

02.10.2015 – 09:00 Uhr

Inhalte über alles: Medien- und Unterhaltungsbranche

Zürich (ots) -

Die Schweizer Medien- und Unterhaltungsbranche ist im letzten Jahr um 3,8 Prozent gewachsen und damit schneller als der Rest der Schweizer Wirtschaft. Insgesamt gaben die Konsumenten 13 Milliarden Franken aus. Da den Nutzern der Konsum von Inhalten deutlich wichtiger ist, als ihn zu besitzen, sind Plattformen, die Inhalte zusammenziehen, und Streaming-Modelle weiter auf dem Vormarsch. Dies und weitere Trends zeigt die Studie «Swiss Entertainment & Media Outlook 2015-2019» von PwC Schweiz.

«In allen Segmenten des Medien- und Unterhaltungsmarktes wollen die Konsumenten Bequemlichkeit und Nutzerfreundlichkeit. In ihrer Entwicklung unterscheiden sich die Segmente rein im Tempo und Umsetzungsgrad», fasst Bogdan Sutter, Leiter Telekommunikation, Medien und Technologie-Beratung bei PwC Schweiz, die Marktsituation zusammen.

Zugang vor Besitz

Dem Nutzer ist der Zugang zum Inhalt wichtiger als der Besitz. Er will qualitativ hochwertige Inhalte jederzeit, überall und auf all seinen Geräten. Deshalb setzen sich Plattformen, die Inhalte verschiedenster Anbieter zusammenziehen, und Abonnement-Modelle zunehmend durch. Die Produzenten der Inhalte - ob Spiele, Filme, Musik, Zeitungsartikel oder Magazinbeiträge - rücken dadurch in den Hintergrund und müssen ihre Marktposition neu finden.

Vernetzung vor Format

Vernetzung ist der Schlüssel zur Weiterentwicklung der gesamten Branche und bietet für die bestehenden Plattformen gewaltiges Potenzial: medienübergreifend und auf allen Geräten. Spiele, Musik, Filme, Artikel aus verschiedensten Zeitungen und Magazinen, zugänglich auf einer Plattform, sind momentan die bevorzugte Art der Mediennutzung. Für die Medienunternehmen bedeutet dies, dass mit jedem Digitalisierungsschub die formatübergreifende Konkurrenz wächst - vor allem auch aus branchenfremden Bereichen.

«Die Zukunft der Unternehmen in der Unterhaltungs- und Medienbranche liegt in massgeschneiderten Angeboten», betont Patrick Balkanyi, Partner und Branchenleiter Technologie, Telekommunikation, Infocomm und Medien bei PwC Schweiz. «Je wertvoller der Service für den Konsumenten ist, desto besser können die Anbieter damit Geld verdienen. Die Schweizer Unternehmen müssen darauf achten, im immer stärker werdenden internationalen Wettbewerb nicht den Anschluss zu verlieren. Neue Arten der Zusammenarbeit, neue Arten von Produkten und Geschäftsstrategien und neue Preismodelle müssen die Unternehmen prüfen und entwickeln. Nur so können sie sich gegenüber innovativen internationalen Anbietern und Marktspielern behaupten, die neu auf den Markt kommen.»

Der «Global Entertainment and Media Outlook 2015-2019» (www.pwc.com/outlook) gilt als Quelle für den «Swiss Entertainment and Media Outlook 2015-2019» (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 Technologie, Telekommunikation, Infocomm
und Medien
PwC Schweiz
patrick.balkanyi@ch.pwc.com

Bogdan Sutter
Director, Leiter Telekommunikation, Medien und Technologie Beratung
PwC Schweiz
ch.linkedin.com/in/bogdansutter

bogdan.sutter@ch.pwc.com

Claudia Sauter
Head of PR & Communications, PwC Schweiz
ch.linkedin.com/in/clauidiasauter
claudia.sauter@ch.pwc.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008191/100778646> abgerufen werden.