

In Kürze: «Wie finanzieren sich Medien?»

Die Medienlandschaft in der Schweiz

In der Schweiz gibt es ein breites Angebot an Medien: Zeitungen und Zeitschriften (gedruckt und online), Radio- und Fernseh-Sender, Online-Plattformen für verschiedene Zwecke (z. B. Einkaufen, Dating, Immobilien), soziale Medien usw.

Die meisten Medien in der Schweiz sind in privater Hand. Sie gehören einem Unternehmen, manche sogar einer Familie oder Privatperson. Einige Medienunternehmen in der Schweiz sind sehr gross (z. B. die TX Group oder Ringier). Daneben gibt es eine Vielzahl kleiner Lokalzeitungen und regionaler TV-Sender und Radios.

Manche der Medienunternehmen (z. B. SRG SSR) haben einen Auftrag im Rahmen des Service public: Sie versorgen die Bevölkerung im Auftrag des Bundes mit Informationen.

Einnahmen und Ausgaben von Medienhäusern

Medienhäuser haben Ausgaben (Kosten) für die Herstellung ihrer Produkte (gedruckte Publikationen, Sendungen, Internetauftritte). Sie müssen z. B. Löhne zahlen, Gebäude mieten und instandhalten, ein Computernetzwerk betreiben, Material kaufen usw.

Diese Kosten decken die meisten Medienhäuser mit einer Mischung aus Einnahmen von Abonnenten und Werbung. Medien mit Service public-Auftrag werden teilweise auch durch Gebühren finanziert.

Damit ergeben sich drei Haupteinnahmequellen:

- Werbung
- Abonnemente
- Gebühren

Medienhäuser verlieren ihre Werbekunden zunehmend an grosse Internet-Dienste wie Google. So schrumpfen ihre Einnahmen aus der Werbung. Sie haben deshalb die Abonnement-Angebote verfeinert, um mehr Kunden anzusprechen.

Werbung

Neben redaktionellen Inhalten (Nachrichten, Berichte, Kommentare, Interviews usw.) gibt es in Medien auch Inhalte, die für Produkte werben oder die Interessen eines Unternehmens oder einer Organisation vertreten:

- Werbeanzeigen oder Radio- und TV-Spots
- Publireportagen / Sponsored Content (Beiträge, die z. B. wie ein Bericht oder eine Reportage aussehen, aber von einem Unternehmen oder einer Organisation bezahlt wurden)

In der Schweiz müssen solche Inhalte vom redaktionellen Inhalt eines Mediums unterscheidbar sein. Deshalb enthalten sie einen Hinweis, z. B. «Anzeige», «Werbung», «Sponsored Content» oder «Publireportage».

Die Schweizer Medienbranche setzt sich aktiv dafür ein, dass diese Regel eingehalten wird. Dafür gibt es verschiedene Institutionen: den Presserat, den Verlegerverband Schweizer Medien und die Schweizerische Lauterkeitskommission.

Für die Kontrolle der Werbung spielt besonders die Schweizerische Lauterkeitskommission eine wichtige Rolle. Sie hat Grundsätze aufgestellt, die von Werbetreibenden eingehalten werden sollen. Wenn jemand den Eindruck hat, dass diese nicht befolgt werden, kann er oder sie bei der Kommission eine Beschwerde einreichen. Falls die Lauterkeitskommission die Beschwerde gutheisst, gibt sie eine Empfehlung ab, wie der Inhalt geändert werden sollte.

Abonnemente

Viele Medien bieten neben einzelnen kostenlosen Inhalten einen wesentlich grösseren Teil, den man nur mit einem Abonnement ansehen kann.

Es gibt viele verschiedene Abo-Arten, z. B. Print- und Online-Abos und gemischte Formen davon, Abos für bestimmte Ausgaben und Abos, die auf eine begrenzte Zeitdauer abgeschlossen werden.

Mit einer Paywall sorgen Online-Medien dafür, dass man bestimmte Inhalte nur nach dem Bezahlen einer Abgabe (z. B. Tagespass) oder eines Abos ansehen kann. Es gibt verschiedene Paywall-Varianten:

- Hard Paywall: Nur zahlende Abonnent*innen sehen den Inhalt, es gibt keinen Gratis-Anteil.
- Freemium: Als Free-Angebot bekommt man bestimmte Beiträge im Medium gratis zu sehen. Für den Rest (Premium-Anteil) muss man ein Abo lösen. Freemium ist die häufigste Paywall-Variante.
- Free: Hier ist alles kostenlos. Der Werbeanteil ist dafür grösser als bei anderen Varianten.
- Freiwillig: Auf manchen Plattformen ist zwar alles frei zugänglich, sie bitten aber um einen freiwilligen Beitrag.

Gebühren

Medien mit einem Service public-Auftrag werden zu einem wesentlichen Teil durch Gebühren finanziert. Haushalte und Firmen, die Geräte haben (Radio, TV, Smartphones, Computer), um elektronische Medien zu empfangen, schulden eine Abgabe bzw. Gebühr. Diese Gebühr wird von der Schweizerischen Erhebungsstelle für die Radio- und Fernsehgebühr (SERAFE AG) mit einer jährlichen Rechnung erhoben.

Die Medien mit Service public-Auftrag können ihre Kosten aber nicht komplett mit den Gebühren decken, die sie bekommen. Darum gibt es auch in diesen Medien Werbung (z. B. die Werbespots im Schweizer Fernsehen).