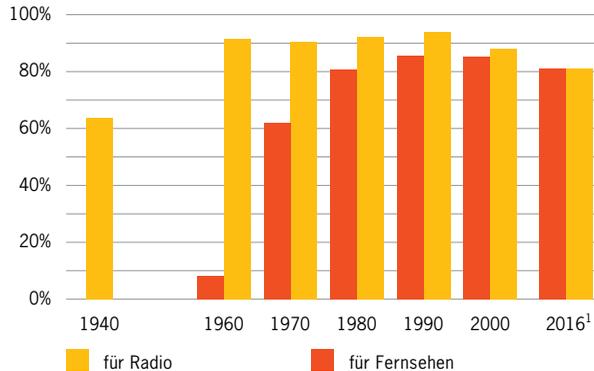


# Kultur, Medien und Informationsgesellschaft

## Panorama

**Radio und Fernsehen**

**G 16.1**

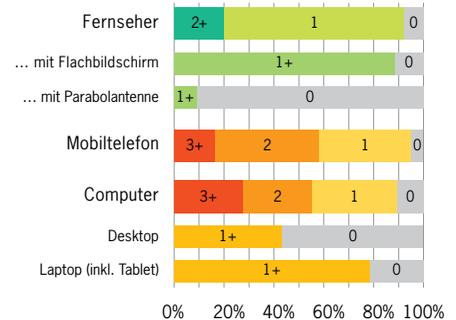


<sup>1</sup> Unter Berücksichtigung der von der Gebührenpflicht befreiten Haushalte (Bezüger von Ergänzungsleistungen zur AHV/IV) verfügen 2016 90% der Haushalte über eine Fernseh- und 90% über eine Radio-Empfangskonzession.

**IKT<sup>1</sup>-Haushaltsausstattung**

**G 16.2**

Anteil Haushalte 2015



<sup>1</sup> Informations- und Kommunikationstechnologien

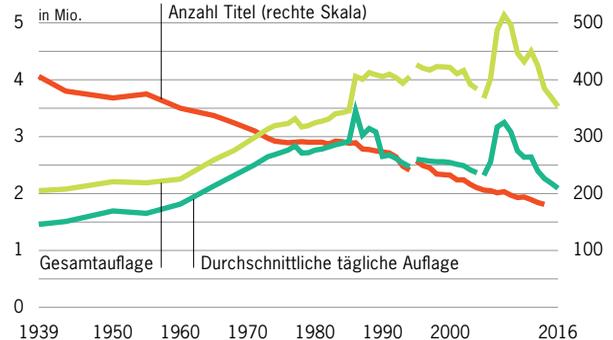
## Das Medienangebot in der Informationsgesellschaft

Nach dem Radio in den 1930er- und dem Fernsehen in den 1960er- und 1970er-Jahren ist es heute das Internet, welches eine rasante Entwicklung erlebt: Die Zahl der Personen ab 14 Jahren, die das Internet regelmässig nutzen (mehrmals pro Woche), ist von 0,7 Mio. im Jahr 1998 auf 5,7 Mio. im ersten Quartal 2017 gestiegen. Im Jahr 2014 hatten 89% der Haushalte einen Internetanschluss. Ende 2016 gab es in der Schweiz 3,8 Mio. Abonnenten mit festem Breitbandanschluss (ADSL, Kabelmodem oder Glasfasertechnik). Die explosionsartige Zunahme der mobilen Internetnutzung stellt die zentrale Entwicklung der letzten Jahre dar. Der Anteil der Haushalte, die über einen mobilen Zugang zum Internet verfügen, stieg von 26% (2010) auf 78% (2017). In den Haushalten haben Laptops und Tablets die Desktop-Computer verdrängt, und die Zahl der Smartphones hat sich vervielfacht. Im Jahr 2017 nutzten 88% der Haushalte das Smartphone, 79% den Laptop, 60% das Tablet und 56% den Desktop-Computer, um auf das Internet zuzugreifen.

Demgegenüber hat sich seit Mitte der 1980er-Jahre das Angebot an Kaufzeitungen durch Fusionen, Übernahmen sowie das Sterben einzelner Titel laufend verringert. Im Gegenzug traten ab Anfang der 1990er-Jahre vermehrt Sonntags- und ab 1999 gratis verteilte Tageszeitungen in den Markt ein. Als Ergänzung zu den gedruckten Titeln wird auch vermehrt das Internet als Informationsquelle genutzt.

Trotz des gestiegenen Angebots der elektronischen Medien hat sich die Anzahl der in der Schweiz erschienenen Bücher (ohne E-Books) seit den 1960er-Jahren mit rund 11 000 Titeln mehr als verdoppelt.

