

16

Kultur, Medien, Informationsgesellschaft, Sport

1396-1100

Kulturausgaben der privaten Haushalte in der Schweiz

2006–2011



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Bundesamt für Statistik BFS

Neuchâtel, 2013

Einleitung

Wie hoch sind die Kulturausgaben der privaten Haushalte in der Schweiz, auf welche Posten verteilen sie sich und wie haben sie sich in den letzten Jahren verändert? Antworten darauf sind dank den Informationen aus der Haushaltsbudgeterhebung (HABE) des BFS möglich und werden mit der vorliegenden Publikation erstmals vorgestellt. Die HABE erlaubt auch Aussagen über den Zusammenhang von Einkommen, Alter oder Ausbildungsstand und den getätigten Kulturausgaben oder über Unterschiede der Haushaltsausgaben nach Gemeindetypen. Ergänzt wird die vorliegende Publikation mit umfangreichen Tabellen auf dem Internetportal des BFS.

Die Ausgabeposten für Kultur wurden in Anlehnung an die Eurostat-Empfehlungen (Eurostat, 2012) definiert, wobei insbesondere bei der Berücksichtigung des Internets auch die Vorschläge des UNESCO Institute for Statistics (UIS) (UNESCO, 2009) mit einbezogen wurden. Die Medienausgaben werden damit als Teil der Kulturausgaben betrachtet. Die verschiedenen Ausgabeposten für Kultur werden in zwei Hauptgruppen zusammengefasst: *Inhalte und Dienstleistungen* sowie *Geräte und Güter* (siehe Anhang für eine detaillierte Aufstellung der Kulturausgaben).

Zu den Haushaltsausgaben für *Inhalte und Dienstleistungen* gehört der Erwerb von gewissermassen Immateriellem wie Filme, Musik und Literatur – unabhängig davon, ob nun der «Träger» dieser Inhalte physisch ist (Bücher, CDs, DVDs) oder digital (Downloads, VoD u.a.). Auch der Zugang zum Internet oder zum Fernseh- und Radioangebot, wie auch ein Museums- oder Kinobesuch sowie die Unterstützung von kulturellen Vereinigungen gehören in diese Kategorie.

Die Haushaltsausgaben für *Geräte und Güter* umfassen den Erwerb von Kunstwerken sowie den Kauf (oder die Reparatur) von materiellen Gütern, welche kulturelle Inhalte übermitteln können (TV, Radio, Computer) oder kreative Betätigungen ermöglichen (Musikinstrumente, Fotoapparate usw.).

Ein wichtiger Hinweis: Damit statistisch zuverlässige Aussagen gemacht werden können, werden zur Vergrösserung der Fallzahl meist Durchschnittswerte aus drei Jahren (2009–2011 oder auch 2006–2008) verwendet. Weiterführende Informationen und methodische Hinweise finden sich im Anhang.

Jährliche Kulturausgaben aller Schweizer Haushalte

Durchschnittliche Kulturausgaben 2009–2011: Grösste Ausgabeposten im Medienbereich

Zwischen 2009 und 2011 betrug die gesamten Kulturausgaben der privaten Haushalte durchschnittlich 11 Milliarden Franken pro Jahr, beziehungsweise 272 CHF pro Monat und Haushalt. Dies entspricht einem Anteil von etwa 5% der gesamten Konsumausgaben der privaten Haushalte. Der grösste Teil der Kulturausgaben betrifft mit 7,7 Milliarden Franken (190 CHF pro Monat und Haushalt) *Inhalte und Dienstleistungen*, während 3,3 Milliarden Franken (82 CHF pro Monat und Haushalt) für *Geräte und Güter* ausgegeben wurden. Die Grafik G1 (siehe Anhang für Ausführungen zu den Vertrauensintervallen) zeigt, dass die vier grössten Posten der jährlichen Ausgaben der Haushalte für Kultur im Bereich der Medien anzusiedeln sind:

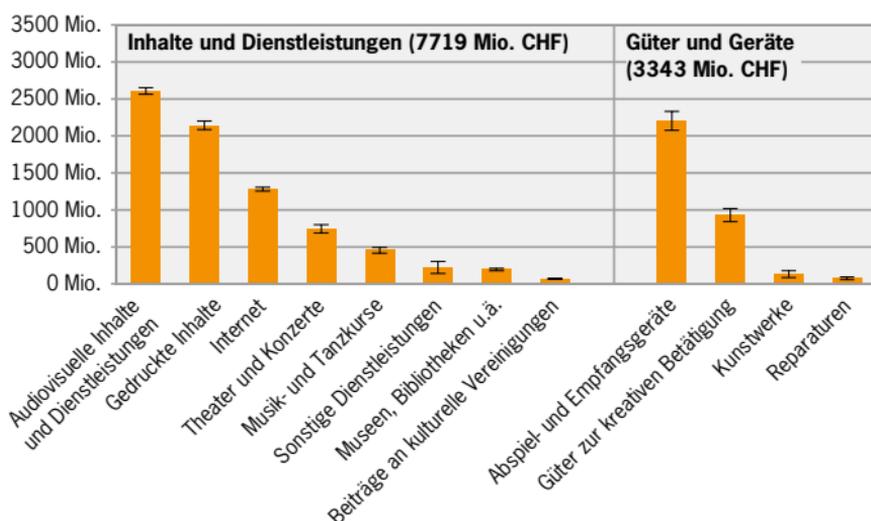
- 2,6 Milliarden Franken für Inhalte und Dienstleistungen im audiovisuellen Bereich (64 CHF pro Monat und Haushalt):
1967 Mio. CHF für Abonnemente und Empfangsgebühren für Radio und Fernsehen (48 CHF), 436 Mio. CHF für Tonträger und Video (11 CHF) sowie 206 Mio. CHF für das Kino (5 CHF)
- 2,2 Milliarden Franken für Abspiel- und Empfangsgeräte (54 CHF pro Monat und Haushalt):
Computer und Modem 1045 Mio. CHF (26 CHF), Fernseh- und Videogeräte (DVD, Blu-ray, VHS etc., inkl. Zubehör) 872 Mio. CHF (21 CHF) sowie Radio- und Audiogeräte 286 Mio. CHF (7 CHF)
- 2,1 Milliarden Franken für gedruckte Inhalte (53 CHF pro Monat und Haushalt):
Zeitungen und Zeitschriften 1325 Mio. CHF (33 CHF), Bücher und Broschüren 817 Mio. CHF (20 CHF)
- 1,3 Milliarden Franken für den Zugang zum Internet (31 CHF pro Monat und Haushalt).

