



Statistik der Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte in der Schweiz

Definitionen und Methode

Inhaltsverzeichnis

E-Mail: poku@bfs.admin.ch	1
1. Einleitung	2
2. Datenquelle	2
3. Definition: Kultur- und Medienbegriff	3
4. Auswahl der Ausgabeposten	4
5. Analysedimensionen	7
Anhang: Kulturbegriff gemäss UNESCO	10

Auskunft:

Alain Herzig / Julie Silberstein, BFS, Sektion Politik, Kultur, Medien, Tel.: +41 58 463 61 58

E-Mail: poku@bfs.admin.ch

Dokument-ID: **do-d-16.02-2014-01**

1. Einleitung

Dieses Dokument enthält methodische Grundlagen und Definitionen zur Statistik der *Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte in der Schweiz* und zum Indikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* des Medienindikatorensystems des Bundesamts für Statistik (BFS), welchen ein gemeinsames Konzept zugrunde liegt – zumal in Anlehnung an die EUROSTAT-Definitionen die Haushaltsausgaben für Massenmedien zu den Kulturausgaben gezählt werden. In den folgenden Kapiteln finden sich Angaben zur Herkunft der Daten (Kap. 2), zur Definition des Kultur- und Medienbegriffs (Kap. 3), zur Auswahl der Ausgabeposten (Kap. 4) sowie zu den Analysedimensionen (Kap. 5). Zudem werden methodische Unterschiede zu den *IKT-Ausgaben* – Haushaltsausgaben für Informations- und Kommunikationstechnologien – erörtert (Kap. 4 und 5).

Teilrevision 2017

2017 wurde eine Teilrevision der *Statistik der Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte in der Schweiz* durchgeführt. Die aktuell veröffentlichten Zahlen für die Jahre 2006-2014 sind neu berechnet und daher nicht mehr vergleichbar mit denjenigen aus früheren Publikationen. Die Änderungen im Zuge dieser Teilrevision sind nachfolgend in den jeweiligen Kapiteln beschrieben und im Kap. 4.1 zusammengefasst.

2. Datenquelle

Die Statistik der *Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte*, bzw. der Medienindikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* basieren auf der Haushaltsbudgeterhebung (HABE) des BFS. Es handelt sich dabei um eine jährliche Befragung von über 3'000 Schweizer Haushalten zu ihrem Konsumverhalten; die Ergebnisse aus der Stichprobe werden anschliessend auf alle Schweizer Haushalte hochgerechnet. Die dabei ausgewiesenen Beträge stellen daher keine exakten Werte sondern Schätzungen dar. Die Genauigkeit der Ergebnisse kann stark variieren (siehe Angaben zur Qualität der Schätzwerte auf den Online-Tabellen). Damit für die Analysen der Haushalte nach verschiedenen Merkmalen (Sprachregion, Einkommensgruppe, etc.) statistisch zuverlässige Aussagen gemacht werden können, wird die Fallzahl vergrössert, indem die Daten aus drei Erhebungsjahren (bspw. 2009-2011) zusammengefasst werden. Die Haushaltsausgaben in den Übersichtstabellen – ohne Analyse nach verschiedenen Merkmalen – können jedoch als jährliche Werte ausgewiesen werden.

Als Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte werden lediglich die Konsumausgaben der Haushalte und keine Investitionen berücksichtigt.