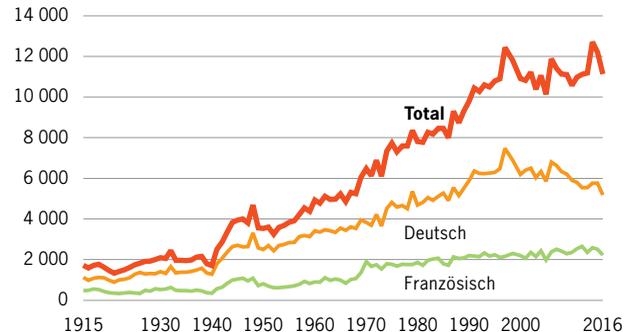
## Entwicklung der Kaufzeitungen<sup>1</sup> G 16.3



1 Nicht enthalten sind Gratiszeitungen, Amtsblätter und Special-Interest-Zeitungen.

## Buchproduktion G 16.4

In der Schweiz produzierte und im Buchhandel erschienene Titel



## Mediennutzung

Aufgrund des breiten Angebots an elektronischen Medien ist auch eine Zunahme der Mediennutzungszeit zu verzeichnen: Im lang-jährigen Vergleich nahm lange vor allem die Fernsehnutzung zu. Zwischen 1985 und 2012 stieg sie in der Deutschschweiz von 123 Minuten pro Tag auf 136, in der französischen Schweiz von 129 auf 151 und in der italienischen von 149 auf 166 Minuten.

Seit 2013 werden auch die zeitversetzte Nutzung und der Fernsehkonsum am Computer berücksichtigt. Die Mess- und Erhebungsmethode ist jedoch anders; die Zahlen sind deshalb nicht direkt vergleichbar. 2016 wurde in der Deutschschweiz 124 Minuten (2014 waren es noch 128 gewesen), in der französischen Schweiz 144 (143) Minuten und in der italienischen Schweiz 171 (177) Minuten ferngesehen.

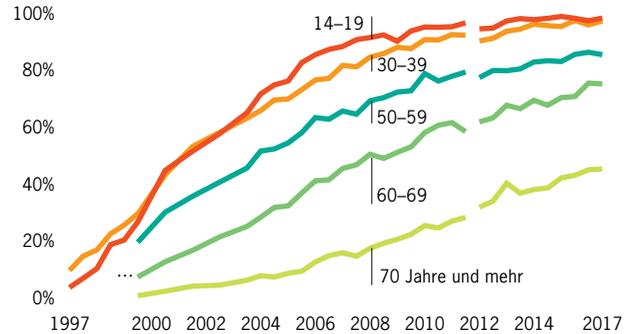
Die Nutzung des Radios ist seit 2001 rückläufig. 2016 wurden in der Deutschschweiz pro Tag durchschnittlich 102 (2009: 119), in der französischen Schweiz 83 (106) und in der italienischen Schweiz 104 (108) Minuten Radio gehört. 2016 hörten Personen ab 60 Jahren in der Deutschschweiz 3-mal, in der italienischen Schweiz 2,3-mal und in der französischen Schweiz sogar 4,5-mal länger Radio als die 15- bis 29-Jährigen.

Das Internet als Informationsmedium gewinnt immer mehr an Bedeutung. Der Anteil der Personen, die sich im Internet informieren, wächst: 70% (2014: 63%) lesen Online-Nachrichten oder besuchen die Webseiten von Zeitungen und 48% hören Web-Radio oder sehen Web-Fernsehen (2014: 42%).

## Internetnutzung

G 16.5

Anteil der regelmässigen Nutzer<sup>1</sup>, nach Altersgruppen



1 Benutzen das Internet mehrmals wöchentlich

## Internet im Alltag

In 20 Jahren ist das Internet zu einem festen Bestandteil unseres täglichen Lebens geworden. Im Jahr 1997 surfte nur gerade 7% der Bevölkerung ab 14 Jahren mehrmals pro Woche im Netz (regelmässige Internetnutzerinnen und -nutzer), im Frühling 2017 waren es bereits 86%.

Obschon das Internet alltäglich geworden ist, bestehen weiterhin deutliche Unterschiede in seiner Nutzung, insbesondere nach Alter, Bildungsstand und Einkommen. 99% der unter 30-Jährigen, 76% der 60-Jährigen und 46% der Personen ab 70 Jahren nutzen das Internet regelmässig. Nach Bildungsstand steigt die regelmässige Internetnutzung von 69% (obligatorische Schule) auf 96% (Tertiärstufe). Während die regelmässigen Internetnut-

zerinnen und -nutzer in Haushalten mit tiefem Einkommen (bis 4000 Fr. pro Monat) 56% ausmachten, waren es 98% bei jenen mit einem Einkommen von 10 000 Fr. oder mehr.