Etwa vier Fünftel der Kulturausgaben fallen in den Bereich der Medien. Wird der Medienbereich ausgeklammert, stellen die Ausgaben für Theater und Konzerte mit 745 Millionen Franken (18 CHF pro Monat und Haushalt) den grössten Posten für *Inhalte und Dienstleistungen* dar.

Für Güter zur kreativen Betätigung – wie Foto- und Filmapparate, Musikinstrumente sowie Schreib- und Zeichenmaterial – wurden jährlich 930 Millionen Franken (23 CHF pro Monat und Haushalt) ausgegeben.

Durchschnittliche Jahresausgaben aller Haushalte zwischen 2009 und 2011

G 1



Quelle: HABE

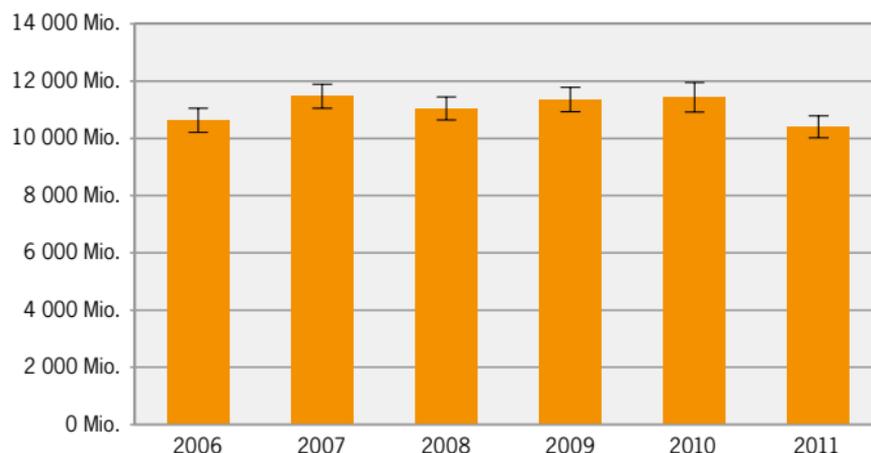
© BFS

Leichte Abnahme der Kulturausgaben im Jahr 2011

Die Kulturausgaben der Haushalte variieren – nach einem Anstieg im Jahre 2007 – bis 2010 nicht in signifikanter Weise. Ein Rückgang der Kulturausgaben um rund einen Zehntel ist zwischen 2010 (11,4 Milliarden Franken) und 2011 (10,4 Milliarden Franken) festzustellen (s. Grafik G2). Der Anteil der Kulturausgaben an den gesamten Konsumausgaben der Haushalte bewegt sich dabei von 2006 bis 2011 zwischen 5,3 % und 4,7%.

Jährliche Kulturausgaben aller Haushalte 2006–2011 im Überblick

G 2



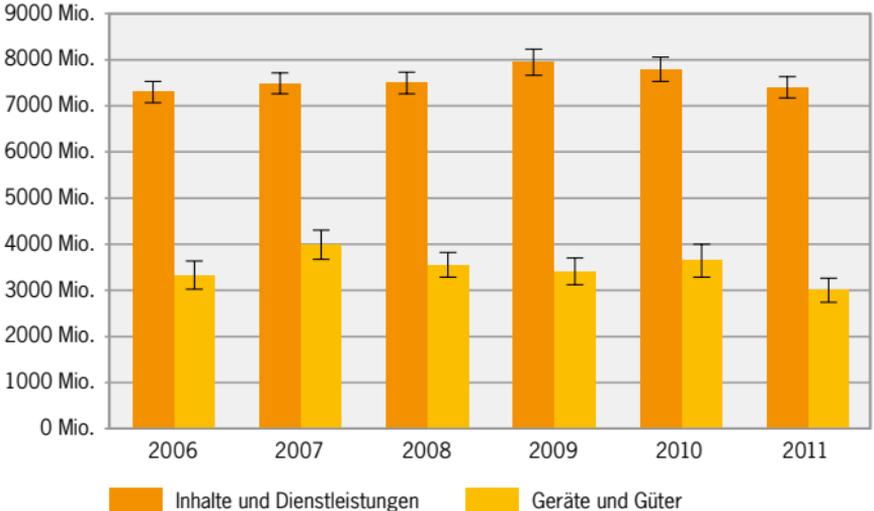
Quelle: HABE

© BFS

Zwischen 2010 und 2011 ist ein Rückgang der Kulturausgaben in fast allen Ausgabeposten festzustellen, sehr stark aber bei den Ausgaben für Abspiel- und Empfangsgeräte, welche von 2,4 auf 1,9 Milliarden Franken sanken. Hauptverantwortlich dafür ist ein deutlicher Rückgang um mehr als ein Drittel bei den Ausgaben für Fernseh- und Videogeräte (inklusive Zubehör) von 997 auf 618 Millionen Franken. Die Gründe hierfür können vielfältig sein: der Markt für moderne Flachbildschirmgeräte hat sicherlich eine gewisse Sättigung erreicht, wobei aber auch tiefere Preise den Rückgang der Haushaltsausgaben für TV-Geräte verursacht haben könnten.

Über die Jahre eher konstant ist hingegen das Verhältnis zwischen den zwei Unterkategorien der Kulturausgaben: Für *Inhalte und Dienstleistungen* wenden die Haushalte in etwa immer doppelt so viel auf wie für *Güter und Geräte* (s. Grafik G 3).