Die HABE berücksichtigt nur private Haushalte. Der private Haushalt ist als Gruppe von Personen definiert, die in der gleichen Wohnung leben, ihr Einkommen und Vermögen ganz oder teilweise zusammenlegen und bestimmte Waren und Dienstleistungen gemeinsam konsumieren. Kollektivhaushalte wie Heime oder Gefängnisse werden in der Erhebung nicht erfasst.¹

¹ Weiterführende Informationen zur HABE vgl.: BFS (2017). Haushaltsbudgeterhebung. Abrufbar unter:

<https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/statistiken/wirtschaftliche-soziale-situation-bevoelkerung/erhebungen/habe.html>

3. Definition: Kultur- und Medienbegriff

Für die Auswahl der kultur- und medienrelevanten Posten der HABE wurden die Empfehlungen von EUROSTAT aus dem Bericht des *European Statistical System Network (ESSnet) on Culture*² beigezogen, welche in ihrer Gesamtheit eine auf Haushaltsausgaben angewandte Definition des Kulturbegriffs darstellen:

→ Cultural domains proposed for the area of households expenditure

1.	Equipment for reception, recording and reproduction of sound
2.	TV sets, video-cassette players and recorders
3.	Photographic and cinematographic equipment
4.	Information processing equipment
5.	Recording media for pictures and sound
6.	Repair of audiovisual, photographic and information processing equipment
7.	Musical instruments
8.	Cinemas, theatres, concerts
9.	Museums, zoological gardens and the like
10.	TV and radio taxes and hire of equipment
11.	Other services
12.	Books
13.	Newspapers
14.	Stationery and drawing materials
15.	Other cultural activities, not specified above

(Quelle: *European Statistical System Network (ESSnet) on Culture – Final Report*, 2012, S. 93)

Den Empfehlungen des ESSnet folgend, werden die Medien im Kulturbegriff mit eingeschlossen. Das heisst, dass alle Posten der HABE, welche für den Medienindikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* einbezogen werden, auch in der Statistik zu den *Statistik der Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte* berücksichtigt werden. Diesen Ansatz verfolgt nicht nur EUROSTAT, sondern unter anderem auch das UNESCO Institute for Statistics (UIS) (siehe Anhang). Für den Medienbegriff sind allerdings zwei Präzisierungen notwendig.

Der hier verwendete Medienbegriff beschränkt sich auf die **massen**mediale Informationsübermittlung bzw. Kommunikation. Darunter wird gemäss Beck³ (2011:1) jede Form von Information und Kommunikation verstanden, welche sich gleichzeitig an einen grossen unbekanntem Adressatenkreis richtet, wobei die Informationsübermittlung bzw. Kommunikation infolge der technischen Entwicklung nicht mehr nur in eine Richtung verlaufen muss. Dadurch werden die Ausgaben für individuelle Kommunikation (Telefon, Fax, etc.) so weit wie von den Daten und Erhebungskategorien her möglich ausgeschlossen.⁴

² European Commission, Eurostat (ESTAT). (2012). *European Statistical System Network on Culture - Final Report*. Luxembourg: ESSnet Culture. Url: <http://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf>. (Aufgerufen am 12.12.2017)

³ Hanno Beck (2011): *Medienökonomie: Print, Fernsehen und Multimedia*. Springer: Heidelberg.

⁴ Dies entspricht auch dem methodischen Ansatz einer Projektgruppe des Verbandes SCHWEIZER MEDIEN, welche seit 2005 jährlich sekundärstatistische Daten zum Medienbudget erhebt. Vgl. *Schweizer Medien / Médias suisses. Medienbudget Schweiz*. Url: <http://www.schweizermedien.ch/branchendaten/studie-medienbudget> (aufgerufen am 12.12.2017).

Die zweite Präzisierung betrifft das Internet. Das Internet ermöglicht immer mehr kulturelle, bzw. mediale Aktivitäten, wie das Lesen eines Buches oder einer Zeitung in digitaler Form, das Hören von Online-Radiosendern und vieles mehr. Solche Aktivitäten bedingen natürlich einen Zugang zum Internet. Daher werden die Ausgaben für den Internetzugang (Gebühren, Abonnemente) – entgegen den Empfehlungen von EUROSTAT, aber der UNESCO entsprechend – mit einbezogen.