Die mobile Internetnutzung ist einer der Hauptaspekte der jüngsten Entwicklung dieser Nutzungsarten. 2017 nutzten 64% der Bevölkerung das Internet ausserhalb von zuhause oder des Arbeitsplatzes. Im Jahr 2014 betrug dieser Anteil erst 55% und 33% im Jahr 2010.

Das Angebot der Online-Aktivitäten wird immer grösser und vielfältiger. Die E-Mail-Kommunikation (85%) war auch im Jahr 2017 der wichtigste Grund für die private Internetnutzung. E-Commerce (67%), E-Banking (61%), die Suche nach gesundheitsrelevanten Informationen (61%) und die sozialen Netzwerke (49%) gewinnen an Bedeutung. Im Bereich Internetnutzung für Kultur und Freizeit schauten 58% Filme oder Videos online an. Beim Herunterladen oder Hören von Musik sowie beim Fernsehsehen oder Radiohören beträgt dieser Anteil 48%.

### **Kultur- und Freizeitverhalten**

Rund 70% der Bevölkerung haben im Jahr 2014 mindestens 1-mal pro Jahr Museen, Konzerte, Denkmäler oder Kinos besucht, und knapp die Hälfte ging ins Theater (47%). Der Anteil Personen, die regelmässig Kulturinstitutionen besuchen (mehr als 3-mal pro Jahr), liegt oft bei rund 20%, teilweise darüber. Zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen lassen sich grosse Unterschiede feststellen: Stadtbewohner besuchen häufiger Kulturinstitutionen, ebenso gilt dies meistens für junge Leute (Ausnahmen bilden hier z. B. Theater oder Klassik-Konzerte). Eine

grosse Rolle beim Besuch von Kulturinstitutionen spielt auch das Ausbildungsniveau.

Knapp zwei Drittel der Bevölkerung sind in irgendeiner Form selbst kreativ tätig. Hinsichtlich der einzelnen Aktivitäten widmet sich rund ein Fünftel der Befragten der Fotografie, dem Zeichnen und Malen oder dem Musizieren. Aktivitäten wie einen eigenen Blog führen, Laientheater, Rap oder Street Art werden von sehr kleinen Gruppen ausgeübt. Auch hier liegen die Jungen vorn: Zwischen 15 und 29 Jahren ist man deutlich öfter selbst kulturell oder kreativ tätig. Singen fällt hingegen als generationenverbindende Aktivität auf.

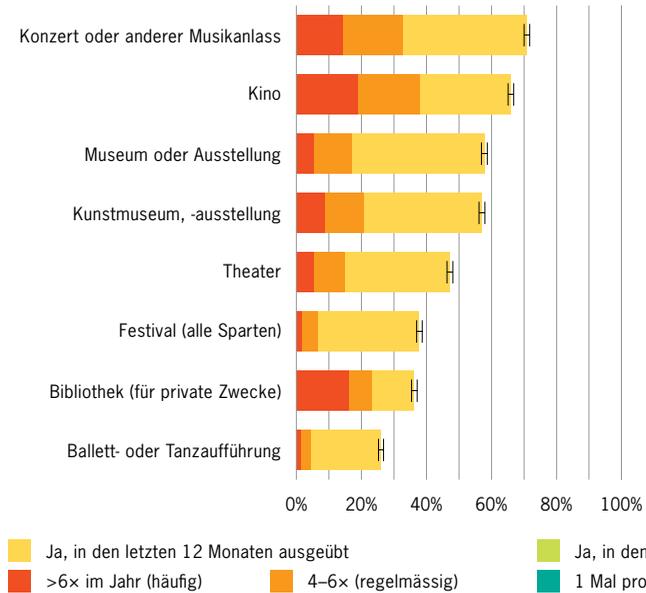
Bei den Freizeitaktivitäten sind Wandern, mit Freunden in den Ausgang gehen, sich sportlich betätigen, aber auch spezielle Gerichte kochen und traditionelle Karten- und Gesellschaftsspiele spielen die am meisten ausgeübten Freizeitaktivitäten. Es fällt auf, dass nicht grosse Stadtfeste (wie die Street Parade) oder traditionelle Feiern (z. B. 1. August, Fasnacht oder Weinlese-Feste), sondern Dorf-, Quartier- und Vereinsfeste am meisten Leute anziehen. Traditionelle Gesellschaftsspiele werden von weit mehr Leuten gespielt als Videospiele, die es jedoch häufiger werden.

