

07.10.2014 - 09:00 Uhr

PwC-Studie "Swiss Entertainment and Media Outlook 2014-2018"

Zürich (ots) -

Medien- und Unterhaltungsbranche: Einnahmequellen gesucht und gefunden

Obwohl die meisten Segmente der Branche im letzten Jahr gewachsen sind, kämpfen Konsumentenmagazine, Zeitungsverlage und Unterhaltungsfilme mit sinkenden Einnahmen. Im Werbemarkt sind mobile und interaktive Lösungen Trumpf. Die Herausforderungen der Branche sowie neue Bezahlmodelle zeigt die Studie "Swiss Entertainment and Media Outlook 2014-2018" von PwC Schweiz.

Konsumenten wollen Flexibilität bezüglich Ort, Kanal und Endgerät. Sie möchten alle Inhalte auf allen Geräten jederzeit konsumieren können. 77 % der Schweizer besitzen ein Smartphone: Mobile-Lösungen sind deshalb der Schlüssel zum Erfolg.

Paywalls funktionieren nicht

Onlineinhalte sind und bleiben gratis. Viele Anbieter führten zwar sogenannte Paywalls ein, die Konsumenten akzeptieren das aber nicht. Insbesondere Zeitungsverlage sind daher auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen. "Pay with a Tweet", womit der Konsument gewünschte Produkte erhält, wenn er einen Tweet darüber schreibt, oder "Bundling", womit Inhalte verschiedener Kanäle zum gleichen Thema in einem Paket verkauft werden, stehen momentan hoch im Kurs.

"Mobile First" ist die Devise

Interaktiv und mobil: Das sind die Schlagwörter für die Medien- und Unterhaltungsbranche. Konsumenten verbringen 52 % ihrer Zeit mit digitalen Medien auf mobilen Applikationen. Dies eröffnet enorme Chancen für mobile Kampagnen, da die Zielgruppen dank Datenanalysen sehr klar bestimmt und individualisiert werden können. Die Ausgaben für mobile Werbung werden 2014 zum ersten Mal die 100-Millionen-Franken-Marke knacken. "Interaktion mit den Nutzern statt blosser Verbreitung von Inhalten: Das ist heute für ein erfolgreiches Businessmodell unabdingbar. Interaktives Fernsehen und neuartige Inhalte speziell entwickelt für mobile Endgeräte werden die Fernsehlandschaft weiter verändern", erklärt Bogdan Sutter, Leiter Digitale Transformation bei PwC Schweiz.

Streaming ist die Zukunft

Zunehmend werden nicht mehr Inhalte online verkauft, sondern der Zugang dazu. Der Musikmarkt zeigt dies am klarsten auf: Bereits 2012 waren die Einnahmen digitaler Musik um 21 Millionen Franken höher als die Einnahmen physischer Produkte. "Dieser Trend wird weiter anhalten", sagt Patrick Balkanyi, Partner und Branchenleiter Technologie, Telekommunikation, Infocomm und Medien bei PwC Schweiz.

Der "Global Entertainment and Media Outlook 2014-2018" (www.pwc.com/outlook) gilt als Quelle für den "Swiss Entertainment and Media Outlook 2014-2018" (www.pwc.ch/outlook). Ein Zugangscode zu den Schweizer Inhalten des Outlooks kann via roswitha.thurnheer@ch.pwc.com bezogen werden.

Kontakt:

Patrick Balkanyi
Partner und Branchenleiter
Leiter Digitale Transformation
Technologie, Telekommunikation,
Infocomm und Medien
PwC Schweiz
E-Mail: patrick.balkanyi@ch.pwc.com

Bogdan Sutter

Leiter Digitale Transformation
PwC Schweiz
E-Mail: bogdan.sutter@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/100008191/100762524> abgerufen werden.