Im Zuge der Teilrevision der *Statistik der Ausgaben der privaten Haushalte für Kultur und für Medien* im Jahr 2017 kam es insbesondere zu Anpassungen, welche den Posten "Internet" betreffen.⁵

4. Auswahl der Ausgabeposten

Die Kategorisierung der gesamten HABE beruht auf der EUROSTAT-Klassifikation der „*Verwendungszwecke des Individualverbrauchs*“ (Classification of Individual Consumption by Purpose COICOP). In den ESSnet-Empfehlungen, auf welchen die unten beschriebene Darstellung der Kultur- und Medienausgaben basieren, ist die COICOP-Klassifikation nicht direkt berücksichtigt; die vom BFS auf dieser Grundlage definierten Kultur- und Medienausgaben finden sich in den HABE-Rubriken „*Unterhaltung, Erholung und Kultur*“, „*Nachrichtenübermittlung*“ sowie – was die Ausgaben für Kunstwerke betrifft – „*Wohnungseinrichtung und laufende Haushaltsführung*“. Aus diesem Grund können die aggregierten Ergebnisse der Kultur- und Medienausgaben nicht direkt mit denen der HABE-Rubriken verglichen werden.

Für die Kulturausgaben und für die Medienausgaben wurde eine identische Kategorisierung gewählt. Die erste grosse Kategorie beinhaltet *Inhalte und Dienstleistungen*: zwei grösstenteils untrennbare Bereiche, da Inhalte oft durch Dienstleistungen übermittelt werden oder letztere den Zugang zu den Inhalten ermöglichen. Die zweite grosse Kategorie fasst *Geräte und Güter* zusammen: sie ermöglichen die Rezeption der Inhalte, kreative Betätigungen oder stellen selbst ein Kulturgut dar. Diese Aufteilung entspricht grundsätzlich auch der Kategorisierung der *Haushaltsausgaben für Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT)* zur Informationsgesellschaft, welche sich teilweise mit dem Medienindikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* überschneidet. Im Folgenden werden die Ausgabeposten dargestellt und einige Besonderheiten bei der Kategorisierung der Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte erörtert – wo nötig in Abgrenzung zu den IKT-Ausgaben.

4.1. Anpassungen im Rahmen der Teilrevision 2017

Aufgrund von Marktentwicklungen, insbesondere dem Trend zu kombinierten Abonnements (Internet, TV, Telefonie, Mobiltelefonie, etc.) und der zunehmenden Nutzung von Mobiltelefonen um ins Internet zu gelangen, musste die bisherige Methodik angepasst werden. Diese Entwicklung hat nämlich dazu geführt, dass einige in der *Statistik der Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte* bzw. für den Medienindikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* verwendeten HABE-Posten zunehmend an Trennschärfe verloren haben. So ist es beispielsweise bei gewissen kombinierten Angeboten ("Kombi-Abos") heute nicht mehr möglich, detailliert zu unterscheiden, welcher Anteil auf den Internetzugang entfällt und welcher auf die Telefonie. Dies führte dazu, dass besonders für die letzten Jahre, wo sich dieser Trend deutlich verschärfte, mit der bisherigen Methode die Gesamtausgaben für Kultur und Medien nicht völlig erfasst und daher wohl deutlich zu niedrig ausgefallen sind. Dies betrifft besonders die Ausgaben für das Internet (vgl. 4.8).

Um diesem Umstand Rechnung zu tragen wurde der HABE-Fragebogen für die Haushalte auf die Erhebung 2012 hin angepasst; unter anderem wurden Kombi-Abos als eigene Rubrik aufgenommen. Dies führte dazu, dass einige neue Variablen hinzukamen und einige bisherige nicht mehr weitergeführt wurden.