Rund 85% der Bevölkerung sind mit dem Kulturangebot in ihrer Region zufrieden. Es gibt aber auch kleinere Unterschiede: Bei Jungen, Personen mit Sekundarstufe-I-Abschluss und Bewohnern von ländlichen Gebieten sowie der italienischsprachigen Schweiz ist die Zufriedenheit etwas geringer. Die Mehrheit der Personen (58%) möchte häufiger Museen, Theater, klassische Konzerte, Opern oder Tanzvorstellungen besuchen. Bei den Hindernissen sagt die Hälfte (51%) der Bevölkerung, sie habe nicht genug Zeit, um mehr – oder überhaupt – kulturelle Aktivitäten zu

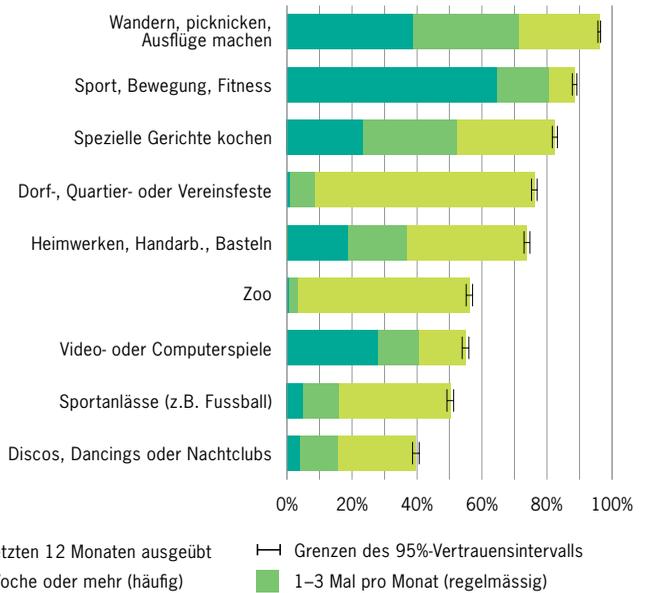
## Das Kultur- und Freizeitverhalten in der Schweiz, 2014

G 16.6

### Besuche von Kulturinstitutionen



### Freizeitaktivitäten

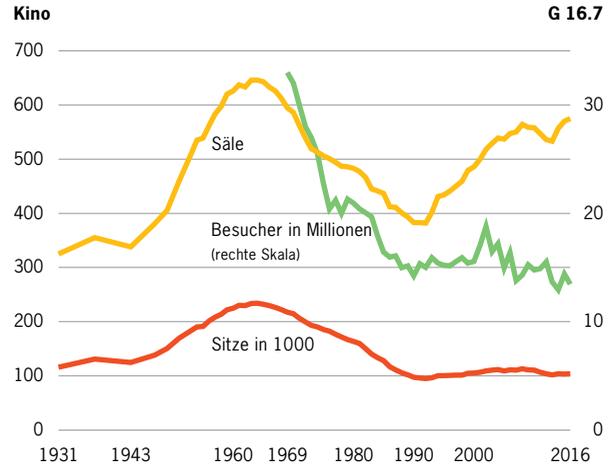


unternehmen. Dies ist eindeutig bei den Unter-60-Jährigen und bei Personen ausländischer Nationalität, und leicht mehr bei Leuten auf dem Land oder in Agglomerationen der Fall. Ein Drittel der Personen sieht sich wegen fehlender finanzieller Mittel in Sachen kulturelle Aktivitäten eingeschränkt.

### Bücher, E-Books, Comics

2014 gaben 83% der Bevölkerung an, im vergangenen Jahr mindestens ein Buch – auf Papier oder in digitaler Form – gelesen zu haben. Dieser Anteil ist in der Schweiz ähnlich hoch wie in Deutschland (79%), höher als in Österreich (73%) und Frankreich (73%), deutlich höher als in Italien (56%), aber tiefer als in Schweden (90%) und in den Niederlanden (86%; Eurobarometer 2013). Knapp 30% der befragten Personen haben im Durchschnitt mehr als ein Buch pro Monat gelesen. Frauen, Personen mit Tertiärbildung und 15- bis 19-Jährige lesen häufiger Bücher. Dabei wird mehr für private Zwecke gelesen (78%) als für die Arbeit oder die Ausbildung (39%).

E-Books sind noch nicht so verbreitet: 15% der Bevölkerung lesen sie. 12% haben für private Zwecke E-Books gelesen und 6% für den Beruf oder die Ausbildung, dies vor allem gelegentlich. Männer sowie 30- bis 44-Jährige lesen eher E-Books. Ausserdem sind ausgeprägte Unterschiede nach Bildungsniveau auszumachen: 25% der Personen mit Tertiärabschluss lesen E-Books, gegenüber 6% bei jenen mit einem Abschluss auf Sekundarstufe I. In der Deutschschweiz sind mit 17% deutlich mehr E-Book-Konsumentinnen und -Konsumenten zu verzeichnen als in der französisch- und italienischsprachigen Schweiz (11%). Der

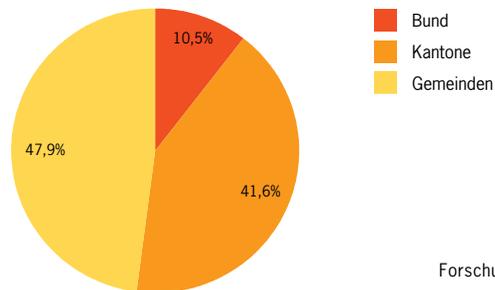


Anteil der Personen, die Bücher nur in digitaler Form lesen, liegt bei rund 2%.