Jährliche Kulturausgaben aller Haushalte 2006–2011 nach Inhalte und Dienstleistungen sowie Güter und Geräte **G 3**



Quelle: HABE

© BFS

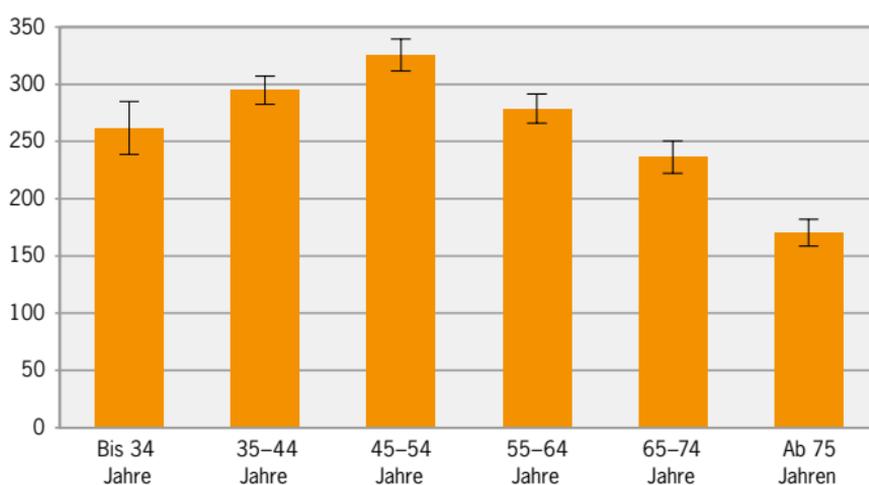
Monatliche Kulturausgaben nach sozio-demographischen Merkmalen (2009–2011)

Niedrige Kulturausgaben in fortgeschrittenem Alter

Die monatlichen Haushaltsausgaben im Kulturbereich sind mit zunehmendem Alter der Referenzperson – der Person mit dem höchsten Einkommen im Haushalt – bis zur Altersklasse von 45–54 Jahren steigend, in den oberen Altersklassen aber wieder abnehmend, wie die Grafik G 4 veranschaulicht.

Monatliche Kulturausgaben der Haushalte nach Altersklasse der Referenzperson

G 4



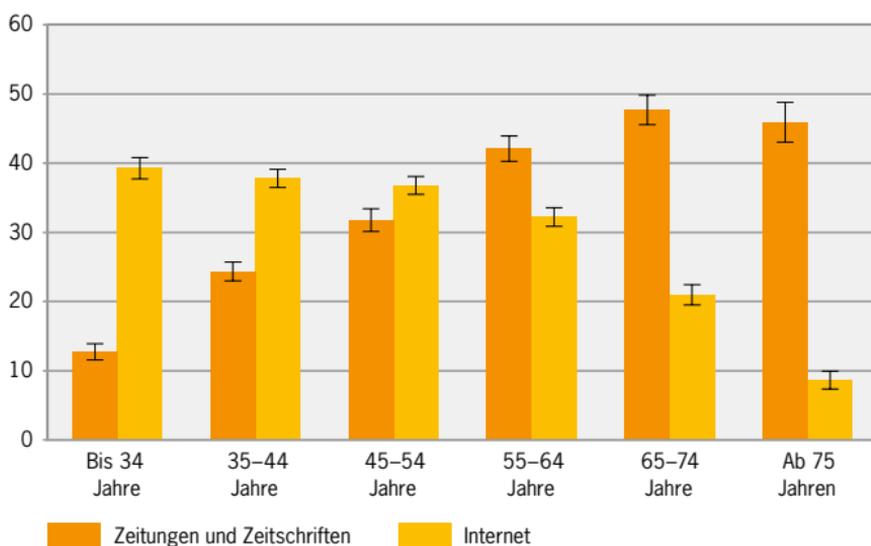
Quelle: HABE

© BFS

Bei der Betrachtung der gesamten Kulturausgaben ist es also eine der mittleren Altersklassen, die am meisten für die Kultur ausgibt. In einzelnen Sparten lassen sich aber auch andere Tendenzen erkennen (s. Grafik G 5).

Monatliche Haushaltsausgaben für Internet sowie Zeitungen und Zeitschriften nach Altersklasse der Referenzperson

G 5



Quelle: HABE

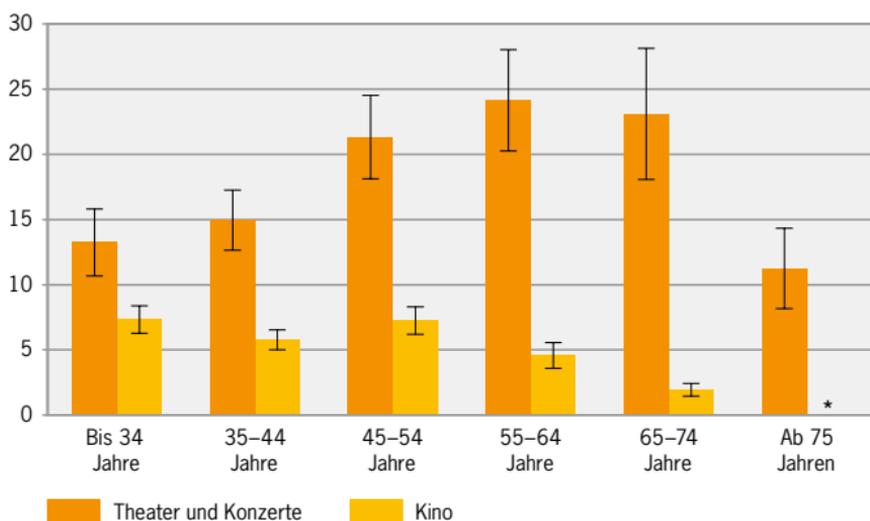
© BFS

Die Ausgaben für Zeitungen und Zeitschriften sind in den obersten drei Altersklassen am höchsten. Gegenteiliges lässt sich bei den Ausgaben für den Internetzugang beobachten, die tendenziell in Haushalten mit einer jüngeren Referenzperson hoch und ab der Altersklasse von 55–64 Jahren stark abnehmend sind. Diese Ergebnisse zeigen, dass das Internet in Haushalten mit älteren Referenzpersonen noch immer einen tieferen Stellenwert als in solchen mit jüngeren Referenzpersonen hat. Ältere Generationen sind mit traditionellen Medien aufgewachsen und dürften für diese auch mehr aufwenden als jüngere.

Eine ähnliche Schere zwischen den Ausgaben der unteren und oberen Altersklassen ist auch für die Bereiche Theater und Konzerte sowie Kinos erkennbar.