⁵ Vgl. dazu Kap. 4.1 Teilrevision 2017

Diese beiden Entwicklungen (einerseits die Marktveränderungen und andererseits die Anpassung des Erhebungsfragebogens der HABE) haben auch Auswirkungen auf die Statistik *der Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte* und den Indikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* des Medienindikatorensystems. Erstens kommt es aufgrund der Veränderungen des HABE-Fragebogens zu einem methodischen Bruch in Bezug auf die Internetausgaben zwischen 2011 und 2012. Dies bedeutet, dass die Zahlen für diesen Ausgabenposten ab 2012 nicht mehr mit den früheren Zahlen vergleichbar sind, was in den veröffentlichten Tabellen optisch kenntlich gemacht wird.

Zweitens machten es die beschriebenen Marktveränderungen nötig, die Zusammensetzung des aggregierten Postens *Internet* neu zu konstruieren. Neu werden nun einige zusätzliche HABE-Variablen – fast ausschliesslich solche, welche die erwähnten kombinierten Angebote betreffen – berücksichtigt. Die individuelle Kommunikation (insbesondere die Telefonie) soll entsprechend der hier verwendeten Definition weiterhin **nicht** berücksichtigt werden. Ausgeschlossen wird dabei jedoch nur, was klar als individuelle Kommunikation identifizierbar ist. Aufgrund der beschriebenen Tendenz zu kombinierten Angeboten ist davon auszugehen, dass ein nicht unbedeutender Teil der ausgewiesenen Kosten für das Internet eigentlich auf die individuelle Kommunikation entfallen würde, dies jedoch in den Daten (und oft auch in den Angeboten und Zahlungsmodalitäten selbst) nicht differenzierbar ist.

Eine direkte Folge dieses methodischen Bruchs spiegelt sich in deutlich höheren ausgewiesenen Ausgaben für den Posten *Internet* und damit auch deutlich höheren Gesamtausgaben für Kultur und Medien als nach der bisherigen Methode. Vergleiche mit früher publizierten Daten sollten daher vermieden werden – auch deshalb wurden alle Daten ab 2006 neu nach dem revidierten Modell berechnet. Die neue Methodik dürfte die Internetausgaben und damit auch die Gesamtausgaben für Kultur und Medien eher etwas überschätzen, sollte aber im Vergleich zur bisherigen Berechnungsart deutlich näher an den effektiven Ausgaben für Kultur und Medien sein.

4.2. Übersicht über die Kultur- und Medienausgaben

Die HABE-Posten werden in der Statistik der Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte, bzw. für den Medienindikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* wie folgt ausgewiesen. Die mit einem Stern versehenen Posten werden im Medienindikatorensystem nicht berücksichtigt:

- **Inhalte und Dienstleistungen**
 - **Audiovisuelle Inhalte und Dienstleistungen**
 - *Film und Video (DVD, VHS, Downloads etc.)*
 - *Musik und Ton (CDs, Schallplatten, Downloads etc.)*
 - *Miete von Film- und Tonträgern*
 - *Fernsehen und Radio (Gebühren und Abonnemente)*
 - *Kino*
 - **Gedruckte Inhalte**
 - *Bücher und Broschüren*
 - *Zeitungen und Zeitschriften*
 - **Internet (Gebühren und Abonnemente)⁶**
 - **Museen, Ausstellungen, Bibliotheken, zoologische Gärten u.ä.***
 - **Theater und Konzerte***
 - **Musik- und Tanzkurse***
 - **Beiträge an kulturelle Vereinigungen***
 - **Sonstige Dienstleistungen im Bereich Kultur und Unterhaltung***
- **Geräte und Güter**
 - **Abspiel- und Empfangsgeräte**
 - *Computer und Modem*
 - *Fernseh- und Videogeräte, inkl. Zubehör*
 - *Radio- und Audiogeräte*
 - **Güter zur kreativen Betätigung**

⁶ Enthält einen unbekanntem Anteil an Individualkommunikation. Vgl. dazu Kap. 4.8.