Jede fünfte Person (21%) liest Comics. Besonders beliebt sind diese bei Männern und bei jüngeren Menschen. Knapp 30% der 15- bis 29-Jährigen lesen Comics, anschliessend nimmt der Anteil bis zu den Personen ab 75 Jahren (5%) kontinuierlich ab. Comics werden mitunter als triviale Unterhaltung wahrgenommen, werden aber vor allem von Personen mit Tertiärabschluss gelesen. In der französischsprachigen Schweiz werden Comics regelrecht verschlungen: Ein Drittel der Bevölkerung liest sie,

## Kulturfinanzierung durch die öffentliche Hand 2015

Total: 2882,6 Millionen Franken



671,3 Millionen Franken werden nicht auf die nebenstehenden Kulturbereiche aufgeteilt.

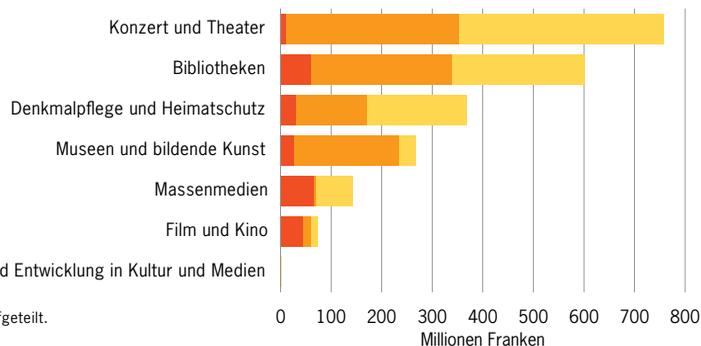
deutlich mehr als in den anderen beiden Sprachregionen (17%–18%). Diese Besonderheit der Romandie lässt sich dadurch erklären, dass die Affinität für Comics im frankophonen Raum seit jeher besonders ausgeprägt ist.

### Bibliotheken

Das Angebot an Dokumenten, welche über Schweizer Bibliotheken verfügbar sind, ist sehr gross. Die zehn angebotsstärksten Bibliotheken besitzen 2016 rund 57,5 Mio. Dokumente. Die grösste Bibliothek ist die Bibliothèque cantonale et universitaire de Lausanne (mit 10,8 Mio. Dokumenten), gefolgt von der Bibliothek der ETH Zürich (9,3 Mio.) und der Universitätsbibliothek Basel (7,5 Mio.).

G 16.9

Nach ausgewählten Kulturbereichen



### Museen

2016 zählte die Schweiz 1108 Museen. Mehr als sieben von zehn der Museen (71,5%) befanden sich in der Deutschschweiz, 20,2% in der französischsprachigen Schweiz und 8,3% in der italienischsprachigen Schweiz. Mit 24,9 Museen pro 100 000 Einwohnerinnen und Einwohner hatte die italienischsprachige Schweiz die höchste Museumsdichte. An zweiter Stelle stand die deutschsprachige und an dritter die französischsprachige Schweiz mit 13,3 bzw. 10,8 Museen pro 100 000 Einwohnerinnen und Einwohner.

Die meisten Museen (70%) sind privatrechtlich organisiert, am häufigsten als Vereine (31%) und Stiftungen (28%); deutlich seltener werden die Museen von Privatpersonen (6%) oder von

Unternehmen (6%) geführt. Unter den öffentlich-rechtlichen Museen (30%) werden 18% von Gemeinden, 6% von Kantonen und 1% vom Bund verwaltet. Für die restlichen 6% sind andere öffentlich-rechtliche Korporationen oder Anstalten zuständig (z. B. Bezirke, Bürgergemeinden, öffentlich-rechtliche Stiftungen).

Die Schweizer Museen zählten 2016 insgesamt 13,2 Mio. Eintritte. Die Besucheranzahl variiert jedoch stark: Fast drei Viertel der Museen kamen auf weniger als 5000 Eintritte, während eine kleine Minderheit (5,1%) 50 000 und mehr Eintritte verzeichnete. Die 56 meistbesuchten Museen registrierten 2016 rund