Monatliche Haushaltsausgaben für Theater/Konzerte und Kino nach Altersklasse der Referenzperson

G 6



* Keine Angaben zu den Ausgaben für das Kino in der obersten Altersklasse aufgrund zu niedriger Fallzahlen.

Quelle: HABE

© BFS

Die Grafik G6 zeigt, dass Haushalte mit einer älteren Referenzperson weniger für Kinobesuche, dafür mehr für Konzerte und Theater ausgeben als solche mit einer jüngeren Referenzperson. Auch die aktuellste Erhebung des BFS zum Kulturverhalten (BFS, 2011) zeigt, dass jüngere Menschen häufiger ins Kino gehen, was sich in höheren Ausgaben in diesem Bereich widerspiegelt. Die Häufigkeit der Theaterbesuche ist bei 45–74-jährigen Personen am höchsten, was sich ebenfalls mit den Ergebnissen in Grafik G6 deckt.

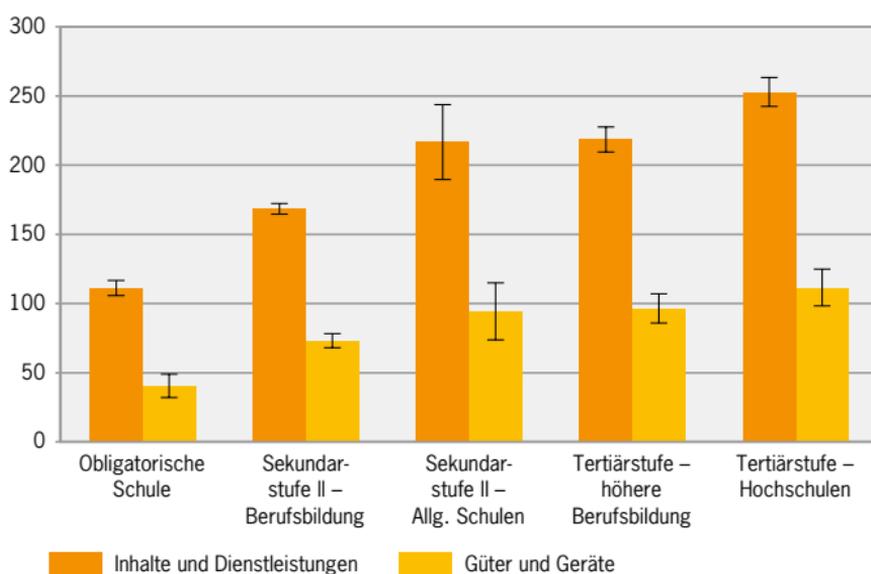
Hoher Ausbildungsstand, hohe Kulturausgaben

Wie die Erhebung des BFS zum Kulturverhalten zeigt, nehmen die kulturellen Aktivitäten im Allgemeinen mit steigendem Ausbildungsabschluss deutlich zu (BFS, 2011). Dies spiegelt sich auch in den Kulturausgaben der Haushalte wieder: Haushalte von Referenzpersonen mit einem Hochschulabschluss geben mit durchschnittlich 364 CHF im Monat 2,4 Mal mehr für Kultur aus als diejenigen, deren Referenzperson die obligatorische Schulzeit absolviert hat. Im Vergleich mit Haushalten von Referenzpersonen mit Berufsbildung sind es 1,5 Mal mehr.

Die Ausgaben für *Inhalte und Dienstleistungen* sind in der Gruppe mit dem höchsten Ausbildungsabschluss 2,3 Mal so hoch wie in der untersten Gruppe; für *Geräte und Güter* sind es sogar 2,8 Mal mehr (s. Grafik G7).

Monatliche Kulturausgaben der Haushalte nach dem Ausbildungsstand der Referenzperson

G 7

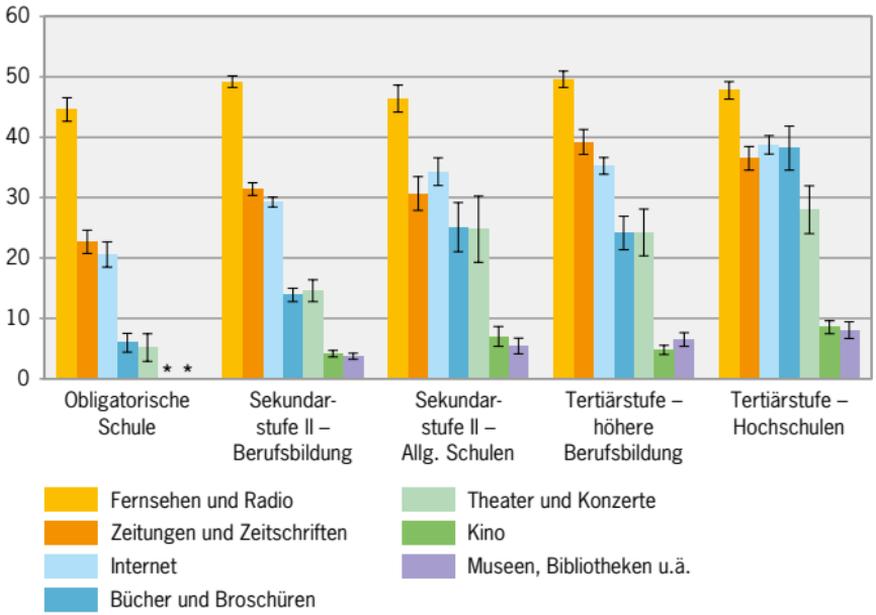


Quelle: HABE

© BFS

Die geringen Fallzahlen erlauben keinen detaillierteren Blick auf die einzelnen Posten im Bereich der *Güter und Geräte*, wohl aber auf gewisse ausgewählte Posten im Bereich der *Inhalte und Dienstleistungen* (s. Grafik G8).

Monatliche Ausgaben der Haushalte für Inhalte und Dienstleistungen nach dem Ausbildungsstand der Referenzperson **G 8**



* Diverse Dienstleistungen und Inhalte können aufgrund zu niedriger Fallzahlen nicht dargestellt werden (bspw. Kino und Museen für den untersten Ausbildungsabschluss oder Film sowie Musik- und Tanzkurse u.a. für alle Gruppen).

