

Medienwirtschaft

Mythos Wachstumsbranche

Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Medienwirtschaft ist durch die Entwicklung der Kommunikations- und Informationstechnologien in den letzten 20 Jahren nicht gestärkt, sondern eher geschwächt worden. Die lange gehegte Hoffnung, dass auch die Medienwirtschaft im Zuge der IT-Revolution zu einem Wachstumssektor avancieren könnte, haben sich als trügerisch erwiesen.

Dies stellte der Medienökonom Prof. Dr. Wolfgang Seufert auf Basis der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung des Statistischen Bundesamtes in einer Analyse fest, die er für die Fachpublikation «MedienWirtschaft» erstellte. Die systematisch ausgewerteten Branchendaten geben Auskunft über die Lohn- und Rentabilitätsentwicklungen in Film, TV und Rundfunk, Verlagswesen, Werbung und Druck in Deutschland, dürften tendenziell aber auch für viele andere Volkswirtschaften gelten. Der Analyse zufolge ist der Anteil der Medienbranche an der Wertschöpfung der deutschen Wirtschaft zwischen 1991 und 2011, und im Wesentlichen in der zweiten Dekade seit 2001, von rund 2% auf 1,8% gefallen. Die Verluste seien darauf zurückzuführen, dass sich aufgrund der Gratismentalität im Internet die Ausgaben für Medieninhalte am gesamten Konsum in Deutschland von 2,6% auf noch 2,2% im Jahr 2011 verringert haben. Zudem sind die Werbeeinnahmen der Medien in dieser Zeit um rund 2,5 Mrd. Euro eingebrochen. Der Zuwachs der Onlinewerbung konnte die Verluste im Werbemarkt also bei Weitem nicht ausgleichen.

Die Druckindustrie und in der Verlagswirtschaft kam es zu beträchtlichen Beschäftigungsverlusten. In den Druckereien gingen in den 20 Jahren von 1991 bis 2011 rund 185.000 Arbeitsplätze und damit fast die Hälfte aller Stellen verloren, bei den Verlagen fielen rund 85.000 Stellen weg, wobei fast die Hälfte der Verluste allein in den letzten fünf Jahren angefallen sind, also in der Phase der sich verschärfenden Marktkonsolidierung auch bei den Zeitungsverlagen.

Medienpolitisch brisant könnte das Ergebnis der Analyse sein, wonach die Rentabilität der Medienunternehmen trotz der weitreichenden Veränderungen nicht gelitten hat. Im Gegenteil fällt die Rentabilität immer noch in allen Teilbranchen der Medienwirtschaft weit überdurchschnittlich aus, und gerade in der Verlagswirtschaft ist sie im Zuge der Marktkonsolidierung seit 2006 sogar stark angestiegen: Die Verlagsüberschüsse haben sich seitdem insgesamt mehr als verdoppelt.

Die Gründe hierfür liegen in einem im Vergleich zur Gesamtwirtschaft unterdurchschnittlichen Anstieg der Lohnkosten und in einer gleichzeitig steigenden Pro-Kopf-Produktivität aufgrund des umfangreichen Stellenabbaus.

➤ www.medienwirtschaft-online.de

Kommentar: Vor dem Hintergrund dieser Analyse kommen doch arge Zweifel auf, ob die derzeitige Politik der Verleger, so massiv auf die digitale Schiene zu setzen, auf Dauer von Erfolg gekrönt ist. Die genannten Gewinne wurden mit Print eingefahren, nicht aber mit Apps und Tablet-Publikationen.



Kasimir Meyer AG FÜHRUNGSWECHSEL UND NACHFOLGE-REGELUNG

Nach 20-jähriger Tätigkeit in der Geschäftsleitung und als Mitinhaber der Kasimir Meyer AG will Cyrill Heimgartner beruflich kürzertreten, seinen 50%-Anteil verkaufen und sich neuen Tätigkeiten zuwenden. Zusammen mit Mitinhaber Christof Nietlispach hat Cyrill Heimgartner die Kasimir Meyer AG seit 1994 zu einem renommierten Druckunternehmen entwickelt. Als Nachfolger tritt Beni Kiser an seine Stelle. Der 41-jährige war vorher unter anderem bei Ringier, Tamedia und Famo Druck tätig. Mit dem Führungswechsel gibt sich die Kasimir Meyer AG eine neue Struktur und führt die Bereiche Verlag und grafischer Betrieb in zwei Firmen weiter.

➤ www.kasi.ch

DruckChemie

Die Quelle der Druckqualität



DruckChemie **entwickelt, produziert, liefert** und **entsorgt** nahezu alle **technisch-grafischen Flüssigkeiten** und Verbrauchsmaterialien für den Druck. **Gesundheitsschonende Produkte** und das **zertifizierte**

Entsorgungsangebot bezeugen unsere Verpflichtung gegenüber Mensch und Natur. Mit **innovativen Technologien** und **umfangendem Service** tragen wir dazu bei, dass Ihre Druckerei **perfekte Ergebnisse** erzielt.

DC DruckChemie Schweiz AG
Schöneich
6265 Roggliswil
Tel. 062-747 30 30
Fax 062-754 17 39
dc-schweiz@druckchemie.com
www.druckchemie.com

DRUCK CHEMIE
Print Liquids Technology