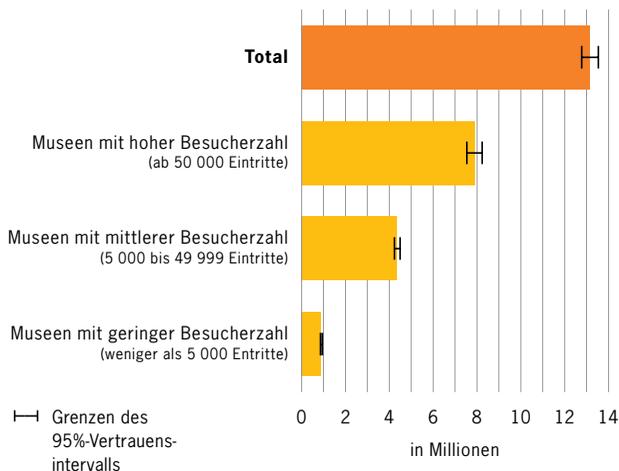
7,9 Mio. Eintritte; das sind mehr als die Hälfte der Gesamteintritte im Jahr 2016. Auf die am wenigsten besuchten Museen (das heisst jene mit weniger als 5000 Eintritten) entfallen weniger als 1 Mio. Eintritte (rund 903 000). Mit anderen Worten: Knapp drei Viertel der Museen (793 von 1108) verzeichnen insgesamt weniger als 10% der Eintritte.

### Die Schweizer Kinolandschaft

Zwei Drittel der Schweizer Wohnbevölkerung waren im Jahr 2014 mindestens 1-mal im Kino. In der französischsprachigen (68%) und in der deutschsprachigen Schweiz (66%) ist der Anteil Kinobesucherinnen und -besucher höher als in der italienischsprachigen Schweiz (58%). In ländlichen Gebieten gibt es weniger Kinogänger als in Städten und Agglomerationen. Grosse Unterschiede gibt es beim Alter: 91% der 15- bis 29-Jährigen schauten sich einen Film im Kino an, bei den 60- bis 74-Jährigen sind es 48% und ab 75 Jahren noch 28%. Auch das Ausbildungsniveau spielt eine Rolle: 76% der Personen mit tertiärem Bildungsabschluss sind Kinogänger, bei Personen mit Sekundarstufe-I-Abschluss sind es 54%.

Im Jahr 1931 gab es in der Schweiz 325 (Einsaal-)Kinos. Das Maximum war 1963 und 1964 mit 646 Betrieben erreicht worden. Danach nahm die Zahl der Säle und Eintritte (1980 bsp. ca. 21 Mio.) bis Anfang der 1990er-Jahre kontinuierlich ab und erreichte 1992 einen ersten Tiefpunkt (302 Kinos bzw. 382 Säle und 15 Mio. Eintritte). Mit dem Entstehen von Kinokomplexen und Multiplexkinos hat die Zahl der Säle wieder zugenommen, nicht aber die der Eintritte (2016: 575 Säle und 13,4 Mio. Eintritte).

Anzahl Eintritte nach Besucherzahl der Museen, 2016 **G 16.8**



Das Filmangebot hat sich unter dem Einfluss der Digitalisierung stark verändert. Zu Beginn der 2000er-Jahre wurden in der Schweiz jährlich gegen 1300 Filme vorgeführt, heute bewegt sich diese Zahl um 1850. Während der Anteil der Erstaufführungen konstant bei rund einem Viertel aller vorgeführten Filme geblieben ist, hat der Anteil an Schweizer Filmen seit 2000 tendenziell zugenommen und ist von rund 10% auf knapp 16% angestiegen (138 von 1328 Filmen im Jahr 2000 gegenüber 299 von 1857 Filmen 2016). Im gleichen Zeitraum stieg auch der Anteil an europäischen Filmen von 39% auf 44%, und dies hauptsächlich auf Kosten amerikanischer Filme, deren Anteil von 40% auf 26% sank. Diese Verschiebungen im Filmangebot spiegeln sich allerdings nur bedingt in der Verteilung der Eintrittszahlen: Der Anteil Eintritte für amerikanische Filme liegt 2016 immer noch bei knapp 70%.

### **Kulturfinanzierung**

Von 2008 (2,34 Mrd. Fr.) bis 2015 (2,88 Mrd. Fr.) stieg die öffentliche Kulturfinanzierung um 23,1%. Inflationsbereinigt entsprach dies einem realen Zuwachs von 25,2%. Der Betrag entsprach 2015 0,44% des Bruttoinlandprodukts. Von den Kulturfinanzierungsbeiträgen über 2,88 Mrd. Fr. wurden 47,9% von den Gemeinden (der ersten Ebene der Kulturförderung), 41,6% von den Kantonen und 10,5% vom Bund übernommen. Der Bereich «Konzert und Theater» war dabei mit insgesamt 757,3 Mio. Fr. der grösste Empfänger.

