



Faktenblatt 1 zum Massnahmenpaket zugunsten der Medien – November 2021

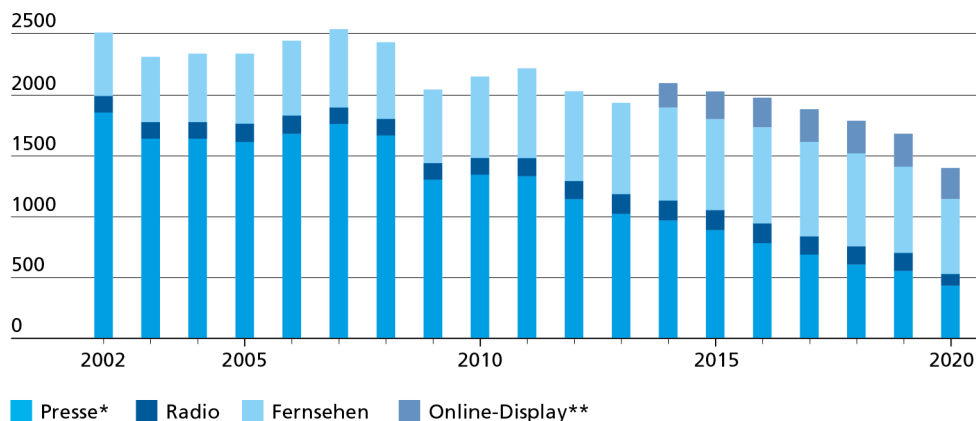
Ausgangslage

Die Bevölkerung informiert sich via Medien über das Geschehen in ihrer Region und in der Schweiz. Damit sie weiss, was geschieht, braucht es Zeitungen, Lokalradios, Regionalfernsehen und Online-Medien. Sie tragen mit ihren Berichten zur politischen Meinungsbildung und zum gesellschaftlichen Zusammenhalt bei.

Sinkende Werbeeinnahmen

Trotz ihrer Bedeutung sind die lokalen und regionalen Medien aber finanziell unter Druck geraten: Werbegelder fließen vermehrt zu grossen internationalen Internetplattformen. Viele Zeitungen sind verschwunden. Auch die privaten Radio- und Fernsehstationen haben weniger Werbeeinnahmen. Das schwächt die Berichterstattung aus den Regionen und damit das gesellschaftliche Zusammenleben.

Werbeeinnahmen der Schweizer Medien
Beträge in Millionen Franken



* Tages-, regionale Wochen- und Sonntagspresse, exkl. Publikums-, Finanz-, Wirtschafts-, Spezial- und Fachpresse
** Die Stiftung Werbestatistik erhebt erst seit 2014 eigene Zahlen zu den Online-Nettowerbeumsätzen.

Quelle: Darstellung auf Basis der Daten der Stiftung Werbestatistik Schweiz 2003-2021

Titelschwund und rückläufige Auflagen im Printbereich

Die Bevölkerung informiert sich vermehrt online. Im Internet ist die Zahlungsbereitschaft für Medieninhalte allerdings noch immer tiefer als in der analogen Welt. Für die Verlagshäuser ist es deshalb schwierig, die Verluste aus dem Zeitungsgeschäft mit Abonnementserlösen aus dem Online-Medienbereich zu kompensieren. Die Werbeeinnahmen im Internet wiederum kommen grösstenteils nicht den einheimischen Online-Angeboten zugute, sondern fließen zu den grossen internationalen Internetplattformen.

Faktenblatt 1 zum Massnahmenpaket zugunsten der Medien

Die schwierige wirtschaftliche Lage für die einheimischen Medien hat dazu geführt, dass zahlreiche Zeitungstitel eingestellt werden mussten. Seit 2003 sind rund 70 Zeitungen verschwunden.

Diese Entwicklung schwächt die Berichterstattung über das Geschehen vor Ort. Darum wollen Bundesrat und Parlament die lokalen und regionalen Medien stärken.

Entwicklung der verbreiteten Auflage von Kaufzeitungen 2003-2020 nach Sprache
In Millionen Exemplaren