Quelle: HABE

© BFS

Ein deutlicher Zusammenhang mit dem Ausbildungsstand der Referenzperson zeigt sich in den Haushaltsausgaben für Bücher und Broschüren. Diese steigen vom tiefsten Ausbildungsabschluss zum höchsten um mehr als das Sechsfache von monatlich 6 CHF auf 38 CHF. Diese Tendenz stimmt ebenfalls mit den Ergebnissen bezüglich des Kulturverhaltens überein (BFS, 2010a): Je höher der Ausbildungsstand, desto häufiger wird gelesen. Dies spiegelt sich offensichtlich auch in den Ausgaben wieder – wobei aber auch das verfügbare Einkommen eine Rolle spielen kann (siehe Kapitel zum Einkommen, bzw. Anhang für weitere Ausführungen zu Einkommen, Alter und Ausbildungsstand).

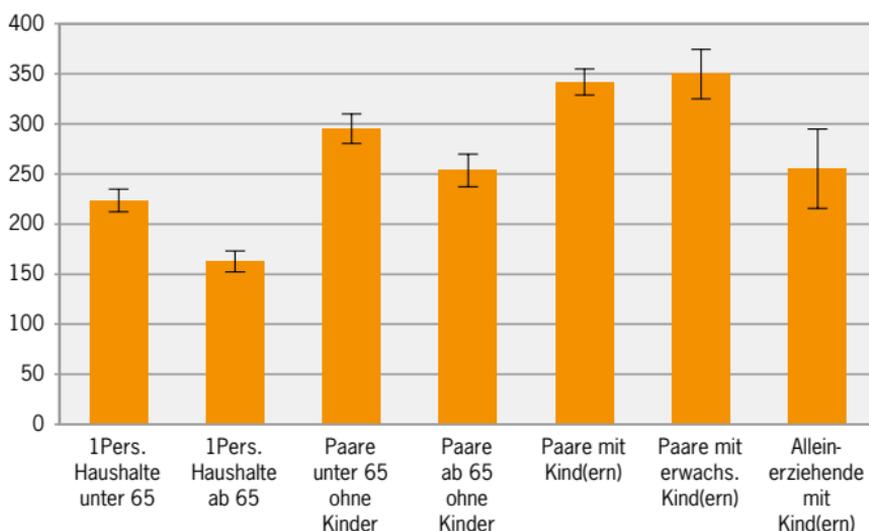
Allgemein fällt in der Grafik G8 auf, dass – wenn auch die Differenzen unterschiedlich hoch sind – mit höherem Ausbildungsabschluss der Referenzperson für viele verschiedene Sparten mehr ausgegeben wird, was der auch im Kulturverhalten beobachteten «Kumulierung» von kulturellen Aktivitäten mit zunehmendem Ausbildungsstand entspricht (BFS, 2011). Am wenigsten werden die Ausgaben für TV- und Radioabonnemente vom Ausbildungsstand beeinflusst. Diese sind unabhängig von der absolvierten Ausbildung nahezu konstant, was grösstenteils mit den für jeden Haushalt gleich hohen (und obligatorischen) Radio- und Fernsehempfangsgebühren (Billag) erklärt werden kann.

Haushaltstypen: Haushaltsgrösse und Alter der Referenzperson als gewichtige Faktoren

Das Alter der Referenzperson und die Haushaltsgrösse sind auffällige Einflussgrössen bei der Betrachtung der Kulturausgaben nach Haushaltstypen. Einpersonenhaushalte ab 65 Jahren beispielsweise geben im Vergleich zu den anderen Haushaltstypen mit 163 CHF pro Monat erwartungsgemäss weniger für die Kultur aus (s. Grafik G9), da diese Haushalte nur aus einer Person bestehen und, wie bereits in den vorangehenden Kapiteln gezeigt, mit fortgeschrittenem Alter die Kulturausgaben tief sind. Am höchsten sind die Kulturausgaben in Paarhaushalten mit Kindern (342 CHF, bzw. 350 CHF mit erwachsenen Kindern).

Monatliche Kulturausgaben nach Haushaltstyp

G 9



Bemerkung: Andere Haushaltstypen können nicht dargestellt werden, weil deren Anzahl in der Stichprobe ungenügend ist. Die Altersangaben beziehen sich auf die Referenzperson.

Quelle: HABE

© BFS

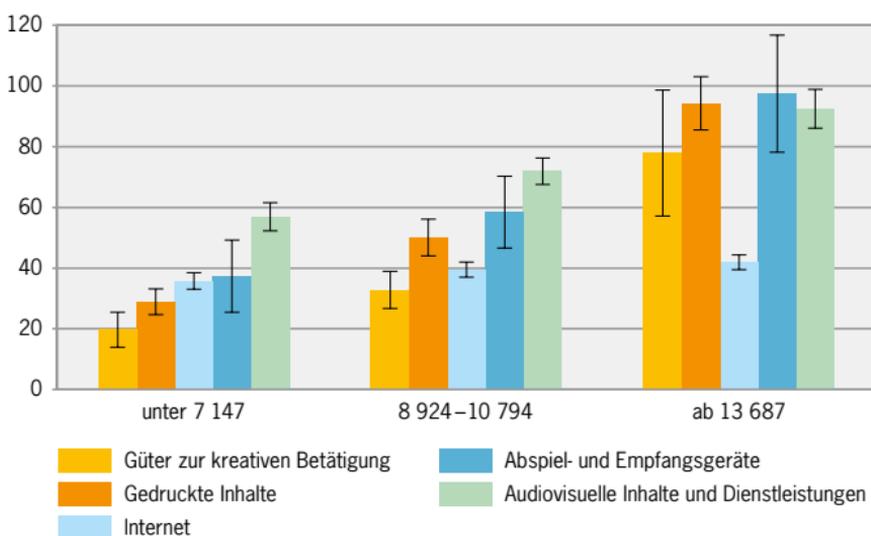
Der Blick auf die einzelnen Ausgabeposten bestätigt nochmals die Bedeutung des Alters bei den Ausgaben für Zeitungen und Zeitschriften sowie für den Internetzugang. Nebst Paarhaushalten mit erwachsenen Kindern geben nämlich Haushalte mit einer Referenzperson über 65 Jahren am meisten für Zeitungen und Zeitschriften aus. Gleichzeitig sind es ebendiese Haushalte mit einer älteren Referenzperson, die am wenigsten für das Internet aufwenden.