- Foto- und Filmapparate, inkl. Zubehör
- Musikinstrumente*
- Schreib- und Zeichenmaterial*
- Reparaturen (Audio-, Video-, Fernseh-, Foto-, Film- und Informatikgeräte)
- Kunstwerke*

Zu bemerken ist, dass die Medienausgaben nicht von den Kulturausgaben abgezogen werden können, um die „nicht-medialen Kulturausgaben“ zu erhalten, da viele kulturelle Inhalte gleichzeitig auch mediale Inhalte darstellen (z.B. das Kino).

4.3. Ausschluss der individuellen Kommunikation

Wie bereits im Kapitel 3 beschrieben, wird die individuelle Kommunikation in der Statistik zu den Kultur- und Medienausgaben prinzipiell nicht berücksichtigt.⁷ Ausgaben für die individuell-mediale Kommunikation werden hingegen in den Haushaltsausgaben für Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) mit einbezogen.

4.4. Fokus auf mediale Inhalte und nicht auf deren Träger

Filme und Musik werden in der Kulturstatistik und im Medienindikatorensystem als mediale Inhalte definiert und als solche berücksichtigt. Leere Datenträger, also lediglich potentielle Träger solcher medialen Inhalte, werden soweit möglich nicht einbezogen. Die einzige Ausnahme bilden die Ausgaben für Fotodatenträger als Zubehör für digitale Fotoapparate, welche im Posten *Foto- und Filmapparate, inkl. Zubehör* enthalten sind, da ohne diese keine potentiell medialen Inhalte produziert werden können.

Bei den IKT-Ausgaben liegt der Fokus hingegen weniger auf den Inhalten und mehr auf den Trägern medialer Inhalte: leere und beschriebene Datenträger – so auch Fotodatenträger – werden in einem Posten zusammengefasst und als Güter definiert.

4.5. Keine Unterscheidung zwischen Kauf und Miete

Bei den Haushaltsausgaben für Kultur und Medien wird (im Gegensatz zu den IKT-Ausgaben) nicht zwischen Miete und Kauf unterschieden und beides zu den Ausgaben für die entsprechenden Güter und Geräte gezählt. Eine Ausnahme bildet in der Kategorie der *Inhalte und Dienstleistungen* der Posten *Miete von Film- und Tonträgern*, welche in der Erhebung nicht weiter unterschieden werden. Da deswegen eine Zuweisung der Ausgaben für die Miete zu den Ausgaben für den Erwerb von Filmen, beziehungsweise Tonträgern nicht möglich ist, müssen die Ausgaben für die *Miete von Film- und Tonträgern* als separater Posten ausgewiesen werden.

4.6. Beiträge an kulturelle Vereinigungen

In diesem Posten werden Unterstützungs- und/oder Mitgliederbeiträge für kulturelle Vereinigungen, beziehungsweise Vereine aus diversen Kulturbereichen zusammengefasst (Bspw.: Gesangs-, Tanz-, Theatervereine, Musikgesellschaften u.Ä.).

4.7. Sonstige Dienstleistungen im Bereich Kultur und Unterhaltung

Dieser Posten beinhaltet Ausgaben für andere Dienstleistungen im Bereich der Kultur und Unterhaltung, wobei hier die beiden Bereiche nicht sauber getrennt werden können: Engagement von Musikern, Fotografen und anderen Künstlern und Unterhaltern, Entwicklung von Filmen und Fotos, Organisation von Festivitäten, Gravuren, Brennen von Tonmaterial u. Ä.

⁷ Bezüglich der Abgrenzungsschwierigkeiten von Telefonie und anderen Medienausgaben vgl. Kapitel 4.1.

4.8. Internetausgaben

Zu den Internetausgaben zählen grundsätzlich alle Ausgaben, welche für den Zugang zum Internet getätigt werden müssen. Nebst den Ausgaben für Abonnemente werden auch unregelmässige Ausgaben und Gebühren einbezogen (einmalige Aufschaltgebühren, Internetcafés etc.).

