

03.11.2011 - 11:00 Uhr

PwC-Studie "Swiss Entertainment & Media Outlook 2011-2015" / Medien- und Unterhaltungsbranche: Umsatz steigt weiterhin

Zürich (ots) -

Die Umsätze der Medien- und Unterhaltungsbranche in der Schweiz nehmen zu. Bis ins Jahr 2015 wachsen diese voraussichtlich von 12,1 Mrd. CHF (2010) auf 15,4 Mrd. CHF, wobei diese Wachstumsprognose stark von der Entwicklung des Bruttoinlandproduktes abhängt. Rund zwei Drittel dieses Wachstums von fast 3,3 Mrd. CHF stammen von den Ausgaben für Internetzugang (+728 Mio. CHF), Internetwerbung (+857 Mio. CHF) und TV-Gebühren und -Lizenzen (+527 Mio. CHF). Das geht aus der Studie "Swiss Entertainment & Media Outlook 2011-2015" von PwC hervor.

Die Ausgaben für den Internetzugang wachsen schweizweit jährlich um durchschnittlich 6,5 Prozent und werden 2015 bei 2,7 Mrd. CHF liegen (2010: 1,9 Mrd. CHF). "Hohe Investitionen in Glasfaser- und Next-Generation-Kabelnetze werden das Wachstum von Breitband-Haushalten weiterhin ankurbeln", sagt Patrick Balkanyi, Partner und Branchenleiter Technologie, Kommunikation, Entertainment und Medien bei PwC Schweiz.

Internetwerbung: mehr als Verdoppelung

Die Ausgaben für Internetwerbung werden bei einer jährlichen durchschnittlichen Zuwachsrate von 17,3 Prozent von heute 703 Mio. CHF bis 2015 auf 1560 Mio. CHF steigen. Das Wachstum in Europa liegt bei 11,5 Prozent pro Jahr. Umsatzmässig legt die Suchmaschinenwerbung am stärksten zu, gefolgt vom Onlinerubrikenmarkt.

Auch die Einnahmen aus TV-Werbung nehmen zu und werden im Jahr 2015 bei rund 927 Mio. CHF (2010: 693 Mio. CHF) liegen. Das entspricht einer jährlichen Wachstumsrate von durchschnittlich 6,0 Prozent. Die verstärkte Nutzung des Fernsehens zur Steigerung von Umsatz und Marktanteilen wird den gesamten Werbemarkt positiv beeinflussen.

Aussenwerbung wächst aufgrund neuer Anwendungsmöglichkeiten weiter

Die Ausgaben für Aussenwerbung wachsen auf 768 Mio. CHF (2010: 644 Mio. CHF), was einer durchschnittlichen jährlichen Zunahme von 3,6 Prozent entspricht. Das Wachstum wird vor allem aus dem Segment "Digital out of Home" erwartet.

"Video on demand" immer gefragter

3,21 Millionen der insgesamt 3,44 Millionen Haushalte in der Schweiz besitzen ein TV-Gerät. Im Bereich von Premium-Services und "Video on demand" rechnet die Branche mit einem Wachstum. Der Markt für TV-Gebühren und -Lizenzen wird bis ins Jahr 2015 um durchschnittlich 6,7 Prozent auf einen Umsatz von 1,6 Mrd. CHF (2010: 1,1 Mrd. CHF) anwachsen.

Im Filmsegment sinken die Umsätze aus dem klassischen Videoverleih weiter, die digitalen Downloads nehmen aber stark zu. Der gesamte Markt wächst bis ins Jahr 2015 auf 679 Mio. CHF (2010: 557 Mio. CHF).

Musikbranche: digital im Vormarsch

Die physischen Tonträger verlieren an Boden, die digitale Distribution wird immer bedeutender. Pro Jahr wächst der Schweizer Markt für Musikdateien um 1,7 Prozent, was einem Umsatz von 314 Mio. CHF im Jahr 2015 (2010: 289 Mio. CHF) entspricht.

Der Radio-Markt wächst bis ins Jahr 2015 nur moderat und erreicht einen Umsatz von 635 Mio. CHF (2010: 590 Mio. CHF). Dafür sorgt unter anderem das Moratorium bei den Radio- und TV-Gebühren. Diese machen mehr als drei Viertel des Umsatzes im Bereich Radio aus.

Videogames punkten dank Onlinegames und Handhelds

Der Umsatz im Bereich Video- und Onlinegames wird von 430 Mio. CHF auf 580 Mio. CHF im Jahr 2015 zulegen.

Konsolen- und Handheldspiele sind das grösste Segment, die Onlinegames als zweitgrösstes Segment wachsen umsatzmässig am schnellsten.

Nicht zuletzt dank erteilten Lizenzen für neue Casinos für Neuenburg und Zürich, die 2012 bzw. 2013 eröffnet werden, wächst der Umsatz im Bereich Casino- und Onlinegambling bis 2015 von heute 869 Mio. CHF auf 1028 Mio. CHF.

Konsumentenmagazine und Zeitungen halten sich

Der Markt für Konsumentenmagazine wird bis im Jahr 2015 bescheiden wachsen, von 1127 Mio. CHF (2010) auf 1221 Mio. CHF. Auch für den Zeitungsmarkt wird ein moderates Wachstum von 2182 Mio. CHF (2010) auf 2398 Mio. CHF (2015) erwartet. Dabei legen die digitalen Ausgaben im Web, auf Smartphones und Tabletgeräten auf Kosten der gedruckten zu. Ebenso wird erwartet, dass das wesentliche Wachstum bei der Werbung aus dem digitalen Bereich kommen wird.

Zusammenfassend stellen wir fest, dass die digitale Transformation auf dem Vormarsch ist. Das zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie nicht berücksichtigte Szenario einer Rezession wird unserer Ansicht nach diese Transformation nur beschleunigen.

Informationen zur Studie

Die PwC-Studie untersucht spezifisch für die Schweiz Umsätze, Trends und Entwicklungen in zwölf Bereichen der Unterhaltungs- und Medienbranche. Zu den untersuchten Segmenten gehören die Ausgaben für Internetzugang (Festnetz und Mobile), Internetwerbung, TV-Gebühren und -Lizenzen, TV-Werbung, Musikaufnahmen, Filmindustrie, Videogames, Radio, Aussenwerbung, die Märkte für Konsumentenmagazine und Zeitungen sowie Casino- und Onlinegambling. Die Prognosen beruhen auf Berechnungen aus dem Zeitraum vom Sommer bis Herbst 2011 mit der Annahme eines Wachstums des nominalen BIP von durchschnittlich 3,0 Prozent für die Periode von 2011 bis 2015. Das Szenario einer Rezession wurde zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie nicht berücksichtigt.

Die PwC-Publikation kann als PDF bei Claudia Sauter bezogen werden.

Unsere Medienmitteilungen finden Sie jetzt auch auf:
www.twitter.com/PwC_Switzerland

Kontakt:

Patrick Balkanyi
Partner und Branchenleiter Technologie,
Kommunikation, Entertainment und Medien
PwC Schweiz
E-Mail: patrick.balkanyi@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Communications Director
PwC Schweiz
E-Mail: claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100707266> abgerufen werden.