Die Gemeinden, die Kantone und der Bund setzen ihre Kulturausgaben unterschiedlich ein. So erbringen die Gemeinden hauptsächlich Leistungen im unmittelbaren Umfeld der Bevöl-

kerung wie beispielsweise in den Bereichen Bibliotheken sowie Konzert und Theater. Die Kantone sind demgegenüber beispielsweise in der Denkmalpflege und im Heimatschutz aktiv. Der Bund engagiert sich seinerseits am stärksten für Kulturbereiche, die speziell zu seinen Aufgaben gehören oder von gesamtschweizerischer Bedeutung sind, wie die Bereiche «Massenmedien» und «Film und Kino».

Deutlich mehr als die öffentliche Hand geben die privaten Haushalte in der Schweiz für Kultur und Medien aus. Um neue Entwicklungen im Medienbereich (namentlich den Trend zu Kombi-Abonnements für Telefonie, Internet, TV) besser abzubilden, wurde die Berechnungsmethode revidiert. Demnach wendeten die privaten Haushalte im Jahr 2015 insgesamt knapp 15,7 Mrd. Fr. für den Kulturbereich (inkl. Medien) auf, was einem Betrag von 356 Fr. pro Haushalt und Monat sowie einem Anteil von 6,7% an den gesamten Konsumausgaben der privaten Haushalte entspricht. Im Vergleich zu 2012 sind die Gesamtausgaben aller Haushalte leicht angestiegen (von 15,2 auf knapp 15,7 Mrd. Fr. pro Jahr), wohingegen die monatlichen Ausgaben eines einzigen Durchschnittshaushalts in der gleichen Zeit von 370 auf 356 Fr. abgenommen haben. Eine etwas grössere Anzahl von Haushalten gibt also insgesamt leicht mehr aus für Kultur und Medien, wobei der durchschnittliche Betrag des Einzelhaushalts etwas gesunken ist. Bei der Detailanalyse der Kultur- und Medienausgaben (Durchschnittswerte 2012–2014) ist ersichtlich, dass die privaten Haushalte am meisten für Medien ausgeben. Die Ausgaben für den Zugang zum Internet (inkl. Kombi-Abonnemente) sind mit knapp 6,3 Mrd. Fr. der bei weitem grösste Ausgabenposten des Kulturbereichs. Für Inhalte und Dienstleistungen im audio-

visuellen Bereich, welche unter anderem Ausgaben für Fernseh- und Radioangebote sowie für das Kino zusammenfassen, wurden durchschnittlich 2,5 Mrd. Fr. pro Jahr ausgegeben. Je rund ein Achtel der jährlichen Kulturausgaben (inkl. Medien) machen die Aufwendungen für Abspiel- und Empfangsgeräte (TV, Radio, DVD-Player, Computer usw.) sowie für gedruckte Inhalte (Zeitungen, Zeitschriften, Bücher usw.) aus. Wird der Medienbereich ausgeklammert, geben die privaten Haushalte mit 722 Mio. Fr. am meisten für Theater und Konzerte aus.

# Glossar

## ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line)

Hochgeschwindigkeitstechnologie (Breitband), die die herkömmliche zweiadrige Kupferleitung des Telefons zur Übertragung nutzt. Es gibt mehrere Varianten dieser abonnierten digitalen Verbindungstechnik (Digital Subscriber Line), wobei die bekannteste Version ADSL ist. Als asymmetrisch wird die Verbindung deshalb bezeichnet, weil der ausgehende Datentransfer (vom Netz zum Rechner) eine höhere Kapazität besitzt als der eingehende.

## Auflage (Zeitungen)

Anzahl Exemplare einer Zeitung, die je Ausgabe verkauft und/oder verteilt werden. Das Zählverfahren ist über eine Vereinbarung der Branchenverbände geregelt.

## Film

Ein **Film im Sinne der Film- und Kinostatistik** ist ein zur Vorführung im Kinosaal produziertes audiovisuelles Werk (freie Produktion für das Kino). Ein Film kann zudem am Fernsehen ausgestrahlt, als Video, DVD oder BluRay herausgegeben oder über das Internet und Video-on-Demand-Dienste (VoD) zugänglich gemacht werden. Er kann durch verschiedene Attribute definiert werden, so beispielsweise durch den Titel, den Regisseur, den Produzenten, die Schauspieler usw.

Eine **Erstaufführung** ist ein Film, dessen Filmstart im aktuellen Berichtsjahr stattfand. **Reprisen** werden in Abgrenzung zu Erstausführungen als Filme definiert, die ihren offiziellen Filmstart im Vorjahr hatten

und weiterhin aufgeführt wurden oder – im eigentlichen Sinne einer Reprise – die nach einer Unterbrechung wieder in ein Kinoprogramm aufgenommen worden sind. Die Erstausführungen und die Reprisen ergeben zusammen die Gesamtzahl der pro Jahr vorgeführten Filme. **Kurzfilme** dauern weniger als 60 Minuten, **Langfilme** 60 Minuten oder länger.