Aufgrund von Veränderungen im Markt, insbesondere dem Trend, dass immer mehr kombinierte Abonnemente angeboten werden (div. Kombinationen aus Internet, Festnetz-, Mobiltelefonie und TV), musste der Posten 2017 revidiert werden. Infolge der oben beschriebenen kombinierten Angebote ist es auch mit der revidierten Methode nicht mehr möglich, die reinen Internetausgaben auszuweisen. Die Zahlen enthalten daher einen gewissen, nicht bezifferbaren Anteil an anderen Ausgaben, insbesondere für die individuelle Kommunikation (Telefonie). Trotz dieser Ungenauigkeit ist die neue Berechnungsmethode für die Internetausgaben deutlich genauer, als dies mit der bisherigen Methode der Fall war (siehe dazu auch Kap. 4.1).

Seit 2012 können die Ausgaben, welche den Fernsehkonsum über das Internet betreffen, separat ausgewiesen werden. Infolgedessen werden diese seither nicht mehr der Kategorie "Internet" zugeordnet, sondern "Fernsehen und Radio".

5. Analysedimensionen

Nebst den Übersichtstabellen zu den Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte, welche aufgrund einer hinreichenden Fallzahl jährlich aktualisiert werden können, werden diese Ausgaben alle drei Jahre nach verschiedenen soziodemographischen und räumlichen Merkmalen dargestellt. Allfällige Abhängigkeiten zwischen den verschiedenen Merkmalen (bspw. zwischen Alter und Einkommen) sind bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.

Teilrevision 2017

Im Zuge der Teilrevision 2017 kam es auch bei den Analysedimensionen zu Anpassungen. Einerseits wurde eine Vereinfachung beschlossen: neu werden als räumliche Merkmale nur noch die Sprachregionen und die Agglomerationsgrösse publiziert. Andererseits kam es zu einer Aktualisierung im Zuge der Revision der Raumgliederungen des BFS. Für die Berechnung der Analysedimension *Agglomerationsgrösse* konnte bereits auf die Daten der neuen Raumgliederungen (vgl. 5.6) zurückgegriffen werden. Die Sprachregionen hingegen basieren zurzeit noch auf den alten Daten aus der Volkszählung 2000.⁸ Weitere Änderungen, welche nicht nur die Statistik zu den *Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte*, bzw. den Medienindikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* betreffen, sondern die HABE an sich, sind nachfolgend bei den entsprechenden Analysedimensionen beschrieben.

⁸ Weiterführende Informationen zu den Raumgliederungen des BFS, vgl: BFS (2017). Raumgliederungen. Abrufbar unter: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/grundlagen/raumgliederungen.html>

5.1. Altersklassen

Es werden sechs Altersklassen unterschieden:

- *bis 34 Jahre*
- *35-44 Jahre*
- *45-54 Jahre*
- *55-64 Jahre*
- *65-74 Jahre*
- *ab 75 Jahre*

Bei der Interpretation der Ergebnisse muss beachtet werden, dass für die Zuteilung eines Haushalts in eine Altersklasse das Alter der Referenzperson berücksichtigt wird. Die Referenzperson ist dasjenige Haushaltsmitglied, das am meisten zum Gesamteinkommen des Haushalts beiträgt.

5.2. Haushaltstypen

Folgende sieben Haushaltstypen werden unterschieden:

- *Einpersonenhaushalte mit einer Person unter 65 Jahren*
- *Einpersonenhaushalte mit einer Person über 65 Jahren*
- *Paare ohne Kinder mit einer Person unter 65 Jahren⁹*
- *Paare ohne Kinder mit einer Person über 65 Jahren⁹*
- *Paare mit Kindern¹⁰*
- *Einelternhaushalte mit Kindern¹⁰*

