

27.11.2012 - 09:00 Uhr

PwC-Studie: Medien- und Unterhaltungsbranche wächst dank Digitalisierung / "Swiss Entertainment & Media Outlook 2012-2016"

Zürich (ots) -

Weltweit wird die Medien- und Unterhaltungsbranche in den nächsten Jahren zu zwei Dritteln dank dem Digitalbereich wachsen. Dieser globale Trend gilt auch für die Schweiz. Die Konsumenten werden jährlich rund 2,3 Prozent mehr für Medien, Unterhaltung und Internetzugang ausgeben: von 12,6 Mrd. CHF im Jahr 2011 auf 14,1 Mrd. CHF im Jahr 2016. Zeitversetzter TV-Konsum ist eine der grössten Herausforderungen für die Fernsehwerbung. Die Ausgaben für Fernsehwerbung werden von 735 Mio. CHF im Jahr 2011 auf 803 Mio. CHF im Jahr 2016 nur leicht wachsen. Obwohl Konsumentenmagazine immer öfter digital erhältlich sind, werden die Ausgaben von 1,1 Mrd. CHF im Jahr 2011 auf 921 Mio. CHF im Jahr 2016 sinken. Das zeigt die Studie "Swiss Entertainment & Media Outlook 2012-2016" von PwC.

Der grösste Teil des prognostizierten Wachstums entsteht durch das Segment "Mobiler Internetzugang". Die entsprechenden Einnahmen nehmen jährlich um 21,6 Prozent zu und werden 2016 bei 2,1 Mrd. CHF liegen (2011: 784 Mio. CHF). Bis 2016 werden für Internetwerbung jährlich 9,3 Prozent mehr ausgegeben, sodass die Ausgaben von 769 Mio. CHF im Jahr 2011 auf 1,2 Mrd. CHF im Jahr 2016 steigen.

Veränderter TV-Konsum

"Im Bereich TV und Video sorgen Anbieter von zeitversetzten und individuell bestellbaren Programmen für ein verändertes Nutzerverhalten", erklärt Patrick Balkanyi, Partner und Branchenleiter Technologie, Telekommunikation, Infocomm und Medien bei PwC Schweiz. Die Ausgaben für TV-Gebühren und Lizenzen wachsen in den nächsten fünf Jahren von 2,1 Mrd. CHF auf gut 2,2 Mrd. CHF, was einer jährlichen Zunahme um 1,5 Prozent entspricht. 2011 war der Bereich noch um fünf Prozent gewachsen. "Neue Formen des TV-Konsums beeinflussen auch die entsprechenden Werbeeinnahmen. Zeitversetzter TV-Konsum ist eine der grössten Herausforderungen für die Fernsehwerbung", führt Patrick Balkanyi weiter aus. Bis 2016 dürften die Ausgaben für Fernsehwerbung von 735 Mio. CHF im Jahr 2011 auf 803 Mio. CHF im Jahr 2016 wachsen.

Auf analog folgt digital

Der Schweizer Markt für Musikdateien legt in den nächsten Jahren kontinuierlich zu, nachdem 2011 noch ein leichter Rückgang verzeichnet worden war. Im Jahr 2011 lagen die Konsumentenausgaben bei 891 Mio. CHF, 2016 dürften sie knapp 1,1 Mrd. CHF betragen. "Physische Tonträger verlieren weiter an Boden zugunsten von digitalen Dateien und preiswerten Streamingangeboten. Dasselbe trifft auf das Filmsegment zu, wo digitale Downloads vor allem dank der mobilen Abspielgeräte auf dem Vormarsch sind", sagt Bogdan Sutter, Leiter Digitale Transformation bei PwC Schweiz. 2016 werden Schweizerinnen und Schweizer im Filmsegment 643 Mio. CHF ausgeben (2011: 562 Mio. CHF). Die digitalen Downloads wachsen im gleichen Zeitraum von 50 Mio. CHF auf 188 Mio. CHF.

Der Bereich Video- und Online-Games gehört zu den kleineren Umsatzträgern in der Unterhaltungs- und Medienbranche, verzeichnet aber in den nächsten fünf Jahren mit durchschnittlich 5,4 Prozent ein stolzes Wachstum. 2016 werden die voraussichtlichen Ausgaben bei 531 Mio. CHF (2011: 407 Mio. CHF) liegen.

Bescheidene Radio- und Aussenwerbung

Der Radiomarkt war 2011 um 1,4 Prozent auf 599 Mio. CHF gewachsen. Bis 2016 werden die Ausgaben jährlich nur noch um 0,9 Prozent steigen und damit 2016 628 Mio. CHF betragen. Auch der Bereich Aussenwerbung legt mit voraussichtlich durchschnittlich 1,9 Prozent in den nächsten fünf Jahren bescheiden zu und wird 2016 für einen Umsatz von 720 Mio. CHF (2011: 655 Mio. CHF) sorgen.

Rückläufige Ausgaben für Magazine und Zeitungen

Obwohl Konsumentenmagazine immer öfter digital im Web, auf Smartphones und Tablet-Geräten erhältlich sind, werden die Ausgaben von 1,1 Mrd. CHF im Jahr 2011 auf 921 Mio. CHF im Jahr 2016 sinken. Beim Schweizer Zeitungsmarkt ist mit einem jährlichen Ausgabenminus von 4,8 Prozent zu rechnen, sodass 2016 noch 1,7 Mrd. CHF (2011: 2,2 Mrd. CHF) umgesetzt werden.

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

Kontakt:

Patrick Balkanyi
Partner und Branchenleiter 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/100008191/100729020> abgerufen werden.