## Hochgeschwindigkeits-Internetanschlüsse (Breitband)

Es gibt keine allgemeine Definition von Breitbandanschlüssen. Generell gilt eine Verbindung als Breitband, wenn sie eine Übertragungsrate von mehr als 256 Kbit/s aufweist. Die bekanntesten Breitbandverbindungen sind ADSL und Kabelmodem (CATV). Andere Breitbandtechnologien umfassen u. a. Internetanschlüsse via Satellit oder via Glasfaserleitungen, via Stromnetz (PLC – Powerline Communications), LAN (Local Area Network) Ethernet sowie via Hertz-Dienste (WiMAX, UMTS).

## IKT

Informations- und Kommunikationstechnologien.

## Kaufzeitungen

Gebührenpflichtige Zeitungen, die Informationen von allgemeinem Interesse enthalten, sich an die breite Öffentlichkeit richten und mindestens einmal wöchentlich erscheinen.

## Kino

Ein **Kino** ist ein speziell ausgestatteter Ort mit einem oder mehreren Kinosälen, an welchem private oder öffentliche Filmvorführungen stattfinden. Ein **Kinokomplex** ist ein Kino, das zwischen zwei und sieben Kinosäle an einem Ort umfasst, während ein **Multiplexkino** mindestens acht Kinosäle an einem Ort umfasst.

Ein **Kinosaal** ist ein Ort für die öffentliche Vorführung von Filmen, der über Sitzgelegenheiten und über eine Projektions- und Tonausstattung verfügt. Jeder Saal muss beim Bundesamt für Kultur registriert sein. Je nach Kanton braucht ein Saal für die Filmvorführung eine Bewilligung.

Ein kommerzieller Saal ist ein Kinosaal, in welchem Filme aus rein kommerziellen Gründen vorgeführt werden. Kommerzielle Säle unterliegen einer Meldepflicht gegenüber den Behörden (Steuer-, Handels-, Kulturbehörden usw.) und müssen den Filmverleihern eine genaue Abrechnung der Eintritte und Einnahmen vorlegen. Kinotheken sowie die meisten Festivals gehören nicht zu dieser Kategorie.

## Kulturausgaben der privaten Haushalte

Ausgaben der privaten Haushalte in der Schweiz für Inhalte, Dienstleistungen, Güter und Geräte im Bereich der Kultur. Die Kulturausgaben der privaten Haushalte stammen aus der Haushaltsbudgeterhebung (HABE) des BFS. Die kulturrelevanten Posten der HABE wurden gemäss den Empfehlungen von Eurostat ausgewählt und schliessen Ausgaben im Bereich der Medien ein.

## Kulturverhalten

Der Begriff **«Kultur»** lässt sich unterschiedlich weit fassen bis hin zu Lebensweisen oder zu Wertesystemen. Für die Statistik des Kulturverhaltens wurde zunächst ein Kulturbegriff im engeren Sinne gewählt. Danach

versteht man unter **Kulturverhalten** einerseits Aktivitäten wie den Besuch von Konzerten, von Kinos, von Festivals oder von historischen Stätten. Andererseits umfasst dieser Kulturbegriff auch Aktivitäten, die man selber – als engagierter Amateur – betreibt (z. B. ein Instrument spielen, malen) wie auch die Nutzung von Schrift- sowie audiovisuellen Medien (Bücher, Comics, Fernsehen, Radio usw.). Breitere Freizeitaktivitäten können zudem punktuell ebenfalls in die Analysen einbezogen werden.

## Museum

Gemäss dem Internationalen Museumsrat (ICOM) ist ein Museum «eine gemeinnützige, auf Dauer angelegte, der Öffentlichkeit zugängliche Einrichtung im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung, die zum Zwecke des Studiums, der Bildung und des Erlebens materielle und immaterielle Zeugnisse von Menschen und ihrer Umwelt beschafft, bewahrt, erforscht, bekannt macht und ausstellt» (Statuten des ICOM, Artikel 3, Abschnitt 1). Verschiedene Einrichtungen mit Museumscharakter werden in der Erhebung nicht berücksichtigt, darunter Ausstellungsorte ohne Sammlungen, Sammlungen ohne Ausstellungsraum, Zoos und botanische Gärten sowie Archive und Bibliotheken, die einen Teil ihres Bestandes in ihren Räumen ausstellen.

## Öffentliche Kulturfinanzierung

Summe der konsolidierten Ausgaben der Gemeinden, der Kantone und des Bundes – nach Abzug aller kulturrelevanten Transferzahlungen zwischen den Staatsebenen auf der Empfängerseite – für folgende Bereiche: Bibliotheken, Museen und bildende Kunst, Konzert und Theater, allgemeine Kulturförderung, Denkmalpflege und Heimatschutz, Film und Kino, Massenmedien sowie Forschung und Entwicklung in Kultur und Medien.