

Privatradios erhöhen Werbeumsätze

24. Januar 2014

Seit Inkrafttreten der neuen Radio- und Fernsehgesetzgebung (RTVG) hat sich die wirtschaftliche Situation der Privatradios deutlich verbessert. Auch die Werbeumsätze nahmen zu und erreichten 2012 164 Millionen Franken. Weniger rosig präsentiert sich die Situation des konzessionierten Regionalfernsehens, das im Schweizer Werbemarkt noch immer eine Randerscheinung ist. Dies geht aus einer aktuellen, im Auftrag des BAKOM und der Branchenverbände erstellten Publicom-Studie hervor.

Nicht zuletzt dank gesteigerten Erlösen aus dem Werbemarkt hat sich die wirtschaftliche Situation der Privatradios in den letzten Jahren deutlich verbessert. Die Umsätze mit Werbung und Sponsoring stiegen seit 2010 um acht Prozent auf 164 Millionen Franken. Dennoch erreicht gut die Hälfte der Veranstalter keine genügende Rentabilität, und die Zahl der Veranstalter, die Verluste schreiben, hat im letzten Jahr wieder zugenommen. Das Gesamtbild präsentiert sich allerdings sehr uneinheitlich. Es gibt in allen Regionen der Schweiz Radios, die insgesamt erfolgreich wirtschaften, und solche, die weniger erfolgreich sind. Dies gilt auch für die Umsetzung von Gebührengeldern in Programmleistungen: Der effizienteste Veranstalter produziert mit seinem Gebührenanteil mehr als dreimal so viel regionale Information wie das Radio mit der geringsten Umsetzungsleistung.

Schwierige Situation beim Regionalfernsehen

Trotz Erhöhung der Gebührenanteile ist die Situation der konzessionierten Regionalfernsehstationen weiterhin sehr schwierig, obwohl inzwischen bis zu 70% des Betriebsaufwands mit Gebühren bestritten werden können. Nur zwei Veranstalter wirtschaften ausreichend rentabel, die Hälfte ist unterfinanziert oder überschuldet. Zwar konnten die Erträge aus Werbung und Sponsoring seit 2009 deutlich gesteigert werden, doch stagnierten die Umsätze zuletzt wieder. Mit einem Werbeumsatz von 40 Millionen Franken (ohne Tele Züri) ist Regionalfernsehen im Schweizer Werbemarkt noch immer eine Randerscheinung.

Auch die Regionalfernsehen setzen die bezogenen Gebührengelder höchst unterschiedlich in Programmleistungen um: Der effizienteste Veranstalter produziert mit den öffentlichen Geldern rund siebenmal mehr regionale Information als das Regionalfernsehen mit der geringsten Umsetzungsleistung.

Seit 2012 untersucht Publicom im Auftrag des Bundesamts für Kommunikation und der Branchenverbände die wirtschaftliche Situation der konzessionierten privaten Rundfunkstationen.

Der aktuelle Report (Zahlenbasis 2012) kann unter

http://www.publicom.ch/wp-content/uploads/Wirtschaftliche-Situation_Privatrundfunk_2012.pdf

heruntergeladen werden.

Kontakt: Dr. René Grossenbacher, Publicom AG, rgrossenbacher@publicom.ch, 044 716 55 11