Hohes Einkommen ermöglicht hohe Kulturausgaben

Der Zusammenhang zwischen Einkommen und Kulturausgaben wird im Folgenden exemplarisch anhand eines weitverbreiteten Haushaltstyps analysiert: dem klassischen Familienhaushalt mit Kindern. Damit sollen andere Einflussgrößen wie das Alter und die Haushaltsgrösse weitgehend neutralisiert werden, denn in diesen Paarhaushalten ist das Alter weniger weit gestreut als in anderen Haushaltstypen, und die Haushalte bestehen immer aus mindestens drei Mitgliedern.

Die Höhe der Kulturausgaben in den Familienhaushalten mit Kindern hängt sehr stark mit dem Einkommen zusammen. Die Ausgaben sind in der obersten Einkommensgruppe mit 526 CHF pro Monat zweieinhalb Mal so hoch wie die Ausgaben in der untersten Gruppe (207 CHF). Bei den meisten Ausgabeposten ist dieser Trend zu beobachten, wie die Grafik G 10 zeigt (siehe Anhang für Ausführungen zu den Einkommensgruppen und Quintilen).

Monatliche Kulturausgaben von Familienhaushalten mit Kindern in ausgewählten Bereichen nach Einkommensgruppen G 10



Bemerkung: In dieser Grafik ist das unterste, das mittlere und das oberste Quintil des Einkommens für Familienhaushalte abgebildet. Die nicht gezeigten Sparten konnten aufgrund zu niedriger Fallzahlen nicht einbezogen werden.

Quelle: HABE

© BFS

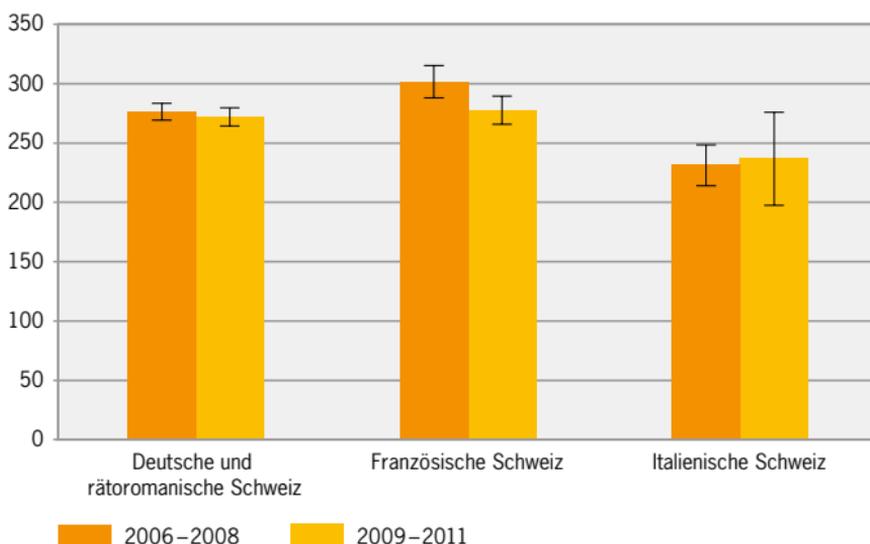
Für gedruckte Inhalte, wie Bücher, Zeitungen und Zeitschriften, geben unsere «Beispiel»-Haushalte in der untersten Einkommensgruppe mit 29 CHF pro Monat über drei Mal weniger aus als Haushalte in der obersten Einkommensgruppe (94 CHF). Die Ausgaben für Abspiel- und Empfangsgeräte, wie Fernseher, Radiogeräte oder DVD-Player, variieren beispielsweise ebenfalls sehr stark zwischen der untersten und der obersten Einkommensgruppe (37 CHF, bzw. 97 CHF). Auf die Ausgaben der Familienhaushalte für das Internet hat das Einkommen allerdings kaum Einfluss.

Monatliche Kulturausgaben nach räumlichen Merkmalen (2009–2011)

Keine signifikanten Unterschiede zwischen den drei Sprachregionen

Von 2009 bis 2011 wurden in der Deutschschweiz durchschnittlich 272 CHF pro Haushalt und Monat für die Kultur ausgegeben, in der französischen Schweiz 278 CHF und in der italienischen Schweiz 237 CHF. Die Unterschiede zwischen den Sprachregionen sind allerdings statistisch nicht signifikant. Lediglich in den Jahren von 2006 bis 2008 sind in der italienischen Schweiz leicht tiefere Kulturausgaben im Vergleich zu den anderen zwei Sprachregionen festzustellen (s. Grafik G 11). Dies könnte bedeuten, dass sich die Kulturausgaben der Haushalte in den drei Sprachregionen langsam angleichen.

Monatliche Kulturausgaben der Haushalte nach Sprachregionen 2009–2011, im Vergleich zu 2006–2008 **G 11**



Quelle: HABE

© BFS

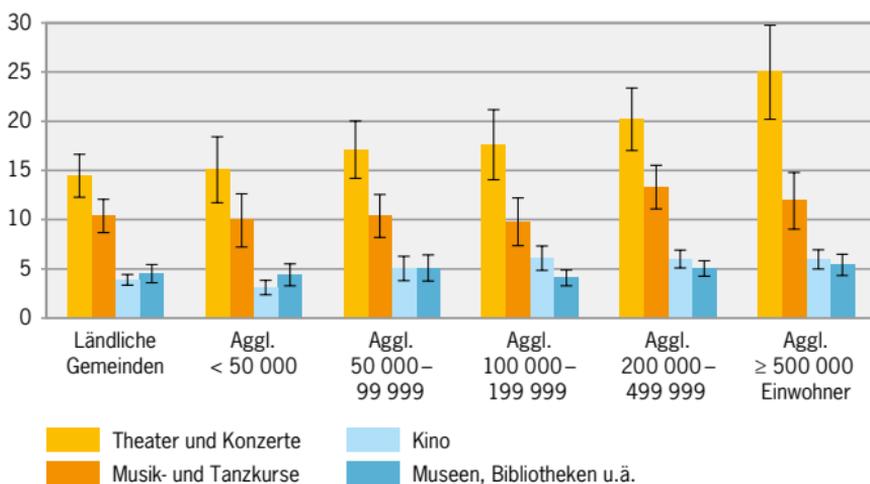
In den einzelnen Sparten sind signifikante Unterschiede in den Jahren 2009–2011 beispielsweise im Bereich der audiovisuellen Inhalte und Dienstleistungen erkennbar. Hierfür wurde in der französischen Schweiz mit 74 CHF pro Haushalt und Monat mehr ausgegeben als in der Deutschschweiz und in der italienischen Schweiz (je 61 CHF).