Das Bundesamt für Statistik hat 2017 die Haushaltstypen harmonisiert. Die hier beschriebenen Haushaltstypen basieren auf dieser neuen Typologie. Der Hauptunterschied zur früheren Typologie besteht in der Definition der Kinder. Früher galten sämtliche Personen unter 18, sowie alle nichterwerbstätigen Personen im Alter von 18-24 Jahren, welche in Paarhaushalten oder bei Alleinerziehenden lebten, als Kinder. Neu gelten alle Personen unter 24 Jahre, welche mindestens mit einem Elternteil im gleichen Haushalt leben, als Kinder (unabhängig von deren Erwerbsstatus). Ebenfalls als Kinder gezählt werden Söhne/Töchter die älter als 24 Jahre sind, wenn mindestens ein Kind im selben Haushalt unter 25 Jahre alt ist. Diese Änderung hat zur Folge, dass neu Haushalte mit erwerbstätigen Kindern zwischen 18 und 24 Jahren als "*Haushalte mit Kind(ern)*" eingeordnet werden und nicht mehr wie früher als "*übrige Haushalte*".

Alle anderen Haushaltstypen (z.B. Wohngemeinschaften) können nicht dargestellt werden, weil deren Anzahl in der Stichprobe ungenügend ist.

5.3. Einkommensgruppen bei Paaren mit Kindern

Die Einkommensgruppen basieren auf den Quintilen der Bruttoeinkommensverteilung. Das Bruttohaushaltseinkommen beinhaltet die Einkommen sämtlicher Mitglieder eines Privathaushalts. Es setzt sich aus dem Primäreinkommen (Erwerbseinkommen und Einkommen aus Vermietung und Vermögen), den Renten und Sozialleistungen sowie den monetären Transfereinkommen von anderen Haushalten (beispielsweise Alimente und Betreuungsbeiträge) zusammen.

Auf die Darstellung der Ausgaben aller Haushalte nach Einkommensgruppen wird verzichtet, da die Ergebnisse zu stark von anderen Faktoren wie beispielsweise der Haushaltsgrösse oder dem Alter der Haushaltsmitglieder beeinflusst würden. Um den Einfluss solcher Faktoren so weit wie möglich zu minimieren, wird in der Auswertung die Einkommensverteilung nur auf einen weit verbreiteten

⁹ Die Altersangabe bei Paaren ohne Kinder bezieht sich neu auf die älteste Person, nicht mehr wie bisher auf die Referenzperson.

¹⁰ Als Kinder gelten alle leiblichen Kinder und Stiefkinder der Referenzperson oder des Partners/der Partnerin. Mindestens ein Kind davon muss jünger als 25 Jahre alt sein.

Haushaltstyp angewandt, den Familienhaushalt mit Kindern, bei dem das Alter der Haushaltsmitglieder sowie die Haushaltsgrösse weniger weit gestreut sind.¹¹

5.4. Sprachregionen

Die rätoromanische Schweiz wird aufgrund zu niedriger Fallzahlen mit der Deutschschweiz zusammengefasst. Mit der italienischen und der französischen Schweiz werden damit drei Sprachregionen unterschieden. Zurzeit basiert diese BFS-Analysedimension noch auf Daten der Volkszählung 2000, dies wird jedoch im Zuge der andauernden Revision der Raumgliederungen des BFS auf die nächste Aktualisierung hin ändern.

5.5. Agglomerationsgrösse

Die Gemeinden der HABE-Stichprobe werden gemäss der Raumgliederung des BFS kategorisiert.¹² Die hier verwendete Typologie basiert auf der offiziellen, aber umfangreicheren *Agglomerations-Grössenklasse 2012*. Diese wurde jedoch für die Statistik zu den *Kultur- und Medienausgaben der privaten Haushalte*, bzw. für den Medienindikator *Haushaltsausgaben für Massenmedien* vereinfacht und besteht aus folgenden Kategorien:

