erneut deutlich. Es kamen digitale Onlineangebote auf, die neue Möglichkeiten der Medien-

Marktanteile Online D-CH



Marktanteile Presse D-CH

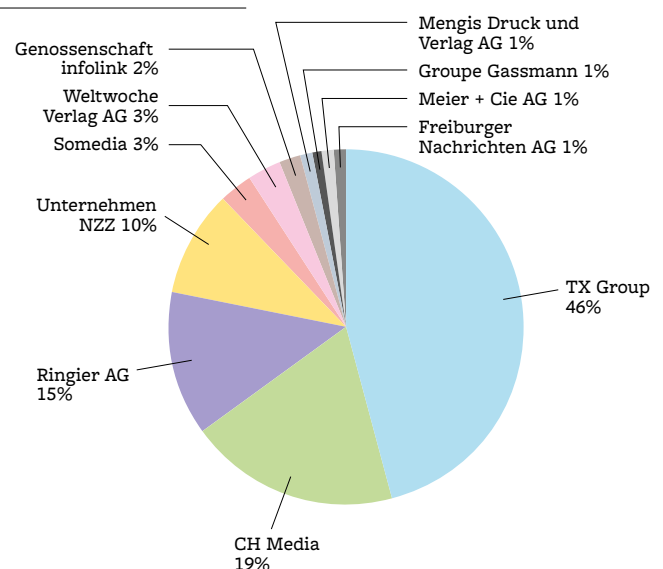


Abb. 1: Darstellung: Medienkonzentration Deutschschweiz

Die Darstellung zeigt, wie dominant die grössten Unternehmen im Jahr 2020 sind (Quelle: WEMF, NET-Metrix). Berücksichtigt wurden alle Presse- und Onlinetitel, die in beiden Nutzungsstudien (WEMF, NET-Metrix) erfasst wurden. Lesebeispiel: In der Deutschschweiz kontrollieren die grössten drei Medienhäuser (CH Media und NZZ zusammengenommen, da CH Media ein Joint Venture der NZZ Gruppe und AZ Medien ist) im Jahr 2020 90% des gesamten Pressemarktes.

Quelle: Jahrbuch Qualität der Medien 2021, S. 134-135

nutzung boten, aber auch Chancen eröffneten, als Nutzer:in auf Medieninhalte zu reagieren (Interaktivität) bzw. selbst (Meinungs-) Äusserungen zu veröffentlichen. Dadurch drangen neue Anbieter auf den Markt, das Medienangebot wurde international („world wide web“). Diese Entwicklung wird in der Medienwissenschaft mit dem Begriff „Digitalisierung“ beschrieben.

Angebot und Nutzung heute

Bezüglich der Mediennutzung fand ein Wandel weg von den Presse- und Rundfunkmedien hin zu den digitalen Angeboten statt. So wurde in der Schweiz 1975 noch ca. 50 Minuten pro Tag für das Lesen von Printmedientiteln verwendet, 2018 nur noch 30 Minuten pro Tag (Zahlen ganze Schweiz). Auch die Radionutzung ist leicht, aber stetig sinkend, während die Fernsehnutzung etwas stabiler bleibt, in den letzten Jahren aber auch tendenziell sinkt. Allerdings sind beide – Radio und Fernsehen – eher Medien für die älteren Bevölkerungsgruppen (ab 45 Jahren). Die jüngeren Altersgruppen nutzen diese Medien deutlich weniger und bei diesen Gruppen sinkt die Nutzung auch deutlich rascher.

Dagegen stieg die Internetnutzung deutlich an: Nutzten im Jahr 2000 nur 20% der Bevölkerung digitale Angebote über das Internet mehrmals in der Woche, waren dies 2020 88,7%. Die Gruppe 14-19 jährigen ist hier mit über 98,9% Nutzung an der Spitze. Weiter angetrieben wird dieser Trend durch den steigenden Konsum von Medieninhalten über mobile Geräte wie Smartphones und Tablets und über die wachsende Bedeutung von Social Media.

Diese Nutzungsverschiebung hatte Auswirkungen auf das Angebot im Medienbereich. So erschienen z.B. 2009 noch 310 Printmedientitel, während es 2020 nur noch 246 waren.¹ Im Rundfunkbereich stieg das Gesamtangebot der SRG bis Ende der 2000er Jahre an, ging in den letzten Jahren (vor allem im Radiobereich) aber tendenziell zurück.

Links:

Bundesamt Für Statistik:

Allgemeine Mediennutzung: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/medien/medienangebot-nutzung.html/>

Nutzung Internet: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/kultur-medien-informationsgesellschaft-sport/informationsgesellschaft/gesamtindikatoren/haushalte-bevoelkerung/internetnutzung.html/>

Verband Schweizer Medien (VSM):

Printmedientitel: https://www.schweizermedien.ch/SCHM/media/SCHMMediaLibrary/Statistiken/Entwicklung-der-Zeitungstitel-und-Zeitungsauflagen-2009-2021_GANZE-SCHWEIZ_amu.pdf

Medienlandschaft Schweiz allgemein: <https://www.schweizermedien.ch/zahlen-fakten/branchendaten>

Jahrbuch Qualität der Medien 2021: https://www.foeg.uzh.ch/dam/jcr:80fd64b0-c078-4ba7-8bba-e2c79bf1a654/2021_Gesamtausgabe.pdf

Mediapulse:

Jahresberichte Fernseh- und Radiokonsum in den drei Sprachregionen: <https://www.mediapulse.ch/ueber-uns/jahresberichte-und-semesterzahlen/>

¹ WEMF-beglaubigte Titel, s.: <https://www.schweizermedien.ch/zahlen-fakten/branchendaten>