

07.12.2010 – 11:00 Uhr

PwC-Studie "Swiss Entertainment & Media Outlook 2010-2014"

Zürich (ots) -

Schweizer Medien- und Unterhaltungsbranche: 2014
ein Fünftel mehr Umsatz

Die Umsätze der Schweizer Medien- und Unterhaltungsbranche steigen bis 2014 um insgesamt CHF 2,182 Mrd. von heute CHF 10,402 Mrd. auf CHF 12,584 Mrd. Der Löwenanteil stammt 2014 von den Ausgaben für Internetzugang (CHF 2,6 Mrd.), Zeitungen (CHF 2,2 Mrd.), TV-Gebühren und Lizenzen (CHF 2,1 Mrd.) und Internetwerbung (CHF 1,2 Mrd.). Trotz dem Aufschwung im digitalen Bereich werden Zeitungen nicht verschwinden. Deren Umsatz bleibt stabil, das Wachstum jedoch gering. Diese Erkenntnisse gehen aus der erstmals erschienenen Studie "Swiss Entertainment & Media Outlook 2010-2014" hervor.

Die Ausgaben für den Internetzugang (Festnetz und Mobile) belaufen sich 2014 auf CHF 2,6 Mrd. (2009: CHF 2 Mrd.). Treibende Kraft ist der Ausbau im Breitbandbereich. Am schnellsten wächst der mobile Internetzugang (16,8 Prozent pro Jahr; Umsatzsteigerung von CHF 134 Mio. [2009] auf CHF 291 Mio. [2014]). Internetzugänge via Dial-up (Einwahlverbindung) werden hingegen um jährlich 14,4 Prozent abnehmen. "Die Nachfrage nach einem mobilen und schnellen Internetzugang ist enorm", sagt Franco Monti, Partner und Leiter Branchensektor Technologie, Infocomm, Entertainment und Medien bei PwC. "Sie wird durch die dritte und vierte Mobilfunkgeneration (3G und 4G) getrieben und steigt mit der Durchdringung des Marktes mit Smartphones, Netbooks und Tablet-PCs."

Internetwerbung: starker Zuwachs aufgrund Nachholbedarf

Für den Schweizer Internetwerbemarkt sagt die Studie ein jährliches Wachstum von 15,7 Prozent voraus (Verdopplung von CHF 584 Mio. [2009] auf CHF 1,2 Mrd. [2014]). Search und Display-Werbung forcieren das Wachstum. Der Markt für Search Advertising wird sich mit dem stärksten Wachstum im Bereich Internetwerbung (jährlich 18,5 Prozent) von CHF 312 Mio. (2009) auf CHF 727 Mio. (2014) mehr als verdoppeln.

Printwerbung bleibt vorne

Trotz der starken Zunahme der digitalen Werbung wird die Printwerbung im Markt für Zeitungen (Abonnemente, Verkäufe, Werbung) weiterhin den grössten Marktanteil ausmachen. Die Ausgaben steigen um durchschnittlich 0,9 Prozent jährlich von CHF 1,309 Mrd. (2009) auf CHF 1,370 Mrd. (2014). Auch im Bereich Konsumentenmagazine wächst die Printwerbung; von CHF 607 Mio. (2009) auf CHF 623 Mio. (2014) - ein Wachstum von jährlich 0,5 Prozent. Insgesamt stellt die Printwerbung somit in diesen beiden Bereichen weiterhin den Löwenanteil der gesamten Einnahmen.

Markt für Aussenwerbung: Traditionelle Formate dominieren weiterhin

Für den Markt der Aussenwerbung (Plakate, ÖV-Werbung, Sport- und

Stadionwerbung, Screens) wird bis 2014 ein jährliches Wachstum von 2,7 Prozent vorausgesagt. Der Markt wächst damit von CHF 636 Mio. (2009) auf CHF 726 Mio. (2014). Der Anteil der digitalen Werbeflächen wächst zwar kräftig, bleibt aber auch im Jahr 2014 deutlich unter 10 Prozent des Gesamtmarktes.

TV- und Radio-Markt: wenig Dynamik am stark reguliertem Markt

Der Markt für TV-Gebühren und Lizenzen wird auch zulegen, allerdings nur um geschätzte 2,7 Prozent jährlich. Damit steigt der Umsatz von CHF 1,8 Mrd. (2009) auf 2,1 Mrd. (2014). Die Umsätze im Markt für TV-Werbung (TV-Werbung, -Websites, -Sponsoring und Mobil-TV) werden um 4,2 Prozent von CHF 616 Mio. (2009) auf CHF 757 Mio. (2014) steigen.

Musikbranche: Switchover im Jahr 2012

Der Schweizer Markt für Musikdateien (Tonträger, Downloading, Streaming) wird nur wenig wachsen (0,9 Prozent pro Jahr von 294 Mio. [2009] auf CHF 314 Mio. [2014]). Grund dafür sind die Musikpiraterie und die Substitution physischer Formate mit günstigeren digitalen Formaten. Die digitale Distribution wird jährlich um 14,7 Prozent (CHF 15-20 Mio.) wachsen. 2012 wird erstmals in der Schweiz mehr Umsatz im digitalen Segment als im physischen Segment verzeichnet.

Filmsegment: goldene Zukunft für digitale Downloads

Der Verkauf und Verleih von Videos sowie Gebühren für Internetdownloads lassen den Umsatz von CHF 335 Mio. (2009) auf CHF 386 Mio. (2014) steigen (jährliches Wachstum von 2,9 Prozent). Im Segment Film verzeichnet der Bereich von digitalen Downloads ein bemerkenswertes jährliches Wachstum von 91,1 Prozent.

Markt für Videogames: boomende Onlinespiele

Der Markt für Videogames wird zwischen 2009 (CHF 401 Mio.) und 2014 (CHF 561 Mio.) um jährlich 6,9 Prozent zulegen. Damit ist dieser Markt der insgesamt am zweitstärksten wachsende Markt (nach Internetwerbung) innerhalb der schweizerischen Unterhaltungs- und Medienbranche.

Zeitungsmarkt: Auch 2014 lesen wir noch Zeitung

Zeitungen werden nicht verschwinden, im Gegenteil: Nebst den traditionellen Printmedien haben Verlagshäuser die Möglichkeit, über eine Vielzahl von Bildschirmen und Medien ein zunehmend fragmentiertes Publikum zu erreichen. Das Wachstum im Zeitungsmarkt beträgt 0,8 Prozent, die Umsätze erhöhen sich damit von CHF 2,1 Mrd. (2010) auf CHF 2,2 Mrd. (2014).

Informationen zur Studie

Die PwC-Studie untersucht erstmalig spezifisch für die Schweiz Umsätze, Trends und Entwicklungen in den elf wichtigsten 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 und die Märkte für Konsumentenmagazine und Zeitungen. Die Prognosen beruhen auf den Analysen von PwC und Gesprächen mit führenden Persönlichkeiten aus der Schweizer Unterhaltungs- und Medienbranche.

Kontakt:

Franco Monti

Partner und Leiter Branchensektor Technologie, Infocomm,
Entertainment und Medien
PwC Schweiz
E-Mail: franco.monti@ch.pwc.com

Patrick Balkanyi
Partner und Leiter Sektor Entertainment und Medien
PwC Schweiz
E-Mail: patrick.balkanyi@ch.pwc.ch

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

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100615602> abgerufen werden.