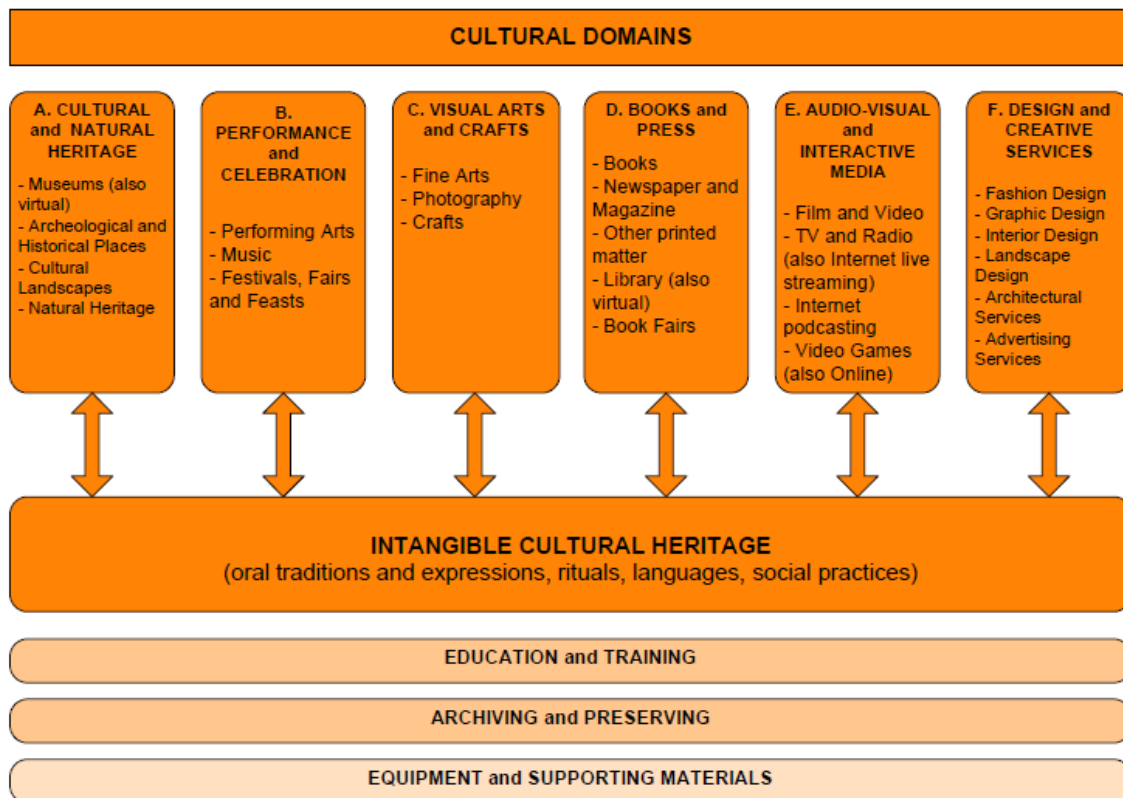
- *Agglomerationen mit 250'000 und mehr*
- *Agglomerationen 100'000 bis 249'999*
- *Agglomerationen mit 20'000 bis 99'999*
- *Keine Agglomerationszugehörigkeit*

Die Darstellung der Haushaltsausgaben nach verschiedenen Agglomerationsgrössen bietet sich vor allem für Bereiche an, bei denen das Angebot lokal gebunden ist (bspw. Theater, Konzerte, Kino, Museen u.Ä.). Ausgaben für solche Angebote unterliegen dem Einfluss des lokalen Angebots, welches sich grundsätzlich eher in grösseren Zentren konzentriert.

¹¹ Für Änderungen bei der Definition des Haushaltstyps "Paare mit Kinder" vgl. Punkt 5.3.

¹² Weiterführende Informationen zu den Raumgliederungen des BFS, vgl: BFS (2017). Raumgliederungen. Abrufbar unter: <https://www.bfs.admin.ch/bfs/de/home/grundlagen/raumgliederungen.html>

Anhang: Kulturbegriff gemäss UNESCO



(Quelle: *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*, 2009, S.24)