Leicht niedrigere Ausgaben für Theater, Konzerte und Kino in ländlichen Gebieten

Der Vergleich zwischen den Kulturausgaben in Agglomerationsgemeinden und ländlichen Gemeinden bietet sich vor allem für Bereiche wie beispielsweise Theater, Konzerte, Kino und Museen an, in denen es grosse regionale Unterschiede im Angebot gibt. Denn diese Unterschiede können sich letztlich auf die Höhe der Ausgaben auswirken. Diese je nach Gemeindetyp unterschiedlich stark angebotenen Dienstleistungen sind in der Graphik G 12 abgebildet. Der Vergleich zwischen ländlichen Gemeinden und Agglomerationen verschiedener Grösse zeigt, dass vor allem im Bereich Theater und Konzerte sowie Kino in ländlichen Gebieten weniger ausgegeben wird als in grösseren Agglomerationen.

Monatliche Ausgaben der Haushalte für ortsgebundene Bereiche nach Agglomerationsgemeinden und ländlichen Gemeinden

G 12



Quelle: HABE

© BFS

Für *Güter und Geräte* ist ein solcher Vergleich wenig fruchtbar, da diese – auch dank Online-Shops – überall erworben werden können und so keine regionalen Differenzen zu erwarten sind. Dies gilt auch für gewisse Posten der Kategorie *Inhalte und Dienstleistungen*, wie Zeitungen, Zeitschriften, Internet, sowie Fernseh- und Radiogebühren.

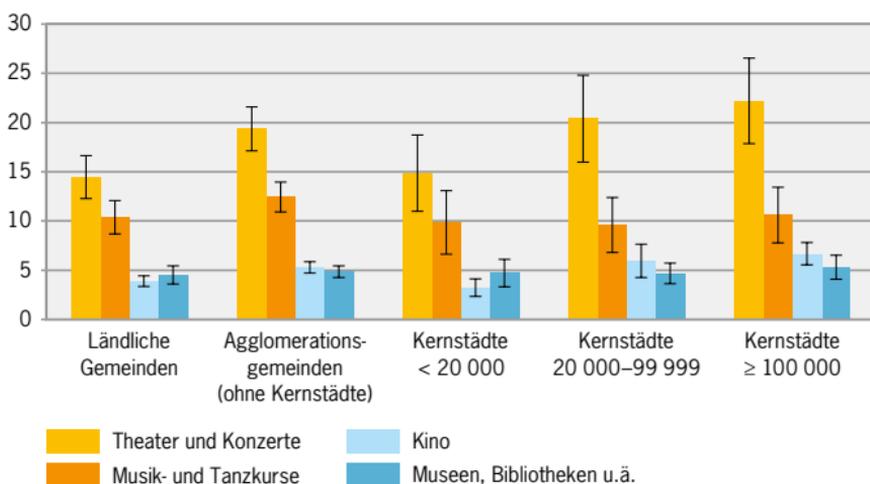
Kaum Unterschiede zwischen Agglomerationsgemeinden und ihren Kernstädten

Die Ausgaben für Theater, Konzerte, Kino sowie Musik- und Tanzkurse sollen hier schliesslich noch anhand einer verfeinerten räumlichen Gliederung analysiert werden: Die Kernstädte werden mit den restlichen Agglomerationsgemeinden und den ländlichen

Gemeinden verglichen. Die Grafik G 13 zeigt nun, dass die Ausgaben für Theater, Konzerte und Kino in ländlichen Gemeinden leicht, aber signifikant tiefer sind als in den grössten Kernstädten und als in den Agglomerationsgemeinden.

Monatliche Ausgaben der Haushalte für ortsgebundene Bereiche nach Kernstädten, Agglomerationsgemeinden und ländlichen Gemeinden

G 13



Quelle: HABE

© BFS

Des Weiteren geht aus der Graphik G 13 auch hervor, dass in Agglomerationsgemeinden weniger für das Kino ausgegeben wird als in den grössten Kernstädten. Ansonsten sind aber keine signifikanten Unterschiede zwischen Agglomerationsgemeinden und Kernstädten mit 20'000 und mehr Einwohnern feststellbar. In den kleineren Kernstädten wird beispielsweise für das Kino sogar weniger ausgegeben als in den Agglomerationsgemeinden. Dies hat auch damit zu tun, dass in Letzteren auch viele Gemeinden grosser Agglomerationen zusammengefasst sind, deren Haushalte, wie im letzten Kapitel gesehen, tendenziell hohe Kulturausgaben aufweisen. In Teilen dieser Gemeinden sind nahe gelegene Grosstädte oft bequem zu erreichen. So können Haushalte aus vielen dieser Gemeinden von einem grösseren kulturellen Angebot profitieren als Haushalte aus kleineren Kernstädten – mit entsprechender Auswirkung auf die Höhe der Kulturausgaben in den Bereichen Theater, Konzerte und Kino.

Tendenziell weisen die Ergebnisse des Vergleichs verschiedener Gemeindetypen also darauf hin, dass das Kulturangebot in den grossen urbanen Zentren im Durchschnitt ebenso rege von Haushalten in den umliegenden Agglomerationsgemeinden genutzt wird, wie von Haushalten in den urbanen Zentren selbst. In ländlichen Gemeinden hingegen dämpft wohl das kleinere Angebot die Ausgaben in gewissen Kulturbereichen leicht.

Haushaltsbudgeterhebung (HABE)

Die Kulturausgaben der privaten Haushalte werden im Rahmen der Haushaltsbudgeterhebung (HABE) des BFS erhoben. Diese beruht auf einer jährlichen Befragung von über 3000 Schweizer Haushalten über ihr Konsumverhalten; die Ergebnisse aus der Stichprobe werden anschliessend auf alle Schweizer Haushalte hochgerechnet. Die Beträge stellen daher keine exakten Werte sondern Schätzungen dar. Die Genauigkeit der Ergebnisse kann stark variieren (siehe Ausführungen zu den Vertrauensintervallen).

Haushalt

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. Die Haushaltsbudgeterhebung (HABE) berücksichtigt nur private Haushalte. Kollektivhaushalte wie Heime oder Gefängnisse werden in der Erhebung nicht erfasst.

Einkommensgruppen

Die Einkommensgruppen basieren auf den Quintilen der Bruttoeinkommensverteilung. Das Bruttoeinkommen eines Haushalts 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. Das Bruttohaushaltseinkommen beinhaltet die Einkommen sämtlicher Mitglieder eines Privathaushalts.

Einkommen, Alter und Ausbildungsstand

Bei der Interpretation der Kulturausgaben nach Merkmalen wie Einkommen, Alter und Ausbildungsstand können Scheinkorrelationen nicht ausgeschlossen werden, da diese drei Merkmale voneinander abhängig sind. Beispielsweise kann das Einkommen mit zunehmendem Alter wachsen oder die absolvierte Ausbildung das verfügbare Einkommen eines Haushaltes erklären. Beim Alter und dem Ausbildungsstand kommt hinzu, dass diese Angaben lediglich für die sogenannte Referenzperson mit dem grössten Einkommen im Haushalt erhältlich sind; über den Ausbildungsstand und das Alter der restlichen Haushaltsmitglieder kann keine Aussage gemacht werden.

Kulturausgaben: Kategorisierung der Ausgabeposten

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)

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

- Foto- und Filmapparate, inkl. Zubehör
- Musikinstrumente
- Schreib- und Zeichenmaterial

Reparaturen (Audio-, Video-, Fernseh-, Foto-, Film- und Informatikgeräte)

*Kunstwerke**

* Übersteigt der Aufwand eines Haushaltes für ein Kunstwerk einen jährlich neu berechneten Grenzwert (zirka bei 15'000 CHF), werden diese in der HABE als Investition betrachtet und nicht als Konsumausgabe. Somit erscheint dieser auch nicht in der Statistik der Kulturausgaben der privaten Haushalte, in welcher nur die Konsumausgaben berücksichtigt werden.

Räumliche Typologien

Die Gemeinden der HABE-Stichprobe werden gemäss der Raumgliederung des BFS kategorisiert (BFS, 2005b). Die verwendeten Typologien der Raumgliederung sind die Agglomerationsgrösse, Gemeindegösse (für die Kernstädte inklusive isolierter Städte) und die Unterscheidung nach städtischen und ländlichen Gebieten (Kernstadt einer Agglomeration, andere Agglomerationsgemeinden, isolierte Städte und ländliche Gemeinden).

Vertrauensintervall: Genauigkeit der Ergebnisse

Die Genauigkeit der Ergebnisse wird anhand des Vertrauensintervalls dargestellt (feine Striche in den Grafiken). Dieser hängt von seinem «Konfidenz-Niveau» ab, welches meistens bei 95% festgelegt wird. Ein solches Vertrauensintervall kann so interpretiert werden, dass es den wahren Wert mit einer 95%-Sicherheit enthält. Wenn sich die Vertrauensintervalle von zwei Schätzwerten nicht überschneiden, kann auf eine signifikante Differenz zwischen den beiden geschätzten Werten geschlossen werden.

Das Vertrauensintervall erhält man anhand der folgenden Rechnung:
geschätzter Wert \pm $1,96 \times$ *Standardabweichung*.
(*Standardabweichung* = *Variationskoeffizient* \times *geschätzter Wert*)

Weiterführende Publikationen

Bundesamt für Statistik (2005a): *Kulturfinanzierung durch Unternehmen – Erhebung über die Kulturausgaben der Unternehmen in der Schweiz im Jahr 2001*, Neuchâtel.

Bundesamt für Statistik (2005b): *Eidgenössische Volkszählung 2000 – Die Raumgliederungen der Schweiz*, Neuchâtel.

Bundesamt für Statistik (2010a): *Kulturverhalten in der Schweiz, Erhebung 2008 – Lesen*, Neuchâtel.

Bundesamt für Statistik (2010b): *Öffentliche Ausgaben für Kultur in der Schweiz, 1990–2007 – Beiträge des Bundes, der Kantone und der Gemeinden*, Neuchâtel.

Bundesamt für Statistik (2011): *Kulturverhalten in der Schweiz, Eine vertiefende Analyse – Erhebung 2008*, Neuchâtel.

Bundesamt für Statistik (2012a): *Internet in den Schweizer Haushalten – Ergebnisse der Erhebung Omnibus IKT 2010*, Neuchâtel.

Bundesamt für Statistik (2012b): *HABE 2009 – Methodische Aspekte in Kürze*, Neuchâtel.

Bundesamt für Statistik (2013): *Haushaltsbudgeterhebung – Kommentierte Ergebnisse und Tabellen*, Neuchâtel.

Eurostat (2012): *European Statistical System Network on Culture (ESSnet-Culture) – Final Report*, Luxembourg.

UNESCO Institute for Statistics UIS (2009): *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics (FCS)*, Montreal/Quebec.

-
- Auskunft:** Bundesamt für Statistik (BFS)
Sektion Politik, Kultur, Medien
Erdem Karademir, Tel. 032 713 61 58
E-Mail: poku@bfs.admin.ch
- Bestellungen:** Bestellnummer: 1396-1100
Tel. 032 713 60 60
E-Mail: order@bfs.admin.ch
Fax 032 713 60 61
- Internet:** www.statistik.admin.ch
- Grafik/Layout:** Sektion DIAM, Prepress/Print
- Titelgrafik:** BFS; Konzept: Netthoevel & Gaberthüel, Biel;
Foto: © Corbis – Fotolia.com